

Address : Tuesday Block No. 76 Rt/Rw 01/003
Jatitengah Village, Jatitujuh District, Majalengka
Regency, West Java


Email : arjijournal@gmail.com


Contact : 0821-4250-1527


Available at:

<https://journal.nahnuinisiatif.com/index.php/ARJI>

Volume 7 Number 2 Year 2025

 DOI : 10.61227

 E-ISSN : 2775-0787

 P-ISSN : 2774-9290



Manajemen Hubungan Masyarakat dan Ekstrakurikuler Pramuka: Kolaborasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Era Digital

1229 – 1243

Public Relations Management and Scout Extracurricular: Collaboration in Improving Institutional Image in the Digital Era

Article Submitted :

2025-06-11

Article Received :

2025-06-28

Article Published :

2025-06-30

 Uswatun Hasanah^{1*}, Eka Diana²

 ^{1,2} Universitas Nurul Jadid Probolinggo

 Email Correspondence : mpi.2110900015@unuja.ac.id *

Kata Kunci:

citra lembaga; ekstrakurikuler pramuka; manajemen hubungan masyarakat

Abstrak: Pendidikan sebagai investasi pembangunan manusia memerlukan pengelolaan profesional, termasuk dalam aspek hubungan masyarakat untuk membangun citra lembaga. Penelitian ini bertujuan menganalisis kinerja manajemen hubungan masyarakat yang berkolaborasi dengan ekstrakurikuler pramuka dalam membentuk citra positif madrasah di era digital. Penelitian dilakukan di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dengan informan kepala sekolah, wakil kepala humas, dan pembina pramuka. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi humas dan pramuka berdampak signifikan terhadap peningkatan citra madrasah melalui kegiatan promosi di media sosial dan sosialisasi langsung dalam program PPDB. Citra lembaga terbukti meningkat dengan ditandai naiknya jumlah peserta didik baru selama tiga tahun terakhir peningkatan tahun 2022-2023 sebesar 14,5% dan tahun 2023-2024 sebesar 22,5%. Faktor pendukung antara lain partisipasi aktif siswa, dukungan pimpinan, dan kreativitas konten digital; sementara hambatanya berupa keterbatasan sumber daya manusia, fasilitas

dokumentasi, dan waktu. Penelitian ini merekomendasikan pembentukan tim media kreatif dan peningkatan pelatihan sumber daya manusia sebagai strategi penguatan sinergi antara hubungan masyarakat dan pramuka dalam membangun citra institusi pendidikan.

Keywords:

Institutional Image; Public Relations Management; Scout Extracurricular

Abstract: Education as an investment in human development requires professional management, including in the area of public relations to build the image of the institution. This study aims to analyze the performance of public relations management in collaboration with the Scouting extracurricular program in shaping a positive image of the madrasah in the digital era. The research was conducted at Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni using a qualitative case study approach. Data collection techniques included observation, in-depth interviews, and documentation, with informants including the school principal, deputy head of public relations, and scout leader. Data analysis utilized the interactive model by Miles and Huberman. The research results indicate that the collaboration between public relations and scouting has a significant impact on improving the madrasah's image through promotional activities on social media and direct outreach in the student admission program. The institution's image has proven to improve, as evidenced by the increase in the number of new students over the past three years, with a 14.5% increase in 2022-2023 and a 22.5% increase in 2023-2024. Supporting factors include active student participation, leadership support, and digital content creativity, while challenges include limited human resources, documentation facilities, and time constraints. This study recommends the formation of a creative media team and enhanced human resource training as strategies to strengthen synergy between public relations and scouting in building the institution's educational image.

Copyright © 2025 authors

This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



This work is licenced under a [Creative Commons Attribution-nonCommercial-shareAlike 4.0 International Licence](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan ladang investasi terbesar dalam membangun dan membentuk manusia seutuhnya. Sentuhan pendidikan diyakini mampu membentuk sumberdaya manusia yang beradab dan berkualitas. Oleh karena itu, lembaga pendidikan seharusnya mendapatkan sentuhan manajerial yang baik dan profesional agar mampu bertahan serta memiliki daya saing yang tinggi. Citra lembaga menjadi hal yang esensial karena berperan penting dalam membentuk apresiasi masyarakat. Selain itu, citra juga mencerminkan reputasi dan prestasi yang ingin diraih dalam konteks pengelolaan hubungan masyarakat. Setiap Lembaga manapun termasuk lembaga pendidikan pasti memiliki dan melaksanakan prosesi kegiatan manajemen hubungan masyarakat (Amanda, 2022). Oleh karena itu citra lembaga penting dan harus dijaga agar tetap baik di mata publik baik internal maupun eksternal (Khorotunniswah, 2020).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pembina pramuka di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni yaitu bahwa humas sudah menjalin sinergi dengan bidang kepramukaan untuk membrandingkan madrasah dengan memanfaatkan digital yang sudah maju seperti saat ini, bidang hubungan masyarakat sudah menggandeng bidang kepramukaan di dalam penyebaran informasi terkait unggul nya madrasah melalui media maya maupun promosi secara mulut ke mulut (*word of mouth*) sehingga Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni itu bisa dikenal oleh masyarakat, selain itu dengan adanya tenaga hubungan masyarakat dan ekstrakurikuler pramuka ini memberikan dampak positif terhadap madrasah yang kaitannya dengan *brand image* sehingga banyak orang tua atau wali murid yang menyekolahkan anaknya di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni, dengan sebuah pembuktian data pada tahun pelajaran 2023-2024 jumlah calon peserta didik yang mendaftar itu meningkat. Berdasarkan data Penerimaan Peserta Didik Baru di 3 tahun terakhir itu ada peningkatan di setiap tahunnya. Pada tahun ajaran 2021/2022 yang masuk terdapat 35 siswa, tahun ajaran berikutnya 2022/2023 itu meningkat 40 siswa yang masuk, dan pada tahun ajaran 2023/2024 itu meningkat kembali 49 siswa (Hajar, 2024).

