

MEMBANGUN REPUTASI MADRASAH MELALUI TRANSFORMASI INTERNAL DAN EKSPANSI EKSTERNAL (STUDI DI MTs N 5 SRAGEN DAN DI MTs MA'ARIF KEDAWUNG SRAGEN)

Kusnah Kustanto

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta, Indonesia
Email: kusnahkustanto93@gmail.com

Mulyoto

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta, Indonesia
Email: mulyoto@unu.ac.id

A. Mufrod Teguh Mulyo

Universitas Nahdlatul Ulama Surakarta, Indonesia
Email: mufrod.teguh@unu.ac.id

Abstract

Madrasahs, as Islamic-based educational institutions, face the challenge of not only improving academic quality but also building and strengthening a positive image amid increasing competition among educational institutions. This study aims to analyze the strategies for enhancing the image implemented by MTsN 5 Sragen and MTs Ma'arif NU Kedawung, particularly through internal and external efforts. The main issue addressed is how internal improvements and external activities influence public perception of the madrasah. This research employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation, and analyzed descriptively. The subjects included school principals, teachers, staff, and students directly involved in the image enhancement processes. The findings indicate that internal strategies include improving facilities and infrastructure, boosting students' motivation to achieve, and strengthening the work ethic of educators and staff. Meanwhile, external strategies involve active participation in community social activities, promoting the madrasah through local media, and establishing collaborations with educational institutions and the founding foundation. The simultaneous implementation of both strategies has successfully increased public trust and expanded the madrasah's reach in attracting new students. This study highlights the importance of synergy between internal improvements and external engagement in building a competitive and highly reputable madrasah.

Keywords: *Madrasah Image, Islamic Education, Internal Improvement, External Promotion*

Abstrak

Madrasah sebagai lembaga pendidikan berbasis Islam dihadapkan pada tantangan untuk tidak hanya meningkatkan kualitas akademik, tetapi juga membangun dan memperkuat citra positif di tengah persaingan antar lembaga pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan citra yang diterapkan oleh MTsN 5 Sragen dan MTs Maarif NU Kedawung, khususnya melalui upaya internal dan eksternal. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana pembenahan internal dan kegiatan eksternal dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap madrasah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Subjek penelitian terdiri dari pimpinan madrasah, guru, staf, serta siswa yang terlibat langsung dalam proses peningkatan citra lembaga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi internal meliputi pembenahan sarana prasarana, peningkatan semangat siswa untuk berprestasi, dan penguatan etos kerja tenaga pendidik. Sedangkan strategi eksternal melibatkan keterlibatan aktif dalam kegiatan sosial kemasyarakatan, promosi madrasah melalui media lokal, dan kerja sama dengan institusi pendidikan lain serta yayasan. Implementasi kedua strategi ini secara simultan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperluas jangkauan madrasah dalam merekrut peserta didik baru. Penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara pembenahan internal dan keterlibatan eksternal dalam membangun citra madrasah yang kompetitif dan berdaya saing tinggi.

Kata Kunci: *Citra Madrasah, Pendidikan Islam, Pembenahan Internal, Promosi Eksternal*

A. PENDAHULUAN

Madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam memiliki kontribusi besar dalam membentuk karakter generasi bangsa yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga memiliki kedalaman spiritual dan integritas moral. Namun demikian, hingga saat ini persepsi masyarakat terhadap madrasah belum sepenuhnya positif. Masih terdapat anggapan bahwa madrasah adalah lembaga alternatif dengan kualitas yang belum setara dengan sekolah umum (Abdullah, 2020). Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi madrasah, khususnya dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan di era digital dan global saat ini.

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk mengatasi tantangan tersebut adalah melalui strategi *branding*, yaitu upaya sistematis dalam membangun dan memperkuat citra positif lembaga di mata publik. *Branding* madrasah mencakup aspek visual, nilai kelembagaan, mutu layanan, serta narasi keberhasilan yang disampaikan secara konsisten kepada masyarakat (Rusmini, Chaniago, & Piola, 2023). *Branding* sejuga mencerminkan identitas dan *positioning* madrasah dalam sistem pendidikan nasional, sekaligus menjadi sarana untuk memperoleh kepercayaan dan dukungan dari masyarakat luas.

MTs Negeri 5 Sragen dan MTs Maarif NU Kedawung Sragen merupakan dua lembaga pendidikan Islam tingkat menengah yang secara aktif

mengembangkan strategi penguatan citra melalui inovasi kelembagaan, pemanfaatan teknologi informasi, serta peningkatan kualitas layanan pendidikan. Upaya tersebut mencakup perbaikan internal seperti renovasi fasilitas, peningkatan kompetensi tenaga pendidik, dan pengembangan program unggulan, serta promosi eksternal seperti publikasi prestasi siswa, keterlibatan dalam kegiatan masyarakat, hingga optimalisasi media sosial madrasah. Strategi ini tidak hanya meningkatkan partisipasi masyarakat, tetapi juga mendorong transformasi madrasah ke arah yang lebih adaptif, inovatif, dan responsif terhadap perubahan sosial.

