

STRATEGI HUMAS MELALUI MEDIA ONLINE DALAM MEMBANGUN CITRA MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

Nani Nafisaturohmah

NIM : 1603036001

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nani Nafisaturohmah
NIM : 1603036001
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI HUMAS MELALUI MEDIA ONLINE DALAM MEMBANGUN CITRA MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH SEMARANG

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 30 Desember 2020

Pembuat Pernyataan



Nani Nafisaturohmah

NIM: 1603036029



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Semarang
Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Strategi Humas Melalui Media Online Dalam
Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah
Semarang**
Penulis : Nani Nafisaturohmah
NIM : 1603036001
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Program Studi : Strata Satu (S.1)

Telah diujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 30 Desember 2020

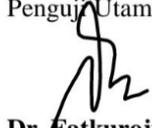
DEWAN PENGUJI

Ketua

Sekretaris

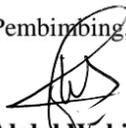

Dr. Fahrurrozi, M.Ag.
NIP. 197708162005011003
Penguji Utama I


Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag.
NIP. 196812121994011003
Penguji Utama II


Dr. Fatkuroji, M.Pd.
NIP. 197704152007011032


Agus Khunaifi, M.Ag.
NIP. 197602262005011004

Pembimbing,


Dr. Abdul Wahid, M. Ag.
NIP.196911141994031003

NOTA DINAS

Semarang, 30 Desember 2020

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Strategi Humas Melalui Media Online Dalam Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang**
Penulis : Nani Nafisaturohmah
NIM : 1603036001
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Program Studi : Strata Satu (S.1)

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diujikan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing,



Dr. Abdul Wahid, M. Ag.
NIP.196911141994031003

ABSTRAK

Judul : **Strategi Humas Melalui Media Online Dalam Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang**
Penulis : Nani Nafisaturohmah
NIM : 1603036001

Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Akhlaqiyah Semarang merupakan madrasah swasta yang berada di wilayah beringin, Ngaliyan. Di lingkungan tersebut terdapat banyak sekolah tingkat dasar. Sehingga Madrasah tersebut perlu mengenalkan program madrasah kepada masyarakat . Website merupakan salah satu pilihan media yang dipilih oleh MI Miftahul Akhlaqiyah dalam membangun citra madrasah.

Fokus permasalahan yang diambil dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana Strategi Humas Melalui Media Online Dalam Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang?.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data menggunakan beberapa metode, yaitu: observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) untuk dapat memudahkan akses pengguna yaitu adanya fasilitas yang memadai, kemudahan dalam menemukan *website*, *Mobile Friendly*, pengoperasionalan *website* yang sederhana, adanya pemberitahuan berita teraktual dan terpopuler, serta kecepatan akses. Akan tetapi *website* MI Miftahul Akhlaqiyah tidak memiliki fitur Navigasi. (2) *Website* MI Miftahul Akhlaqiyah memiliki pengunjung yang banyak serta memiliki cakupan yang mengglobal. (3) *website* MI Miftahul Akhlaqiyah tidak bisa dilakukan komunikasi antar pengunjung, tetapi hanya dapat dilakukan antara pengunjung dengan pengelola.

Kata Kunci: *Strategi, Humas, Media Online, Website, Citra, MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang*

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Keputusan Bersama Menteri agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987.

1. Konsonan

No	Arab	Nama	Latin
1	ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan
2	ب	<i>Ba</i>	B
3	ت	<i>Ta</i>	T
4	ث	<i>Sa</i>	š
5	ج	<i>Jim</i>	J
6	ح	<i>Ha</i>	Ḥ
7	خ	<i>Kha</i>	Kh
8	د	<i>Da</i>	D
9	ذ	<i>Za</i>	ẓ
10	ر	<i>Ra</i>	R
11	ز	<i>Zai</i>	Z
12	س	<i>Sin</i>	S
13	ش	<i>Syin</i>	Sy
14	ص	<i>Sad</i>	š
15	ض	<i>Dad</i>	ḍ
16	ط	<i>Ta</i>	ṭ
17	ظ	<i>Za</i>	Ẓ
18	ع	<i>'Ain</i>	‘

19	غ	<i>Gain</i>	G
20	ف	<i>Fa</i>	F
21	ق	<i>Qaf</i>	Q
22	ك	<i>Kaf</i>	K
23	ل	<i>Lam</i>	L
24	م	<i>Mim</i>	M
25	ن	<i>Nun</i>	N
26	و	<i>Wau</i>	W
27	ه	<i>Ha</i>	H
28	ء	<i>Hamzah</i>	'
29	ي	<i>Ya</i>	Y