Kajian mengenai manajemen hubungan masyarakat telah banyak dilakukan oleh para peneliti. Dalam era digital dan arus informasi yang semakin cepat, manajemen hubungan masyarakat menjadi semakin kompleks serta memegang peranan yang semakin penting dalam menunjang keberhasilan komunikasi dan citra lembaga. Pengelolaan humas dan media massa merupakan bentuk kerjasama yang dilakukan atas dasar tanggung jawab dan tujuan dari keduanya (Fadhilla & Pradana, 2023). Lembaga pendidikan perlu memahami hal-hal yang trending dan terbaru dalam manajemen hubungan masyarakat, termasuk penggunaan media sosial dalam pengembangan citra atau *brand image* lembaga atau madrasah, strategi pemasaran konten-konten terbaru, dan penggunaan teknologi untuk mengukur titik jangkauan efektivitas nya sebuah kampanye hubungan masyarakat (Winarto et al., 2023). Secara garis besar hubungan masyarakat merupakan salah satu ujung tombak dari suatu organisasi (Aini et al., 2024). Maka dari itu penelitian ini menawarkan dan memiliki kebaruan (*novelty*) dengan cara mengkaji bagaimana kinerja manajemen hubungan masyarakat dapat berkolaborasi

dengan kegiatan ekstrakurikuler pramuka dalam membangun citra positif lembaga di era digital seperti sekarang ini. Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena menawarkan perspektif baru dalam menggabungkan kekuatan manajerial hubungan masyarakat dengan program ekstrakurikuler pramuka dalam satu sinergi yang terintegrasi. Kolaborasi antara keduanya diyakini mampu memperkuat citra lembaga melalui narasi aktivitas positif dan interaksi langsung dengan publik secara luas, baik melalui media konvensional maupun platform digital. Selain itu, masih terbatasnya kajian yang secara khusus mengulas kolaborasi antara hubungan masyarakat dan pramuka dalam konteks penguatan citra di era digital menunjukkan adanya celah keilmuan yang perlu diisi. Penelitian ini tidak hanya relevan secara akademik, tetapi juga memiliki implikasi praktis bagi pengembangan strategi komunikasi lembaga pendidikan, khususnya di tingkat sekolah menengah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kolaborasi antara manajemen hubungan masyarakat dan ekstrakurikuler pramuka dalam upaya meningkatkan citra lembaga pendidikan di era digital serta menganalisis faktor pendukung dan penghambatnya dalam implementasi kolaborasi tersebut.

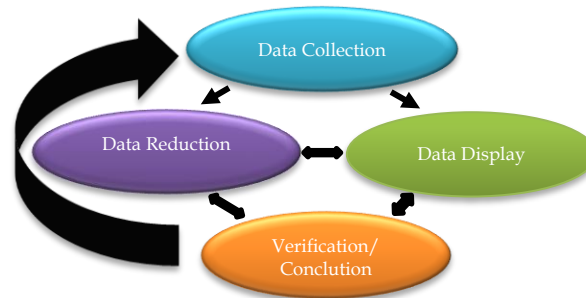
METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena secara mendalam fenomena kolaborasi antara manajemen hubungan masyarakat dan kegiatan ekstrakurikuler pramuka dalam konteks yang nyata dan spesifik. Studi kasus memberikan ruang untuk mengeksplorasi praktik, strategi, serta dinamika komunikasi yang terjadi di lingkungan lembaga pendidikan secara menyeluruh dan kontekstual.

Penelitian dilaksanakan di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni yang terletak di Desa Sumberan Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo. Pemilihan lokasi didasarkan beberapa pertimbangan yaitu mudahnya mendapatkan data penelitian, dan madrasah tersebut juga telah melakukan program kolaborasi antar tenaga humas dan beberapa ekstra yang ada salah satunya ialah ekstra pramuka dalam program penerimaan peserta didik baru (Yusanto, 2020).

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan kepada Kepala Madrasah, Wakil Kepala bidang hubungan masyarakat, dan pembina pramuka untuk memperoleh informasi terkait strategi kolaborasi dalam meningkatkan citra lembaga. Observasi partisipan digunakan untuk mengamati langsung kegiatan-kegiatan yang melibatkan hubungan masyarakat dan pramuka, baik untuk memahami praktik kolaborasi yang terjadi secara nyata. Sedangkan, studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari arsip dan laporan kegiatan, serta unggahan media sosial resmi sekolah yang menunjukkan bentuk kerja sama antara hubungan masyarakat dan pramuka.