MTsN 5 Sragen menunjukkan komitmen terhadap integrasi teknologi informasi dalam pendidikan melalui keberadaan ruang digital. Dari perspektif teknologi informasi, Ruang digital ini dapat didefinisikan sebagai sebuah fasilitas fisik yang didesain khusus dan dilengkapi dengan infrastruktur teknologi (misalnya, komputer, akses internet, perangkat lunak pendidikan, layar interaktif, dan perangkat pendukung lainnya) untuk memfasilitasi proses pembelajaran yang berbasis digital. Keberadaan ruang ini mengindikasikan upaya sistematis sekolah dalam menyediakan lingkungan belajar yang mendukung pengembangan kompetensi digital siswa dan guru, serta pemanfaatan teknologi sebagai alat bantu utama dalam kegiatan belajar mengajar. Ruang digital mendorong guru untuk mengembangkan *Technological Pedagogical Content Knowledge* (TPACK), yaitu pemahaman tentang bagaimana teknologi dapat diintegrasikan secara efektif dengan konten mata pelajaran dan strategi pedagogi (Koehler, Mishra, Kereluik, Shin, & Graham, 2014). Guru dituntut untuk mampu memilih dan menggunakan alat digital yang tepat untuk menyampaikan materi, memfasilitasi pemahaman konsep, dan menilai hasil belajar siswa.

MTs Ma'arif NU Kedawung Sragen sebagai institusi pendidikan di bawah naungan Nahdlatul Ulama (NU), potensi keunikan dapat terletak pada upaya sistematis dalam mengintegrasikan nilai-nilai *Ahlussunnah wal Jama'ah* ke dalam platform pembelajaran digital. Hal ini dapat terwujud melalui pengembangan konten digital yang relevan dengan kurikulum keagamaan NU, pemanfaatan platform komunikasi daring untuk memperkuat interaksi antara guru, siswa, dan komunitas sekolah dengan tetap menjunjung tinggi etika Islam, serta potensi pengembangan aplikasi atau fitur yang mendukung kegiatan keagamaan siswa secara digital.

Menurut teori *organizational image* yang dikembangkan oleh Hatch dan Schultz, citra organisasi terbentuk dari persepsi eksternal (bagaimana publik melihat institusi) yang dipengaruhi oleh identitas organisasi dan praktik internal yang dijalankan secara konsisten (Jo Hatch & Schultz, 1997). Dalam konteks lembaga pendidikan, salah satu praktik internal yang paling menonjol saat ini

adalah adopsi teknologi dalam proses pembelajaran dan administrasi. Sekolah yang mampu menunjukkan kemajuan dalam penggunaan teknologi dianggap sebagai lembaga yang adaptif, progresif, dan profesional di mata masyarakat.

Lebih lanjut, teori adopsi inovasi oleh Rogers dalam *Diffusion of Innovations* menjelaskan bahwa lembaga yang cepat mengadopsi teknologi akan menjadi panutan atau referensi bagi lembaga lain, sehingga meningkatkan reputasinya (Rogers, 2003). Ketika sekolah menerapkan teknologi seperti pembelajaran berbasis *Learning Management System* (LMS), pembelajaran daring, atau penggunaan platform digital untuk komunikasi dengan orang tua, hal ini menciptakan kesan modern dan efisien. Persepsi ini kemudian membentuk citra positif di kalangan masyarakat, yang akan meningkatkan kepercayaan dan minat untuk menyekolahkan anak di lembaga tersebut.

Meskipun konsep branding telah banyak dikaji dalam konteks korporasi maupun pendidikan tinggi, namun studi mengenai branding dalam lingkungan madrasah tingkat menengah masih relatif sedikit ditemukan, terutama yang mengulas secara spesifik peran branding dalam pembentukan citra institusional berbasis nilai-nilai Islam. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu mengisi kekosongan literatur (*research gap*) serta memberikan kontribusi teoritik dan praktis dalam pengembangan manajemen pendidikan Islam di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk dan proses implementasi strategi branding serta penguatan citra madrasah yang diterapkan di MTs Negeri 5 Sragen dan MTs Maarif NU Kedawung Sragen.

B. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Dalam penelitian ini peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus sebagai pengumpul data. Instrumen selain manusia dapat pula digunakan namun fungsinya hanya sebagai pendukung dan pembantu dalam penelitian. Penelitian ini mengambil lokasi yaitu di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Sragen dan Madrasah Tsanawiyah Maarif NU Kedawung Sragen.

Teknik pengambilan data menggunakan tiga hal, yaitu wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Data primer penelitian ini berupa wawancara dengan kepala sekolah, guru, dan stakeholder, observasi langsung oleh peneliti, dan dokumen-dokumen sekolah. Adapun data sekunder berasal dari hasil riset yang relevan dan berkaitan dengan kedua lembaga tersebut.

Teknik pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi untuk memahami kompleksitas fenomena sosial secara lebih komprehensif (Patton, 1999). Denzin membagi triangulasi menjadi empat jenis, yaitu triangulasi data, triangulasi peneliti, triangulasi teori, dan triangulasi metode (Denzin, 2017). Dalam penelitian

ini, peneliti menggunakan triangulasi data dan metode. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber yaitu kepala sekolah, guru, dan stakeholder. Sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan menggunakan berbagai cara pengumpulan data untuk menggali satu fokus kajian yang dalam hal ini menggunakan tiga metode: wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Data yang sudah dipastikan keabsahannya, dianalisis dengan analisis interaktif dengan tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman, & Saldana, 2014).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Branding dan Peningkatan Citra Madrasah di MTs N 5 Sragen

Pembangunan citra madrasah tidak dapat dibebankan pada satu pihak saja, melainkan memerlukan kerjasama seluruh anggota di institusi tersebut. Di MTs Negeri 5 Sragen, yang dulunya merupakan MTs Tsanawiyah Fillial, telah dilakukan berbagai upaya guna memajukan citra institusi pendidikan islam yang sesuai dengan ekspektasi masyarakat dengan hasil yang membanggakan.