2. Vokal pendek

َ	= a	كَتَبَ	kataba
ِ	= i	سُئِلَ	su'ila
ُ	= u	يَذْهَبُ	yazhabu

3. Vokal panjang

َا	= ā	قَالَ	qāla
ِي	= ī	قِيلَ	qīla
ُو	= ū	يَقُولُ	yaqūlu

4. Diftong

َايَ	= ai	كَيْفَ	kaifa
َاوَ	= au	حَوْلَ	ḥaula

5. Syaddah (ّ)

Syaddah atau *tasydid* dilambangkan dengan konsonan ganda.

6. Kata sandang (...ال)

Transliterasi kata sandang untuk Qamariyyah dan Shamsiyyah dialihkan menjadi = al

الرَّحْمَن = al-Rahman

الْعَالَمِينَ = al-‘Ālamīn

7. Ta’ Marbutah (ة)

Setiap ta’ marbutah ditulis dengan “h” misal الرؤية ditulis dengan ar-ru’yah.

MOTTO

“Berusaha tanpa berdoa adalah sombong
Berdoa tanpa berusaha adalah bohong
Karena keduanya harus seimbang”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul **“Strategi Humas Melalui Media Online Dalam Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang”** dapat disusun sesuai harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak terlepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang Dr. Lift Anis Ma'sunnah, M.Ag.
3. Ketua jurusan Dr. Fatkurroji, M.Pd. dan Sekretaris jurusan Agus Khunaefi, M.Ag Jurusan Manajemen Pendidikan Islam FITK UIN Walisongo Semarang.
4. Dosen pembimbing Dr. Abdul Wahid, M.Ag yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Dosen Wali Studi Drs. Fahrurrozi, M.Ag yang sudah memberikan motivasi dan arahan selama masa studi. Segenap dosen, pegawai dan seluruh civitas akademik di lingkungan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang yang telah

memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman di bangku perkuliahan.

6. Kepala Madrasah Ibtidaiyah Akhlaqiyah Semarang beserta dewan guru dan jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan membantu dalam proses penelitian.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Misamudin dan Ibu Siti Rohyati yang sangat penulis cintai dan muliakan, kakak saya Naelaturohmah dan adik saya Ilham Ramadani yang selalu mencurahkan do'a-do'a, nasihat, pengorbanan, perjuangan, perhatian, kasih sayang dan dukungan yang luar biasa, sehingga penulis bisa menyelesaikan kuliah serta skripsi dengan lancar serta untuk kesuksesan penulisan.
8. Keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.
9. Sahabat Karib penulis Toto Iswanto yang tak henti-hentinya memberikan semangat, dukungan, dan do'anya kepada penulis.
10. Sahabat saya Nur Rohmah, Ayu Azizatullailiyah, Evi Noviani, Alfian Hidayat, Anggi Anggara, Istakhatun, Nanda Eka Rizkiyana Putri, dan Aminatun yang tidak pernah luput memberikan dukungan dan curahan motivasi dalam menjalani proses.
11. PP. Ngocar Ngacir khususnya Agus Hasanudin yang turut membantu, serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

12. Teman-teman seperjuangan di Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2016, khususnya Miftahul Jannah Puspitasari, Nurul Laili Ulya, Ikhdha Aimatul Alawiyah, Fatimatur rohmah, Ruviyana Naviya Safitri dan Siti Roisah Fatimah yang tidak pernah luput untuk membantu dan memotivasi penulis untuk menuntaskan skripsi.
13. Keluarga besar UKM PSHT UIN Walisongo Semarang kususnya angkatan 2018, Tim KKL Balai Diklat Keagamaan Semarang, Tim PPL MTs Negeri 2 Kendal, dan Tim KKN posko 33 Desa Sembungharjo, Genuk dan Dema UIN Walisongo Semarang 2019 yang telah menorehkan cerita dalam bagian kehidupan penulis selama menjalani hari-hari di UIN Walisongo Semarang.
14. Semua pihak yang turut membantu dan memberikan dukungan kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Semarang, 30 Desember 2020



Nani Nafisaturohmah

NIM: 1603036029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
ABSTRAK.....	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
MOTTO.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9