Teknik pengelolaan dan analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data/penarikan kesimpulan, seperti yang ditunjukkan di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan dan Alur Analisis Data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Hubungan Masyarakat dan Ekstrakurikuler Pramuka

Kolaborasi manajemen hubungan masyarakat dan pramuka di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni itu memiliki peran strategis dalam membangun citra positif lembaga (Hakim & Putro, 2022). Sejak kegiatan pramuka aktif di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni berbagai program sekolah mulai terbantu baik dari segi perencanaan maupun pelaksanaannya. Salah satu dampak positif yang terlihat adalah dalam program penerimaan siswa baru setiap tahunnya, yang menunjukkan peningkatan minat dan kepercayaan masyarakat. Hal ini juga dibuktikan dengan munculnya generasi siswa yang terbentuk dengan baik, terutama dalam hal karakter, kedisiplinan, dan tanggung jawab (Zuhroh et al., 2024).. Kegiatan Pramuka dipandang sebagai representasi dari pendidikan karakter yang kuat, sehingga turut memperkuat citra positif madrasah di mata calon peserta didik, orang tua, dan masyarakat secara umum. Kolaborasi antara humas dan Pramuka ini menjadi strategi efektif dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan daya tarik lembaga di era digital saat ini (Putri et al., 2023).

1. *Planning*

Wakil Kepala Madrasah bidang Hubungan Masyarakat menjalin kolaborasi dengan ekstrakurikuler pramuka dalam merancang konsep salah satu program strategis madrasah, yaitu Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Perencanaan, dalam hal ini, dipahami sebagai serangkaian keputusan yang menjadi pedoman untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Saputra & Ali, 2022; Sirait et al., 2023). Langkah awal dari perencanaan tersebut adalah pembuatan konten dan poster pemasaran terkait PPDB dengan melibatkan kegiatan ekstrakurikuler pramuka. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat daya tarik lembaga di hadapan calon peserta didik dan masyarakat umum. Selain itu, dilakukan juga sosialisasi lembaga melalui berbagai media dan kegiatan yang dirancang bersama, sebagai bagian dari upaya memperkenalkan keunggulan dan program-program madrasah secara lebih luas dan terstruktur.

2. *Organizing*

Tahap kedua yaitu pengorganisasian, kegiatan ini dimulai dengan pembentukan penanggung jawab pengorganisasian dari beberapa struktural atau bagian-bagian dari perencanaan di atas. Pengorganisasian merupakan kegiatan penataan sumberdaya organisasi untuk melaksanakan tugas dan fungsi (Akbar et al., 2021). Dalam beberapa program yang sudah menjadi program tahunan lembaga disini yang bertanggung jawab dalam pemetaan struktural adalah Kepala Madrasah dan Wakil Kepala Bidang Hubungan Masyarakat sebagai tahta tertinggi dalam program ini. Pembuatan poster PPDB itu penanggung jawabnya ialah Wakil Kepala Madrasah Bidang Hubungan Masyarakat dalam penyebaran dan penggunaan sosial media resmi milik lembaga, Pembuatan konten di mana bagian ini penanggung jawabnya adalah pembina pramuka. Selain itu, kegiatan sosialisasi juga di pasrah sepenuhnya kepada pembina pramuka dan beberapa anggota ekstrakurikuler lainnya yang terdapat di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni.

3. *Actuating*

Pada tahap ini, pembahasan berfokus pada pelaksanaan atau pengarahan (actuating), yaitu proses menjalankan rencana yang telah disusun dan dibagi berdasarkan tugas masing-masing (Basyirah & Wardi, 2020). Pelaksanaan dimulai dari pembuatan dan penyebaran poster serta konten promosi, yang merupakan dua kegiatan saling berkesinambungan. Tanggung jawab pelaksanaan berada pada Wakil Kepala Madrasah bidang Hubungan Masyarakat.

Wakil Kepala Madrasah bidang Hubungan Masyarakat melaksanakan tugas ini melalui dua pendekatan, yaitu penyebaran konten secara daring melalui media sosial dan penyuluhan langsung ke lapangan. Seluruh akun media sosial resmi Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni dikelola langsung oleh Wakil Kepala Madrasah bidang Hubungan Masyarakat. Pengelolaan media sosial ini telah menunjukkan perkembangan yang cukup baik, dengan memanfaatkan berbagai platform seperti E-mail, Facebook, WhatsApp, Telegram, Instagram, dan TikTok. Melalui platform-platform tersebut, semua poster dan konten yang berkaitan dengan lembaga, khususnya informasi mengenai Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), dipublikasikan secara rutin sebagai bagian dari strategi komunikasi dan branding madrasah di era digital. Pendekatan kedua yang dilakukan oleh Wakil Kepala Madrasah bidang Hubungan Masyarakat dalam mempromosikan lembaga adalah dengan turun langsung ke lapangan melalui metode komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Strategi ini dilakukan untuk menanamkan kepercayaan masyarakat terhadap kredibilitas dan keunggulan lembaga, sekaligus memperkuat hubungan emosional antara madrasah dan warga sekitar.

Pelaksanaan ketiga adalah kegiatan sosialisasi, yang merupakan bagian dari program humas dengan pendekatan promosi langsung di lapangan. Kegiatan ini secara khusus melibatkan seluruh organisasi ekstrakurikuler di madrasah. Meskipun kegiatan ini dikoordinasikan oleh Kepala Madrasah dan Wakil Kepala Madrasah bidang Hubungan Masyarakat, tanggung jawab pelaksanaan di lapangan dipercayakan kepada pembina

Pramuka. Sosialisasi dilaksanakan menjelang dibukanya masa pendaftaran siswa baru, dengan sasaran utama sekolah-sekolah tingkat Sekolah Menengah Pertama di sekitar lingkungan Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni. Materi sosialisasi meliputi pengenalan profil lembaga, visi dan misi, serta program-program unggulan, termasuk pengenalan ekstrakurikuler yang menjadi ikon citra madrasah, yaitu Pramuka. Kegiatan ini dilengkapi dengan bahan presentasi seperti *Power Point* dan media visual lainnya yang menarik. Hasil dari kegiatan ini terbukti efektif, karena berhasil menarik minat sejumlah siswa untuk melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni.