Peran kepala sekolah sangat menentukan keberhasilan proses ini. Sebagai pemimpin, kepala sekolah berfungsi sebagai penggerak sumber daya manusia dan material. Untuk itu dibutuhkan metode dan kebijakan yang tepat guna mewujudkan citra yang diinginkan. Bersumber dari wawancara dengan Kepala sekolah, wakil Kepala sekolah dan staf ditemukan metode pembangunan citra MTs Negeri 5 Sragen sejak 2012 melibatkan beberapa langkah berikut:

a) Menganalisis Kondisi Internal dan Eksternal

Kondisi internal MTs Negeri 5 Sragen memperlihatkan sejumlah tantangan mendasar yang memengaruhi kinerja kelembagaan dan pencapaian pendidikan secara umum. **Pertama**, dari aspek fasilitas dan sarana prasarana, madrasah ini masih tergolong sederhana, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak madrasah, diketahui bahwa pada awalnya sarana dan prasarana yang dimiliki sangat minim karena keterbatasan dana. Madrasah ini berangkat dari status swasta yang bergantung sepenuhnya pada bantuan para donatur, sehingga untuk meningkatkan kualitas fasilitas membutuhkan waktu dan proses bertahap. Setelah beralih status menjadi sekolah negeri, dukungan dana dari pemerintah mulai tersedia, namun proses pemenuhan kebutuhan tidak dapat dilakukan secara instan karena menyesuaikan dengan mekanisme dan prioritas anggaran (Salim, 2022).

Kondisi tersebut berdampak langsung terhadap proses pembelajaran, terutama dalam mendukung integrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Tanpa dukungan fasilitas yang memadai, guru dan siswa akan kesulitan mengakses

sumber belajar digital, berinteraksi secara interaktif, serta membangun pengalaman belajar yang efektif dan bermakna.

Kedua, rendahnya semangat siswa untuk berprestasi. Sebagian besar siswa berasal dari keluarga dengan kondisi ekonomi pas-pasan. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa di luar waktu sekolah, banyak siswa harus membantu orang tua dalam bekerja demi menambah penghasilan keluarga. Keadaan ini menyebabkan siswa harus membagi waktu dan konsentrasi antara belajar dan bekerja, sehingga semangat belajar mereka mengalami penurunan. Konsentrasi yang terpecah serta tekanan sosial ekonomi menjadi faktor yang menghambat pencapaian prestasi akademik (Yuniarto, 2022). Temuan ini sejalan dengan studi oleh Samrin, dkk, yang menyatakan bahwa latar belakang sosial ekonomi siswa berpengaruh signifikan terhadap motivasi belajar, khususnya pada lingkungan pendidikan menengah di daerah rural (Samrin, Syahrul, Kadir, & Maknun, 2020).

Ketiga, Etos kerja guru dan tenaga kependidikan di MTs Negeri 5 Sragen mengalami tantangan tersendiri dalam masa transisi dari sekolah swasta ke sekolah negeri. Perubahan status ini berdampak pada ritme kerja dan beban tanggung jawab yang semakin terstruktur serta terukur. Berdasarkan hasil wawancara, terungkap bahwa awalnya para pendidik dan tenaga kependidikan kesulitan beradaptasi dengan ritme baru yang lebih disiplin dan menuntut (Erning, 2022).

Hal tersebut menunjukkan adanya transformasi budaya kerja yang mulai diarahkan pada peningkatan profesionalisme dan tanggung jawab dalam pelaksanaan tugas. Dalam konteks manajemen pendidikan, peningkatan etos kerja menjadi bagian penting dalam upaya mewujudkan visi, misi, dan tujuan institusi secara keseluruhan. Perubahan organisasi seperti ini sering kali memerlukan penyesuaian tidak hanya dalam prosedur, tetapi juga dalam budaya kerja, termasuk disiplin kerja yang lebih kuat dan komitmen baru terhadap tujuan institusi. Menurut Fullan, reformasi pendidikan yang berhasil membutuhkan peran aktif guru sebagai agen perubahan yang termotivasi, mampu bekerja sama, dan berkomitmen pada perbaikan berkelanjutan (Fullan, 2014). Oleh karena itu, penguatan etos kerja menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam meningkatkan kualitas sekolah secara keseluruhan dan mewujudkan visi pendidikan jangka panjang. Selain kondisi internal, kondisi eksternal juga memengaruhi situasi madrasah.

Pertama, lokasi yang strategis. Madrasah ini memiliki keunggulan strategis dari segi lokasi, karena terletak tepat di tepi jalan utama kawasan Kadawung, Sragen. Akses menuju lokasi sangat mudah dijangkau, baik menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Hal ini sebagaimana disampaikan

oleh salah seorang guru, Ibu Kholidah, yang menyatakan bahwa: *“Letak sekolah ini sangat strategis karena berada tepat di pinggir jalan raya dan dapat dijangkau dengan berbagai alat transportasi, khususnya transportasi umum”* (Kholidah, 2022). Berdasarkan informasi ini, dapat disimpulkan bahwa keberadaan madrasah sangat diuntungkan oleh lokasinya. Meskipun berada di wilayah pinggiran, madrasah ini terletak di jalur penghubung antara Kota Boyolali dan wilayah sekitarnya. Kondisi ini menjadi potensi besar bagi madrasah untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Kedua, jaringan teknologi informasi yang belum optimal. Lokasi madrasah yang berada di luar pusat kota dan berada di wilayah dengan keterbatasan akses terhadap jaringan teknologi informasi, menjadi salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya pemanfaatan teknologi oleh para siswa. Kondisi geografis ini menyebabkan akses terhadap internet tidak merata, dan pada masa awal pendirian madrasah, fasilitas pendukung seperti perangkat jaringan maupun infrastruktur digital masih sangat terbatas.