BAB II STRATEGI HUMAS MELALUI MEDIA ONLINE DALAM MEMBANGUN CITRA MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH SEMARANG

A. Kajian Teori.....	12
1. Pengretian Strategi.....	12
2. Hubungan Masyarakat.....	14
a. Pengertian Hubungan Masyarakat.....	14
b. Fungsi Hubungan Masyarakat.....	22
c. Ciri-Ciri Hubungan Masyarakat.....	23
3. Media Online.....	24
a. Pengertian <i>Website</i>	25
b. Jenis-Jenis <i>Website</i>	27
c. Manfaat <i>Website</i>	29

4. Citra	30
a. Pengertian Citra	30
b. Jenis-Jenis Citra	32
5. Strategi Humas Melalui Media Online Dalam Membangun Citra	35
a. Kemudahan Akses	38
b. Networking(Jaringan Luas).....	40
c. Komunikasi Interaktif.....	41
B. Kajian Pustaka Relevan	42
C. Kerangka Berpikir.....	48

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	50
B. Tempat dan Waktu Penelitian	51
C. Jenis dan Sumber Data.....	51
D. Fokus Penelitian	53
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Uji Keabsahan Data	56
G. Teknik Analisis Data.....	58

BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data	61
1. Sejarah MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ...	61
2. Profil MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang	64
3. Penyelenggaraan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang	66
4. Visi Misi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang .	66
5. Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang	67
6. Peserta didik MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.....	70
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	71

1. Strategi Humas Melalui Media Onine Dalam Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang	71
a. Kemudahan Akses.....	91
b. Networking(Jaringan Luas).....	109
c. Komunikasi Interaktif	113
C. Analisi Data	120
1. Strategi Humas Melalui Media Online Dalam Membangun Citra Mi Miftahul Akhlaqiyah Semarang	120
a. Kemudahan Akses	123
b. Networking(Jaringan Luas)	128
c. Komunikasi Interaktif.....	130
D. Keterbatasan Penelitian	131

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	133
B. Saran-saran.....	134
C. Kata Penutup.....	135

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan	65
Tabel 4.2	Data Guru Sertifikasi dan Non Sertifikasi.....	66
Tabel 4.3	Jumlah Peserta Didik MI Miftahul Akhlaqiyah	67
Tabel 4.4	Waktu Terbit Postingan	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pedoman Dokumentasi	139
Lampiran 2	Pedoman Observasi.....	140
Lampiran 3	Pedoman Wawancara	142
Lampiran 4	Struktur MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang	162
Lampiran 5	Surat Keterangan Observasi.....	163
Lampiran 6	Dokumentasi Penelitian	164
Lampiran 7	Riwayat Hidup	167

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	46
Gambar 4.1 Denah Lokasi MI Miftahul Akhlaqiyah	62
Gambar 4.2 Fasilitas Madrasah Berupa Komputer	90
Gambar 4.3 Fasilitas Madrasah Berupa Wifi	90
Gambar 4.4 Keberadaan Link website MI Miftahul Akhlaqiyah	94
Gambar 4.5 Flayer.....	95
Gambar 4.6 Situs Yang Mengakses Website MI Miftahul Akhlaqiyah	96
Gambar 4.7 Kata Temuan Madrasah Unggul Literasi.....	97
Gambar 4.8 <i>Page by Operating System</i>	99
Gambar 4.9 Fitur Website MI Miftahul Akhlaqiyah	101
Gambar4.10 Berita Terupdate dan Terpopuler.....	103
Gambar 4.11 Jumlah Pengunjung Dalam 1 Tahun.....	108
Gambar 4.12 Statistik Pengunjung Pada Bulan November.....	109
Gambar 4.13 Gambar Diagram Pengunjung Website	110
Gambar 4.14 Fitur Hubungi Kami dan Kontak Kami	113

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang kita telah memasuki era masyarakat informasi, dimana peran utama dipegang oleh teknologi digital dengan kemampuan multimedia serta internet yang bersifat lintas batas. Dunia telah berubah dimana wilayah dan waktu bukan menjadi batasan. Dunia saat ini sudah berubah menjadi dunia baru, dunia virtual buatan internet. Semua bisa diakses melalui internet. Mulai dari informasi tentang produk, berita, komunikasi baik melalui gambar, video maupun suara. Kemampuan media pada era digital membuat masyarakat dalam menerima informasi lebih cepat.¹

Pertumbuhan jumlah pengguna internet bersamaan dengan segmen konsumen ponsel pintar, tablet dan laptop. Hal ini dapat kita lihat dari hasil survei yang “menunjukkan 45% memiliki ketiga perangkat dan 93% memiliki telepon genggam, dimana 80% sudah berupa ponsel pintar.”² Maka tidak bisa dipungkiri jika hampir setiap orang bukan hanya orang dewasa bahkan anak-anak menggunakan media online. Hal ini juga dapat kita lihat dari hasil

¹ Wawan Setiawan, “Era Digital dan Tantangannya”, *Seminar nasional Pendidikan*, (Sukabumi, 09 Agustus 2017), hlm 1.