Gambar 2. Wawancara dengan Kepala Madrasah

4. *Controlling*

Tahap ini merupakan tahap akhir dalam pelaksanaan teori manajemen, yaitu tahap pengawasan (*controlling*) yang berfungsi sebagai bentuk penyempurnaan dari seluruh proses yang telah dijalankan. Sistem pengawasan perlu dirancang secara menyeluruh dan komprehensif agar setiap program berjalan sesuai rencana (Ath-Thariq, 2020). Pada tahap ini, seluruh program yang telah dilaksanakan berada di bawah pengawasan langsung kepala madrasah. Sebagai contoh, dalam program pembuatan dan penyebaran poster serta konten PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), kepala madrasah memastikan bahwa desain, caption, dan informasi disampaikan sesuai dengan ketentuan dan menarik bagi *audiens*. Selain itu, penyebarannya juga dipastikan mengikuti timeline yang telah ditetapkan. Pengawasan terhadap kegiatan sosialisasi dilakukan dengan meninjau kesiapan media promosi serta kelengkapan tim pelaksana sebelum turun ke lapangan. Kepala madrasah turut memastikan bahwa pelaksanaan sosialisasi sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditentukan. Sebagai penutup, diadakan rapat evaluasi untuk menilai efektivitas strategi yang telah dijalankan serta menyusun langkah-langkah perbaikan guna meningkatkan kualitas pelaksanaan di masa mendatang.

Faktor Penghambat dan Pendukung

Berdasarkan hasil wawancara kepada bagian hubungan masyarakat dan Pembina pramuka di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni, terdapat beberapa faktor penghambat dan faktor pendukung yang mempengaruhi dalam tingkat keberhasilan program yang dilaksanakan bagian manajemen hubungan masyarakat dan ekstrakurikuler pramuka.

Faktor Penghambat

Salah satu tantangan utama dalam membangun citra Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni di era digital adalah kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang kompeten, khususnya di kalangan pengurus hubungan masyarakat dan pembina pramuka. Tidak semua dari sumber daya manusia yang ada memiliki keterampilan dalam manajemen media digital, ditambah lagi dengan minimnya pelatihan dalam pengelolaan *branding* dan komunikasi publik. Peningkatan kinerja dalam bagian/lembaga harus dibenahi (Hans et al., n.d.). Selain itu, keterbatasan infrastruktur dan teknologi juga menjadi kendala yang cukup serius. Ketiadaan peralatan yang memadai, seperti kamera berkualitas untuk dokumentasi serta perangkat pendukung dalam proses pengeditan konten digital, menghambat kemampuan madrasah dalam menghasilkan materi promosi yang optimal. Pengelolaan akun media sosial madrasah pun masih belum berjalan secara konsisten, baik dari segi frekuensi unggahan maupun kualitas konten yang dipublikasikan. Hal ini diperburuk oleh keterbatasan tenaga profesional yang memiliki kompetensi dalam pengelolaan media digital, sehingga potensi promosi melalui platform daring belum dimanfaatkan secara maksimal. Mengingat pentingnya media digital dalam membangun citra lembaga di era informasi, maka diperlukan evaluasi menyeluruh serta penguatan dari pihak madrasah, baik dalam hal penyediaan sarana dan prasarana penunjang, maupun dalam peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang terlibat dalam bidang kehumasan dan promosi digital (Taufiq, 2025).

Faktor Pendukung

Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni memiliki sejumlah potensi yang mendukung upaya membangun citra madrasah melalui kolaborasi antara manajemen hubungan masyarakat (humas) dan ekstrakurikuler Pramuka. Dukungan penuh dari pimpinan madrasah serta pembagian tugas yang jelas dan sesuai dengan tupoksi menjadi fondasi utama dalam pengelolaan strategi ini (Nafindra & Rifqi, 2022). Terdapat kebijakan internal yang secara langsung mendukung pengembangan humas dan kepramukaan sebagai bagian dari strategi *branding* institusi. Kepala madrasah juga menunjukkan sikap terbuka terhadap inovasi digital, khususnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi kelembagaan. Semangat dan partisipasi aktif peserta didik serta alumni menjadi kekuatan penting dalam proses ini. Banyak peserta didik yang antusias mengikuti kegiatan pramuka sekaligus tertarik dalam pembuatan konten digital, sementara sejumlah alumni yang telah sukses turut berkontribusi secara sukarela dalam aktivitas promosi madrasah. Hal ini menunjukkan adanya keterikatan emosional yang kuat antara warga madrasah, serta membantu memperluas jangkauan promosi secara

organik. Di samping itu, kreativitas pengurus humas dan anggota Pramuka dalam memproduksi berbagai konten seperti foto, video, poster, serta pemanfaatan desain grafis dan pendekatan storytelling, menjadi nilai tambah yang signifikan dalam menarik perhatian publik. Kegiatan Pramuka yang variatif dan menarik, baik di tingkat gugus depan, kwarran, maupun kwarcab, serta adanya program-program unggulan yang khas, turut menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni dari madrasah lainnya (Saputra, 2025).