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa selain kendala teknis berupa minimnya sarana dan prasarana pendukung di masa awal, faktor sosial ekonomi siswa turut menjadi hambatan dalam pemanfaatan teknologi informasi. Keterbatasan akses ini berdampak pada rendahnya intensitas penggunaan teknologi dalam proses pembelajaran, baik oleh siswa maupun guru, sehingga dibutuhkan upaya yang lebih sistematis untuk membangun ekosistem digital yang inklusif di lingkungan madrasah. Hal tersebut sejalan dengan riset Sinambela, dkk yang menunjukkan bahwa siswa dari keluarga dengan keterbatasan ekonomi mengalami kesulitan dalam mengakses perangkat elektronik dan internet, yang berdampak pada rendahnya pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran (Sinambela et al., 2024).

Ketiga, pandangan masyarakat terhadap madrasah yang dinilai sebagai sekolah nomor dua. Sebagian masyarakat masih memandang bahwa kualitas pendidikan di madrasah tertinggal dibandingkan dengan sekolah umum sederajat di perkotaan. Pandangan ini sering kali didasarkan pada anggapan bahwa madrasah hanya menekankan pada pengajaran agama Islam, sementara mata pelajaran umum kurang mendapat perhatian. Seorang guru agama mengungkapkan: *“Masyarakat pada umumnya masih beranggapan bahwa kualitas madrasah masih jauh dibandingkan SMU atau SMK. Paling yang diajari cuma masalah agama. Peminatnya juga berasal dari golongan tertentu saja. Inilah problem yang harus kita selesaikan”* (Arifin, 2022).

b) Memperbaiki Fasilitas Fisik dan Non Fisik

Setelah memahami situasi madrasah, baik dari sisi internal maupun eksternal, Kepala sekolah melaksanakan metode kemajuan citra dengan langkah selanjutnya, yaitu memperbaiki kondisi fisik dan non – fisik. Langkah ini dianggap sangat penting oleh Kepala sekolah untuk mempersiapkan agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Perbaikan tersebut mencakup aspek fisik yang bisa langsung dilihat masyarakat, seperti yang disampaikan oleh Kepala sekolah: “Usaha yang dilakukan dalam memajukan citra madrasah diantaranya perbaikan secara fisik dan non-fisik. Bentuk usaha perbaikan fisik seperti bekerjasama membangun fisik dan kondisi madrasah, dan untuk non-fisik yaitu dengan membangun kekompakan sesama guru” (Badriyah, 2022).

Bersumber dari penjelasan yang disampaikan oleh Kepala sekolah, dapat dipahami bahwa upaya memajukan citra madrasah dilakukan melalui proses perbaikan pada aspek fisik dan non fisik. Perbaikan tersebut dilaksanakan karena kondisi madrasah sebelum masa kepemimpinan beliau masih sangat berbeda, dimana madrasah kurang dikenal oleh masyarakat, bahkan keberadaannya belum sepenuhnya disadari. Selanjutnya, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, langkah perbaikan madrasah dalam aspek fisik dan non-fisik meliputi: perbaikan gedung dan fasilitas madrasah, membentuk kelas rintisan, mengadakan pengabdian kepada masyarakat, aktif dalam berbagai perlombaan, mengadakan kegiatan sekolah yang terbuka untuk masyarakat umum dan bekerjasama dengan media lokal sebagai mitra publikasi, serta optimalisasi publikasi dengan berbagai media cetak.

Strategi yang dilakukan oleh MTs N 5 Sragen sesuai dengan pandangan Brown, Dacin, Pratt, dan Whetten yang menyebutkan bahwa citra institusional merupakan hasil persepsi publik terhadap identitas internal organisasi yang dikelola dan dikomunikasikan secara konsisten (Brown, Dacin, Pratt, & Whetten, 2006). Penerapan teknologi dalam pembelajaran, meski menghadapi keterbatasan pada akses dan kesiapan SDM, telah diarahkan sebagai langkah inovatif menuju efisiensi pembelajaran dan sebagai simbol modernisasi madrasah. Hal ini selaras dengan teori *Diffusion of Innovations* dari Rogers, yang menjelaskan bahwa adopsi teknologi di lingkungan pendidikan memerlukan kesesuaian dengan kondisi sosial, ekonomi, dan budaya pengguna serta memerlukan agen perubahan yang berperan aktif dalam penyebarannya (Rogers, 2003). Di MTs Negeri 5 Sragen, guru dan pimpinan tampak berperan sebagai agen perubahan ini.