Namun demikian, terdapat pula sejumlah kendala yang perlu menjadi perhatian. Keterbatasan infrastruktur dan teknologi menjadi salah satu hambatan serius. Ketidaktersediaan perangkat yang memadai, seperti kamera berkualitas dan peralatan editing, menghambat proses produksi konten yang optimal. Di sisi lain, pengelolaan akun media sosial madrasah masih belum berjalan secara konsisten, baik dari sisi intensitas unggahan maupun kualitas konten yang dihasilkan. Kurangnya tenaga profesional dalam bidang media digital juga menyebabkan potensi promosi melalui platform daring belum dapat dimaksimalkan sepenuhnya. Oleh karena itu, penting bagi pihak madrasah untuk melakukan evaluasi dan penguatan, baik dalam aspek sarana dan prasarana pendukung, maupun dalam peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang terlibat di bidang kehumasan dan promosi digital.

Di era digital saat ini, Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni mulai mengembangkan strategi hubungan masyarakat yang tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga lebih bersifat kreatif dan komunikatif. Peran humas tidak lagi terbatas pada kegiatan pelaporan dan dokumentasi, melainkan telah berkembang sebagai pengelola citra (*corporate image*) di hadapan publik internal maupun eksternal (Sumendap, 2021). Hubungan masyarakat berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara madrasah dan masyarakat, baik melalui pemanfaatan media sosial maupun interaksi langsung melalui berbagai kegiatan. Humas merupakan seni dalam membangun pemahaman publik yang lebih baik, sehingga mampu mempengaruhi kepercayaan dan persepsi masyarakat terhadap lembaga (Sirait et al., 2023). Dalam konteks ini, peran humas menjadi sangat penting untuk mengomunikasikan nilai-nilai positif dari setiap kegiatan, termasuk ekstrakurikuler. Komunikasi kelembagaan seharusnya dijalankan oleh tenaga profesional yang memahami prinsip dan etika komunikasi publik (Rini et al., 2017). Kolaborasi yang baik antara humas dan unit kegiatan ekstrakurikuler, seperti Pramuka, tidak hanya berkontribusi terhadap pengembangan potensi siswa, tetapi juga turut membentuk kepercayaan publik terhadap madrasah. Kegiatan ekstrakurikuler memiliki peran strategis dalam pembentukan karakter siswa serta menjadi bagian integral dalam membangun citra positif lembaga pendidikan di mata masyarakat (Hakim & Rozi, 2024).

Hubungan masyarakat tidak hanya berperan sebagai penghubung antara madrasah dan pihak eksternal, tetapi juga sebagai pengelola citra digital lembaga. Di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni, tim hubungan masyarakat aktif dalam mengelola berbagai akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan platform digital lainnya. Akun-akun tersebut dimanfaatkan sebagai sarana publikasi kegiatan internal, media promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), serta saluran penyebaran

informasi penting kepada masyarakat secara luas. Strategi komunikasi yang diterapkan mencakup pembuatan berbagai konten menarik, seperti video kegiatan madrasah, promosi PPDB, serta dokumentasi kegiatan akademik dan nonakademik. Melalui pemanfaatan media sosial secara konsisten, jangkauan informasi yang disampaikan kepada publik menjadi lebih luas, sehingga berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Salah satu kegiatan ekstrakurikuler yang menonjol dan mendapat perhatian khusus di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni adalah pramuka. Kegiatan ini bukan hanya sebagai sarana pelatihan keterampilan hidup (*life skills*), tetapi juga berperan strategis dalam membentuk citra positif madrasah (Budiono et al., 2022). Menurut Azwan dalam Suryani dkk. (2017), tujuan dari kegiatan Pramuka antara lain adalah membentuk pribadi yang beriman, bertakwa, berakhlak mulia, disiplin, cinta tanah air, taat hukum, serta memiliki kepedulian sosial dan lingkungan. Selain itu, kegiatan pramuka juga bertujuan menanamkan nilai-nilai luhur bangsa, membentuk generasi yang sehat jasmani dan rohani, serta mendorong peserta didik menjadi warga negara yang berjiwa Pancasila dan mampu berperan aktif dalam pembangunan bangsa dan negara. Oleh karena itu, keberadaan ekstrakurikuler pramuka sangat penting sebagai sarana pembentukan karakter kuat peserta didik sekaligus sebagai media yang mendukung pencitraan positif lembaga di tengah masyarakat (Ningrum et al., 2020).

Kegiatan ekstrakurikuler merupakan aktivitas tambahan yang diselenggarakan oleh madrasah di luar jam pelajaran reguler. Tujuannya adalah untuk memberikan ruang bagi peserta didik dalam memperdalam dan mengembangkan pengetahuan yang telah diperoleh di kelas, sekaligus mengasah minat dan bakat mereka di bidang tertentu (Pratiwi, 2020). Di antara berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang ada, pramuka menjadi salah satu yang paling menonjol dan diminati. Hal ini disebabkan karena kegiatan Pramuka mencakup berbagai aspek pembelajaran, baik yang bersifat kognitif, afektif, maupun psikomotorik, yang dapat diperoleh baik di dalam maupun di luar kelas. Pramuka telah menjadi ekstrakurikuler wajib yang banyak digemari oleh peserta didik karena memberikan pengalaman yang menyenangkan sekaligus mendidik. Hampir seluruh peserta didik menunjukkan ketertarikan terhadap kegiatan pramuka (Widayanti et al., 2023). Gerakan Pramuka sendiri didirikan pertama kali oleh Lord Robert Baden Powell of Gilwell, yang lahir di London Inggris pada tanggal 22 Februari 1857 (Salsabilla et.al, 2024). Setelah Baden Powell mendirikan organisasi kepanduan di Inggris, gerakan ini kemudian menyebar ke berbagai negara, termasuk Indonesia. Di Indonesia, gerakan pramuka secara resmi diperkenalkan dan diresmikan pada tanggal 14 Agustus 1961 oleh Presiden Soekarno di Istana Negara, Jakarta. Dalam peresmian tersebut, Presiden Soekarno secara simbolis menyerahkan Panji Gerakan Pramuka kepada Sri Sultan Hamengku Buwono IX, yang saat itu ditunjuk sebagai Ketua Kwartir Nasional (Kwarnas) pertama Gerakan Pramuka. Penyerahan panji ini merupakan bentuk penghargaan negara atas kontribusi besar dalam pembinaan generasi muda melalui kegiatan kepanduan (Fadiyatunnisa & Heriannngtyas, 2023).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pembina ekstrakurikuler pramuka di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni, diketahui bahwa Gerakan Pramuka di lembaga ini mulai berdiri dan diresmikan pada tanggal 1 Januari 2018 oleh KH. Ahmad Sibaweh selaku Ketua sekaligus Pengasuh Yayasan. Ambalan tersebut diberi nama Joko Tole–Potreh Koning. Sejak kehadiran kegiatan ekstrakurikuler Pramuka, terlihat adanya perkembangan positif pada peserta didik, terutama dalam aspek kedisiplinan, tanggung jawab, dan partisipasi aktif di lingkungan sekolah. Melihat potensi tersebut, tim hubungan Masyarakat mengagas strategi untuk menjadikan Pramuka sebagai salah satu kegiatan unggulan dalam program Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Kolaborasi antara hubungan masyarakat dan pembina pramuka dilakukan sebagai upaya membangun citra lembaga melalui media promosi yang berlandaskan kegiatan nyata peserta didik. Kegiatan pramuka yang beragam mulai dari latihan rutin, perkemahan, bakti sosial, hingga keikutsertaan dalam perlombaan antar sekolah menjadi sarana efektif dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah (Hajar, 2024). Karakter kegiatan pramuka yang bersifat lapangan (*outdoor*), sosial, dan kolaboratif dinilai sangat potensial untuk mendukung *branding* kelembagaan. Kegiatan-kegiatan seperti pelatihan kepemimpinan, latihan gabungan antar gugus depan, kerja tim, serta penguatan kepedulian sosial dapat dipublikasikan secara digital oleh tim hubungan masyarakat. Hal ini menjadi bukti bahwa lembaga tidak hanya menonjol dalam aspek akademik, tetapi juga unggul dalam pembentukan karakter. Nilai-nilai tersebut menjadi keunggulan strategis di era digital dan menjadi daya tarik tersendiri bagi calon peserta didik serta orang tua yang menginginkan pendidikan yang holistik, yang menyeimbangkan antara prestasi akademik dan penguatan kepribadian.

Kolaborasi antara tim hubungan masyarakat dan pembina Pramuka di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni telah membentuk sinergi yang saling menguntungkan serta menjadi praktik kerja yang produktif. Tim hubungan masyarakat secara aktif mendokumentasikan dan mempublikasikan berbagai kegiatan Pramuka, seperti pelantikan, pelatihan, hingga kegiatan sosial, dalam bentuk foto maupun video. Kegiatan-kegiatan yang awalnya hanya berlangsung di lingkungan internal madrasah kini mendapatkan perhatian yang lebih luas berkat publikasi melalui media sosial. Publikasi ini tidak hanya meningkatkan antusiasme anggota pramuka, tetapi juga menghasilkan konten positif yang memperkuat citra lembaga di mata masyarakat. Kolaborasi antara hubungan masyarakat dan pramuka bukanlah sesuatu yang bersifat insidental, melainkan telah menjadi pola kerja yang terstruktur dan disepakati dalam setiap kegiatan besar madrasah. Tim hubungan masyarakat memosisikan pramuka sebagai mitra konten kreatif di lapangan, dengan aktivitas yang layak untuk didokumentasikan dan dijadikan materi promosi lembaga. Sebaliknya, pihak pramuka memperoleh manfaat dalam bentuk apresiasi, pengakuan publik, serta motivasi yang meningkat karena kegiatan mereka mendapat perhatian dan dipublikasikan secara luas. Sinergi ini membuktikan bahwa promosi lembaga tidak selalu harus dilakukan secara formal dan berbiaya tinggi, melainkan dapat dioptimalkan melalui pemanfaatan kegiatan internal yang memiliki nilai publikasi tinggi dan relevansi dengan penguatan citra madrasah.

Manajemen hubungan masyarakat dan ekstrakurikuler pramuka di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam pengelolaan citra lembaga di era digital. Secara praktis, sinergi antara tim humas dan unit Pramuka terbukti mampu meningkatkan efektivitas dalam penyebaran informasi serta promosi madrasah. Melalui dokumentasi kegiatan dan publikasi yang dilakukan secara konsisten di berbagai platform media sosial, madrasah berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk calon peserta didik dan orang tua mereka. Dampak nyata dari strategi ini terlihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap madrasah, yang tercermin dalam peningkatan jumlah pendaftar dalam tiga tahun terakhir. Selain itu, kolaborasi ini juga berpengaruh terhadap aspek pengembangan manajemen sekolah secara menyeluruh. Kegiatan Pramuka tidak hanya berperan sebagai wadah pembentukan karakter siswa, tetapi juga tampil sebagai mitra strategis dalam mendukung pencapaian tujuan institusi, khususnya dalam membangun reputasi dan citra positif madrasah di tengah persaingan pendidikan yang semakin kompetitif.