Dari sisi pembangunan citra eksternal, madrasah menunjukkan upaya konkret melalui penyelenggaraan kegiatan sosial, pengabdian masyarakat, dan peningkatan eksistensi di media. Hemsley-Brown dan Oplatka menyatakan bahwa reputasi institusi pendidikan tidak hanya dibentuk oleh kualitas akademik,

melainkan juga oleh hubungan eksternal yang dijalin dengan komunitas (Hemsley-Brown & Oplatka, 2006). Strategi promosi melalui kalender, media sosial, kegiatan milad, dan pelibatan dalam kegiatan masyarakat mendukung persepsi positif madrasah sebagai lembaga religius, terbuka, dan adaptif.

Kepemimpinan di MTs Negeri 5 Sragen tercermin dalam gaya *transformational leadership* yang menekankan visi perubahan, pemberdayaan anggota, dan semangat kolektif (Bass & Riggio, 2006). Kepala madrasah mendorong guru dan staf untuk bekerja lebih profesional setelah transisi dari madrasah swasta ke negeri, dan membangun budaya kerja yang mendukung pembelajaran inovatif dan pembentukan citra positif.

Pentingnya pendekatan holistik dalam membangun citra madrasah ini juga dapat dilihat dari pendekatan dua arah: internal melalui pembenahan mutu pembelajaran dan lingkungan sekolah, serta eksternal melalui keterlibatan sosial. Pendekatan tersebut sejalan dengan model *institutional branding* dalam pendidikan yang menekankan pada keselarasan antara kualitas internal dan persepsi eksternal (Wæraas & Solbakk, 2009).

Peran kepemimpinan dalam lembaga pendidikan menjadi faktor kunci dalam membentuk citra institusi, termasuk madrasah. Langkah awal pimpinan dengan mengenali kekuatan internal dan memahami kondisi eksternal madrasah mencerminkan penggunaan pendekatan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Pemahaman terhadap potensi internal dan tantangan lingkungan eksternal memungkinkan pemimpin merumuskan strategi pengembangan madrasah yang kontekstual dan tepat sasaran (Bryson, 2004).

Tindakan lanjutan berupa pembenahan fisik dan non-fisik madrasah mencerminkan praktik perbaikan institusional yang menyeluruh. Konsep *school improvement* tidak hanya berfokus pada aspek infrastruktur, tetapi juga menyentuh pada dimensi budaya sekolah, iklim pembelajaran, dan kualitas interaksi antar warga sekolah (Hopkins, 2003). Peningkatan sarana-prasarana yang dibarengi penguatan manajemen dan nilai-nilai kelembagaan menjadi indikator meningkatnya kualitas layanan pendidikan.

Strategi promosi dan pengenalan madrasah kepada masyarakat menunjukkan penerapan prinsip-prinsip pemasaran pendidikan. Lembaga pendidikan perlu secara aktif membangun komunikasi dengan publik guna menyampaikan nilai, keunggulan, dan karakter unik yang dimilikinya (Kotler & Fox, 1995). Pimpinan madrasah yang menyadari pentingnya promosi akan mendorong partisipasi masyarakat dan memperluas daya jangkauan informasi positif tentang lembaga.

Citra madrasah yang berkembang dari berbagai upaya tersebut merupakan hasil proses branding kelembagaan. Persepsi publik terhadap madrasah tidak terbentuk dari satu sumber informasi saja, melainkan melalui akumulasi

pengalaman masyarakat dalam berinteraksi langsung dengan kualitas layanan pendidikan yang diberikan (Hemsley-Brown & Goonawardana, 2007). Oleh karena itu, pembentukan citra membutuhkan waktu dan konsistensi dalam kinerja.

Kepemimpinan yang berhasil mendorong transformasi madrasah menunjukkan ciri-ciri kepemimpinan transformasional. Pemimpin dengan gaya ini mampu membangkitkan semangat kolektif, menumbuhkan visi bersama, serta menggerakkan partisipasi seluruh warga lembaga (Bass & Avolio, 1994). Kualitas kepemimpinan yang demikian dapat memperkuat daya saing dan membentuk identitas positif madrasah di tengah masyarakat.

Dalam konteks legitimasi kelembagaan, strategi pimpinan madrasah juga dapat dijelaskan melalui teori institusional. Lembaga pendidikan berupaya menyesuaikan diri dengan norma, nilai, dan harapan masyarakat untuk memperoleh legitimasi sosial (DiMaggio & Powell, 2000). Pencitraan positif madrasah akan memperkuat posisi institusi dalam sistem pendidikan dan meningkatkan kepercayaan dari publik.

Keberhasilan membangun citra madrasah tidak dapat dipisahkan dari keterlibatan seluruh warga madrasah. Kolaborasi antara pimpinan, guru, tenaga kependidikan, siswa, dan orang tua mencerminkan pendekatan *distributed leadership* (Spillane, 2006). Kepemimpinan yang terdistribusi memungkinkan proses pencitraan berlangsung secara lebih luas, berkelanjutan, dan memiliki legitimasi sosial yang lebih kuat.

2. Branding dan Peningkatan Citra Madrasah di MTs Maarif Kedawung Sragen

Dalam upaya membangun dan mempertahankan citra positif madrasah, strategi yang diterapkan oleh pimpinan MTs NU Ma'arif Kedawung menekankan pentingnya pembenahan internal sebelum melakukan promosi eksternal. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman bahwa citra lembaga pendidikan tidak hanya dibentuk melalui upaya pemasaran, tetapi juga melalui kualitas dan integritas internal yang kuat. Sebagaimana diungkapkan oleh kepala sekolah: "Metode yang saya ambil dalam memajukan citra madrasah hampir sama dengan upaya dalam citra madrasah. Pertama saya melakukan pembenahan ke dalam. Baru setelah itu kita menunjukkan diri ke masyarakat tentang inilah kami" (Suparno, 2022).