Meskipun kolaborasi antara tim hubungan masyarakat dan kegiatan Pramuka di Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni telah menunjukkan hasil yang positif, terdapat sejumlah tantangan yang masih perlu mendapatkan perhatian serius. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber daya, khususnya dalam hal alat dokumentasi. Saat ini, proses dokumentasi masih mengandalkan kamera dari ponsel pribadi, yang tentunya memengaruhi kualitas visual dari konten yang dihasilkan. Selain itu, keterbatasan waktu dan tenaga juga menjadi tantangan tersendiri. Tim hubungan masyarakat yang terdiri dari guru aktif dan beberapa alumni harus membagi fokus antara tanggung jawab pribadi maupun profesional dengan tugas tambahan dalam pengelolaan media dan dokumentasi. Kondisi ini menyebabkan tidak semua kegiatan dapat terdokumentasikan secara maksimal, khususnya, kegiatan pramuka yang bersifat rutin sering kali luput dari proses dokumentasi karena keterbatasan personel. Kegiatan-kegiatan tersebut memiliki nilai publikasi yang tinggi dan dapat dimanfaatkan untuk membangun citra lembaga secara lebih luas. Oleh karena itu, meskipun sinergi yang telah terjalin sudah memberikan kontribusi berarti terhadap penguatan citra madrasah, tetap diperlukan upaya peningkatan dalam hal penyediaan fasilitas dokumentasi, penataan pembagian tugas yang lebih efisien, serta perencanaan kegiatan yang lebih sistematis. Langkah-langkah tersebut penting untuk memastikan bahwa kolaborasi ini dapat berjalan secara lebih optimal dan berkelanjutan di masa mendatang.

KESIMPULAN

Kolaborasi antara humas dan ekstrakurikuler pramuka terbukti efektif dalam membangun citra positif Madrasah Aliyah Nurul Wahid Al-Wahyuni terutama dalam program penerimaan peserta didik baru (PPDB). Manajemen hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam merencanakan, mengorganisir, melaksanakan dan mengontrol program-program promosi madrasah, terutama dengan memanfaatkan media sosial dan kegiatan pramuka sebagai sarana publikasi. Kolaborasi antara

manajemen hubungan masyarakat dan ekstrakurikuler pramuka juga menunjukkan dampak positif dalam meningkatkan visibilitas madrasah melalui publikasi kegiatan pramuka di media sosial. Kegiatan pramuka yang sebelumnya terbatas pada lingkup internal, kini mendapat perhatian yang lebih luas, yang tidak hanya meningkatkan semangat siswa, tetapi juga memperkuat citra lembaga di mata masyarakat. Namun, terdapat beberapa tantangan juga dalam kolaborasi ini seperti keterbatasan SDM, infrastruktur, dan waktu. Untuk itu, disarankan untuk meningkatkan kapasitas SDM, menyediakan fasilitas yang memadai, serta membentuk tim media kreatif yang melibatkan siswa, khususnya anggota pramuka. Dengan demikian, kolaborasi ini dapat menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari strategi marketing madrasah dan berkontribusi pada pengembangan citra lembaga yang lebih baik di era digital.

Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat memperluas cakupan kajian dengan mengeksplorasi kolaborasi antara manajemen hubungan masyarakat dan ekstrakurikuler lainnya selain Pramuka, guna mengetahui sejauh mana peran unit-unit kegiatan siswa dalam mendukung strategi komunikasi dan promosi lembaga pendidikan. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengkaji efektivitas penggunaan berbagai platform media digital secara lebih mendalam, termasuk analisis terhadap algoritma media sosial dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Kajian mendalam mengenai peran siswa sebagai bagian dari tim media kreatif juga dapat menjadi fokus penting, terutama dalam rangka penguatan literasi digital dan keterampilan abad 21 yang mendukung promosi lembaga secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. N., Izzah, I., & Ma'arif, M. A. (2024). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Peran Masyarakat Terhadap MA Model Zainul Hasan Genggong. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 1290–1303.
- Akbar, K., Hamdi, H., Kamarudin, L., & Fahrudin, F. (2021). Manajemen POAC pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus BDR di SMP Negeri 2 Praya Barat Daya). *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 7(1), 167. <https://doi.org/10.33394/jk.v7i1.2959>
- Ath-Thariq. (2020). Manajemen POAC Wakaf Di Indonesia. *Excutive Summary*, 02(23), 57168.
- Basyirah, L., & Wardi, M. C. (2020). Penerapan POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) Manajemen Risiko Pembiayaan Modal Usaha Tabarak di PT BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Keagamaan Islam*, 17(1), 61–74. <https://doi.org/10.19105/nuansa.v17i1.2836>
- Budiono, Marhamah, S. H. B., & Lutfiana, R. F. (2022). Analisis Karakter Gotong Royong Dalam Ekstrakurikuler Pramuka. *Jurnal Moral Kemasyarakatan*, 7(1), 94–100. <https://doi.org/10.21067/jmk.v7i1.7073>
- Fadhilla, A. A., & Pradana, B. C. S. A. (2023). Strategi Media Relations Hubungan Masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam Menjaga Citra Lembaga.

- Representamen*, 9(01), 113–121.
<https://doi.org/10.30996/representamen.v9i01.8395>
- Fadillah, N., & Syahputra, E. (2024). Subangsi Sejarah Pramuka Dalam Perkembangan Pendidikan. *Journal of Community Devation*, 1(1), 152–160.
<https://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/community>
- Fadiyatunnisa, W. Heriannngtyas, M. P. (2023). Implementasi kegiatan gerakan pramuka dalam membentuk karakter peserta didik anggota gerakan pramuka di sekolah dasar. *Jurnal Inovasi Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 2(55), 33–42.
- Hajar, S. (2024). *Ekstrakurikuler pramuka di MA. Nurul Wahid Al-Wahyuni*.
- Hakim, L., & Putro, W. E. (2022). New Media Dalam Membantu Kinerja Humas Pokdarwis Mempromosikan Wisata Alam Dan Budaya Di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 6(1), 69–85. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i1.3382>
- Hakim, M. N., & Rozi, F. (2024). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Animo Masyarakat terhadap Pendidikan Madrasah. *JoIEM (Journal of Islamic Education Management)*, 5(1), 28–45. <https://doi.org/10.30762/joiem.v5i1.2675>
- Hans, M., Sarobi, A., & Jenmau, I. S. (n.d.). *Strategi Peningkatan Kualitas Kinerja Humas Universitas Cenderawasih*. 582–591.
- Khorotunniswah, L. (2020). Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Lembaga. *Jurnal Kependidikan Islam*, 10(2), 176–189.
<https://doi.org/10.15642/jkpi.2020.10.2.176-189>
- Amanda, L. (2022). Peran Humas Sebagai Fasilitator Publikasi Informasi dan Dokumentasi Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 1–5.
<https://doi.org/10.21009/jmp.v13i1.27048>
- Machmudah, L., Puspitasari, R. P., & Mahardika, S. (2024). *Etika dalam Praktik Kelembagaan Humas di Era Digital: Tantangan dan Tren di Fakultas Teknik Universitas Negeri Malang*. 9(2), 50–59.
<https://doi.org/10.17977/um027v9i22024p50-59>
- Nafindra, I. B., & Rifqi, A. (2022). Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada Jenjang Sekolah Dasar dan Menengah. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(3), 551–565.
- Ningrum, R. W., Ismaya, E. A., & Fajrie, N. (2020). Faktor – Faktor Pembentuk Karakter Disiplin dan Tanggung Jawab Dalam Ekstrakurikuler Pramuka. *Jurnal Prakarsa Paedagogia*, 3(1). <https://doi.org/10.24176/jpp.v3i1.5105>
- Putri, A.N., Melani, A. R., & Nabila, S.R. (2023). Peran Managemen Agar Meningkatkan Pendidikan Bermutu di Era Digital. *Protasis: Jurnal Bahasa, Sastra, Budaya, Dan Pengajarannya*, 2(1), 149–161. <https://doi.org/10.55606/protasis.v2i1.85>
- Pratiwi, S. I. (2020). Pengaruh Ekstrakurikuler Pramuka terhadap Karakter Disiplin Siswa Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(1), 62–70.
<https://doi.org/10.31004/edukatif.v2i1.90>
- Rini, K. S., Rusmiwari, S., & Widodo, H. P. (2017). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*,

- 6(1), 34–37. www.publikasi.unitri.ac.id
- Saputra, F., & Ali, H. (2022). Penerapan Manajemen Poac: Pemulihan Ekonomi Serta Ketahanan Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19 (Literature Review Manajemen Poac). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 316–328. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.733>
- Saputra, M. D. (2025). *wawancara faktor pendukung dalam membangun citra madrasah melalui kolaborasi humas dan ekstrakurikuler pramuka.*
- Sirait, M. H. R., Sari, D. M., & Rahmawati, D. (2023). Manajemen Humas Pendidikan dalam Upaya Pencitraan Lembaga Pendidikan Dasar (Sekolah Dasar). *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 342–349. <https://doi.org/10.56832/edu.v1i3.112>
- Sumendap, R. (2021). Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Tondano. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(3), 1435. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.3.1435-1442.2021>
- Salsabilla, T., Maharani, D., Hijriyani W. (2024). *Persepsi Anggota Pramuka Dalam Memahami Sejarah Pramuka Mewujudkan Nilai – Nilai.* 1(1), 1–10.
- Taufiqurrahman, M. (2025). *hasil wawancara Faktor penghambat program promosi humas.*
- Widayanti, Y., Iis Nurasih, & Irna Khaleda. (2023). Implementasi Kegiatan Ekstrakurikuler Kepramukaan Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Siswa. *Jurnal Binagogik*, 10(2), 159–165. <https://doi.org/10.61290/pgsd.v10i2.551>
- Winarto, A., Mahmud, E., & Muadin, A. (2023). Manajemen Humas dalam Membangun Citra Lembaga: Studi Multisitus di STAI Sangatta dan STIPER Sangatta Kutai Timur. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 159–169. <https://doi.org/10.32923/kjimp.v6i1.3355>
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- Zuhroh, F., Apriani, F., Yurniwati, Y., & Imaningstiyas, I. (2024). Penguatan Karakter Pancasila Melalui Dasa Darma Pramuka di Era Digital. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 9(1), 76. <https://doi.org/10.30998/sap.v9i1.23700>