Pernyataan tersebut mencerminkan pendekatan dua arah: pertama, fokus pada peningkatan kualitas internal madrasah melalui pembenahan manajemen, peningkatan kompetensi tenaga pendidik, serta perbaikan sarana dan prasarana; kedua, melakukan promosi eksternal untuk memperkenalkan madrasah kepada masyarakat luas.

Dalam upaya membangun citra madrasah yang unggul, kondisi internal lembaga menjadi faktor yang sangat menentukan. Baik atau buruknya kondisi madrasah akan berpengaruh langsung terhadap persepsi masyarakat dan kepercayaan publik (Khorotunniswah, 2020). Oleh karena itu, Pimpinan MTs NU Ma'arif Kedawung menerapkan sejumlah langkah strategis untuk memperbaiki kualitas internal lembaga sebelum memperluas pengenalan eksternal.

Sebagaimana diungkapkan oleh Wakil Kepala Madrasah bidang Kurikulum, Ibu One Indarti, pimpinan madrasah mengambil inisiatif melalui peningkatan kualitas fasilitas, perbaikan manajemen administrasi, serta peningkatan kesejahteraan guru dan tenaga kependidikan. Ketika muncul masalah internal, langkah pertama yang diambil adalah musyawarah tertutup bersama wakil kepala madrasah, dan jika belum menemukan solusi, seluruh guru dan staf dilibatkan dalam diskusi bersama (Indarti, 2022). Pendekatan kolaboratif ini menunjukkan bahwa partisipasi semua unsur madrasah menjadi kunci untuk menjaga stabilitas dan kemajuan lembaga.

Selain itu, untuk memperkuat hubungan internal antar guru dan staf, madrasah secara rutin mengadakan pertemuan setiap dua bulan sekali, anjungsana, serta kegiatan rekreasi bersama di akhir tahun ajaran. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Suparno, langkah-langkah ini bertujuan membangun keharmonisan dan kekompakan, yang merupakan pondasi penting bagi organisasi pendidikan (Suparno, 2022). Dengan menciptakan iklim kerja yang harmonis, madrasah tidak hanya menghindari konflik internal, tetapi juga memperkuat orientasi kolektif menuju pencapaian visi bersama.

Kegiatan evaluasi rutin yang dilakukan setiap akhir bulan, sebagaimana dinyatakan oleh Bapak Suparno, semakin menegaskan bahwa refleksi dan evaluasi berkelanjutan menjadi bagian integral dari manajemen madrasah (Suparno, 2022). Ini sejalan dengan temuan Tschannen-Moran, (2014) yang menyatakan bahwa sekolah dengan budaya reflektif yang kuat cenderung memiliki performa yang lebih baik.

Dalam konteks peningkatan citra madrasah, perhatian juga diarahkan pada kemajuan potensi siswa. Kepala sekolah menekankan pentingnya peningkatan kualitas input siswa melalui seleksi ketat dalam penerimaan siswa baru, optimalisasi proses pembelajaran (KBM), dan pengembangan output siswa sesuai minat dan bakat. Selain prestasi akademik, aspek karakter atau akhlakul karimah menjadi fokus utama dalam pembinaan peserta didik (Suparno, 2022).

Upaya ini diwujudkan melalui berbagai program ekstrakurikuler seperti seni baca Al-Qur'an, keterampilan diri, dan pengembangan kreativitas siswa (Suparno, 2022). Penekanan pada keseimbangan antara aspek kognitif dan afektif ini sejalan dengan pendekatan pendidikan holistik sebagaimana diuraikan oleh Darling-

Hammond et al. (2020), yang menekankan pentingnya pendidikan berbasis karakter untuk membekali siswa menghadapi tantangan abad ke-21.

Dalam membangun citra madrasah yang kuat dan berkelanjutan, diperlukan strategi yang komprehensif, tidak hanya melalui pembenahan internal, tetapi juga dengan memperkuat eksistensi eksternal di tengah masyarakat. Pimpinan MTs NU Maarif Kedawung menerapkan pendekatan aktif dalam membangun hubungan eksternal melalui partisipasi di berbagai kegiatan sosial dan kemasyarakatan. Seperti diungkapkan oleh Wakil Pimpinan Bidang Sarana dan Prasarana, Bapak Agus Sutarto, madrasah secara aktif terlibat dalam berbagai kegiatan seperti keikutsertaan siswa dalam Paskibra pada peringatan Hari Besar Nasional (PHBN) tingkat kecamatan, penyelenggaraan santunan anak yatim, kegiatan donor darah, serta program “Jumat Sehat” berupa jalan santai atau bersepeda bersama antara siswa dan guru (Sutarto, 2022). Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat citra positif madrasah, tetapi juga untuk menumbuhkan nilai-nilai sosial di kalangan siswa.

Lebih jauh, hubungan madrasah dengan Yayasan Pendidikan Nahdlatul Ulama sebagai badan pendiri juga terus diperkuat melalui kolaborasi dalam berbagai kegiatan keagamaan seperti peringatan Hari Besar Islam (PHBI), anjangsana, dan safari Ramadan (Setiawan, 2022). Upaya ini menegaskan pentingnya konektivitas antara madrasah dengan jejaring sosial-komunitasnya.

Selain membangun citra melalui aktivitas sosial, madrasah juga melakukan berbagai upaya promosi untuk meningkatkan kualitas input peserta didik. Langkah ini meliputi promosi madrasah ke SMP dan MAN di sekitar, penyelenggaraan *try out* gratis dengan hadiah tabungan pendidikan (Tabanas), serta pemberian insentif berupa jalur pendaftaran khusus bagi siswa berprestasi (Suparno, 2022).

Data penelitian menunjukkan strategi MTs Maarif NU Kedawung Sragen dalam memajukan citra madrasah menunjukkan pendekatan yang terstruktur dan berorientasi jangka panjang. Strategi tersebut dapat dianalisis melalui dua dimensi utama, yaitu tindakan internal dan tindakan eksternal, yang keduanya saling berkaitan dalam proses pembentukan citra institusional.

Pertama, tindakan ke dalam (internal) merupakan tahap pembenahan sistem, fasilitas, dan sumber daya manusia di lingkungan madrasah. Pendekatan ini sesuai dengan prinsip dasar manajemen mutu pendidikan, yang menekankan pentingnya peningkatan kualitas internal sebagai pondasi utama untuk membangun kepercayaan masyarakat (Sallis, 2014). Dalam konteks ini, pimpinan madrasah berfokus pada penataan manajemen, peningkatan kompetensi guru, pemeliharaan fasilitas, serta pembentukan budaya madrasah yang positif. Hal ini sejalan dengan

konsep *organizational readiness*, di mana institusi perlu menunjukkan kesiapan internal sebelum memperluas jangkauan pengaruh eksternal (Weiner, 2009).

Kedua, tindakan ke luar (eksternal) merupakan tahap promosi dan komunikasi publik yang dilakukan setelah madrasah dinilai cukup layak untuk "menunjukkan diri" kepada masyarakat. Tahapan ini menunjukkan strategi *branding* atau pencitraan yang dilakukan melalui diseminasi nilai-nilai, keunggulan, dan capaian madrasah kepada publik. Pendekatan ini didukung oleh teori *institutional image building*, yang menekankan pentingnya komunikasi strategis dalam menciptakan persepsi positif publik terhadap institusi pendidikan (Hemsley-Brown & Oplatka, 2006). Dalam praktiknya, bentuk komunikasi tersebut dapat berupa pelibatan media sosial, publikasi prestasi siswa, kegiatan kolaboratif dengan masyarakat, maupun transparansi pengelolaan lembaga.

Strategi dua langkah yang dilakukan oleh Kepala sekolah ini mencerminkan pendekatan *inside-out branding*, di mana kekuatan internal organisasi menjadi dasar utama dalam membangun identitas eksternal (Ind, 2007). Artinya, citra madrasah tidak dibangun melalui pencitraan semata, tetapi melalui kesiapan substansial dalam aspek-aspek internalnya. Lebih jauh, langkah tersebut menunjukkan karakteristik kepemimpinan transformasional, di mana pimpinan bertindak sebagai agen perubahan yang memotivasi seluruh komponen madrasah untuk berinovasi, memperbaiki diri, dan bersama-sama mengangkat nama baik institusi. Proses ini menuntut kepemimpinan yang visioner, komunikatif, serta mampu menjalin kerja sama internal dan eksternal (Bass & Riggio, 2006).

Dengan demikian, strategi pimpinan dalam memajukan citra madrasah mencerminkan proses citra strategis yang bertahap dan terarah, dimulai dari penguatan kapasitas internal hingga penetrasi pesan dan nilai ke luar organisasi. Strategi ini tidak hanya berdampak pada persepsi masyarakat, tetapi juga pada kualitas proses pembelajaran dan tata kelola lembaga secara keseluruhan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan citra di MTs Negeri 5 Sragen dan MTs Maarif NU Kedawung dilakukan melalui strategi yang terstruktur, mencakup pembenahan internal dan perluasan pengakuan eksternal. Secara keseluruhan, kedua madrasah menunjukkan bahwa peningkatan citra tidak hanya mengandalkan pencitraan eksternal, tetapi harus didahului dengan pembenahan kualitas internal. Sinergi antara peningkatan mutu, keterlibatan sosial, dan promosi yang efektif menjadi kunci dalam membangun dan mempertahankan citra madrasah yang positif dan berkelanjutan di tengah masyarakat.

MTs Negeri 5 Sragen mengutamakan pembenahan fasilitas, peningkatan motivasi akademik siswa, serta penanaman budaya kerja yang lebih disiplin di kalangan tenaga pendidik dan kependidikan. Kendala awal berupa keterbatasan dana dan rendahnya semangat belajar siswa akibat faktor sosial ekonomi diatasi melalui pembinaan intensif dan perbaikan ekosistem pembelajaran. MTs Maarif NU Kedawung menerapkan strategi pembenahan internal diikuti dengan keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan. Partisipasi dalam kegiatan masyarakat, promosi prestasi siswa, serta kerjasama dengan yayasan dan institusi lain menjadi bagian penting dalam membangun citra positif madrasah di mata masyarakat. Optimalisasi kualitas internal menjadi landasan bagi peningkatan eksistensi eksternal yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2020). *Rekonstruksi Pendidikan Islam: Menjawab Tantangan Modernitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Z. (2022, March 21). *Wawancara dengan Zaenal Arifin Guru Aqidah*.
- Badriyah, M. (2022, March 21). *Wawancara dengan Ibu Hj. Muawanatul Badriyah, S.Ag., M.Pd.I (Kepala Sekolah MTsN 5 Sragen)*.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness Through Transformational Leadership*. SAGE.
- Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational Leadership* (2nd ed.). New York: Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9781410617095>
- Brown, T. J., Dacin, P. A., Pratt, M. G., & Whetten, D. A. (2006). Identity, intended image, construed image, and reputation: An interdisciplinary framework and suggested terminology. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 99–106. <https://doi.org/10.1177/0092070305284969>
- Bryson, J. M. (2004). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*. John Wiley & Sons.
- Darling-Hammond, L., Flook, Lisa, Cook-Harvey, Channa, Barron, Brigid, & Osher, D. (2020). Implications for educational practice of the science of learning and development. *Applied Developmental Science*, 24(2), 97–140. <https://doi.org/10.1080/10888691.2018.1537791>
- Denzin, N. K. (2017). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315134543>

- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (2000). The iron cage revisited institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. In *Economics Meets Sociology in Strategic Management* (Vol. 17, pp. 143–166). Emerald Group Publishing Limited. (world). [https://doi.org/10.1016/S0742-3322\(00\)17011-1](https://doi.org/10.1016/S0742-3322(00)17011-1)
- Erning. (2022, March 15). *Wawancara dengan Ibu Erning bagian Kesiswaan*.
- Fullan, M. (2014). *The Principal: Three Keys to Maximizing Impact*. John Wiley & Sons.
- Hemsley-Brown, J., & Goonawardana, S. (2007). Brand harmonization in the international higher education market. *Journal of Business Research*, 60(9), 942–948. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.01.019>
- Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2006). Universities in a competitive global marketplace. *International Journal of Public Sector Management*, 19(4), 316–338. <https://doi.org/10.1108/09513550610669176>
- Hopkins, D. (2003). *School Improvement for Real*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203165799>
- Ind, N. (2007). *Living the Brand: How to Transform Every Member of Your Organization Into a Brand Champion*. Kogan Page Publishers.
- Indarti, O. (2022, April 6). *Wawancara dengan One Indarti bagian kurikulum madrasah pada 6 April 2022*.
- Jo Hatch, M., & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), 356–365. <https://doi.org/10.1108/eb060636>
- Kholidah, P. (2022, March 21). *Wawancara dengan Putri Kholidah S. Guru Bahasa Arab*.
- 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>
- Koehler, M. J., Mishra, P., Kereluik, K., Shin, T. S., & Graham, C. R. (2014). The Technological Pedagogical Content Knowledge Framework. In J. M. Spector, M. D. Merrill, J. Elen, & M. J. Bishop (Eds.), *Handbook of Research on Educational Communications and Technology* (pp. 101–111). New York, NY: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-3185-5_9
- Kotler, P., & Fox, K. F. A. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions*. Prentice-Hall.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis* (3rd ed.). USA: SAGE.
- Patton, M. Q. (1999). Enhancing the quality and credibility of qualitative analysis. *Health Services Research*, 34(5 Pt 2), 1189–1208.

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations, 5th Edition*. Simon and Schuster.
- Rusmini, R., Chaniago, F., & Piola, H. (2023). Strategi Branding Image dalam Meningkatkan Daya Saing di Madrasah Tsanawiyah. *ISLAMIC PEDAGOGY: Journal of Islamic Education*, 1(1), 18–28. <https://doi.org/10.52029/ipjie.v1i1.144>
- Salim, N. Z. (2022, April 10). Wawancara dengan Nur Zaidi Salim.
- Sallis, E. (2014). *Total Quality Management in Education*. Routledge.
- Samrin, S., Syahrul, S., Kadir, S. F., & Maknun, D. R. L. (2020). Pengaruh Kondisi Sosial Ekonomi terhadap Motivasi Belajar Siswa. *Shautut Tarbiyah*, 26(2), 250–271. <https://doi.org/10.31332/str.v26i2.2400>
- Setiawan, A. (2022, April 3). Wawancara dengan Agus Setiawan Waka Humas pada 3 April 2022.
- Sinambela, S. M., Lumbantobing, J. N. Y., Saragih, M. D., Mangunsong, A. F., Nisa, C., Simanjuntak, J. P., & Jamaludin, J. (2024). Kesenjangan Digital dalam Dunia Pendidikan Masa Kini dan Masa Yang Akan Datang: Studi Kasus di SMP N 35 Medan. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 2(3), 15–24. <https://doi.org/10.55606/jubpi.v2i3.3003>
- Spillane, J. P. (2006). *Distributed Leadership*. Wiley.
- Suparno. (2022, April 4). Wawancara dengan Bapak Suparno, S.Ag. Selaku Kepala Sekolah.
- Sutarto, A. (2022, April 3). Wawancara dengan Agus Sutarto Waka Sarana dan Prasarana.
- Tschannen-Moran, M. (2014). Trust Matters: Leadership for Successful Schools, 2nd Edition. In *John Wiley & Sons, Inc.* John Wiley & Sons, Inc.
- Wæraas, A., & Solbakk, M. N. (2009). Defining the essence of a university: Lessons from higher education branding. *Higher Education*, 57(4), 449–462. <https://doi.org/10.1007/s10734-008-9155-z>
- Weiner, B. J. (2009). A theory of organizational readiness for change. *Implementation Science*, 4(1), 67. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-4-67>
- Yuniarto, F. (2022, April 14). Wawancara dengan Farid Yuniarto (Waka Kesiswaan).