² Agung Laksmana, *Public Relations in the age of disruption: 17 pengakuan profesional PR dan kunci sukses membangun karier pada era disrupsi*, (Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2018), hlm. 50.

riset yang dilakukan oleh Devi Novita Arlianti yaitu dari “52 responden dengan usia 18 sampai 22 tahun menunjukkan 59,6% sering memakai media online, 36,5% selalu memakai media online, sisanya 1,9 % kadang dan jarang.”³

Berbagai sektor menggunakan teknologi internet untuk terus mengembangkan dan membenahi diri. Salah satunya di sektor pendidikan. Tidak hanya dalam soal pembelajaran melalui internet, referensi di internet, dokumentasi, relasi dan sebagainya melalui internet. Dalam hal lain, perkembangan teknologi yang sangat pesat menjadikan tantangan tersendiri bagi sektor pendidikan, baik dari segi pembelajaran maupun pengembangan lembaga pendidikan. Secara internal, pendidikan harus terus meningkatkan kualitas pembelajarannya dari berbagai sudut, secara eksternal lembaga pendidikan juga memerlukan sosialisasi dan perluasan relasi. Lembaga pendidikan sebaik mungkin harus mampu membangun citra untuk mempertahankan persepsi serta sikap yang diberikan siswa terhadap lembaga.⁴

³ Adelia Septiani Restanti Tania, dkk, *Media Sosial, Identitas, transformasi, dan tantagannya*, (Jakarta: Gramedia, 2020), hlm. 80.

⁴ Adriza, *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi Yang Berbasis Vokasi (dilengkapi dengan hasil penelitian berupa SEM)*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2015), hlm 88.

Citra merupakan gambaran yang dibuat oleh suatu lembaga terhadap pikiran banyak orang secara utuh dan menyeluruh terhadap keberadaan suatu lembaga, sehingga adanya informasi yang utuh terkait lembaga tersebut serta berpengaruh terhadap kesediaan masyarakat untuk memilih lembaga.⁵ Citra tidak dapat dicetak seperti halnya batu bata, tetapi citra merupakan kesan yang didapat melalui pengetahuan dan pemahaman serta informasi dari seseorang terhadap sesuatu.⁶ Tentu saja, hal ini tidak terlepas dari strategi hubungan masyarakat sekolah yang selanjutnya disebut Humas⁷. Peran humas sangat penting yaitu sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat dalam memberikan informasi sekolah baik itu pengenalan sekolah, pengenalan program-program sekolah, dan lain sebagainya.⁸

Strategi humas yang digunakan dalam membangun citra sangat banyak diantaranya publikasi kegiatan sekolah melalui

⁵ Adriza, *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi Yang Berbasis Vokasi (dilengkapi dengan hasil penelitian berupa SEM)*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2015), hlm 87.

⁶ Juhji, dkk, *Manajemen humas sekolah*, (Jawa barat: Widina, 2020), hlm.24.

⁷ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ke Lima* (Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, 2020)

⁸ Juhji, dkk, *Manajemen humas sekolah*, (Jawa barat: Widina, 2020), hlm.3.

media cetak maupun online seperti *website* sekolah, media sosial (Facebook, Instagram, Whatsapp Group, Line), koran bulletin, jurnal, majalah, dan sebagainya.⁹ Dari banyaknya media yang digunakan, yang menjadi fokus peneliti adalah *Website*. Dimana *website* dapat memberikan informasi searah dan dua arah sehingga mampu memberikan timbal balik dari pihak sekolah dan pihak luar sekolah. Selain itu *website* juga digunakan sebagai media untuk memberikan gambaran umum serta dapat memberikan informasi terkait perkembangan peserta didik.¹⁰

Di antara banyak lembaga pendidikan, Sampel madrasah yang peneliti jadikan rujukan adalah Madrasah Ibtidaiyah swasta dan berada di area Ngaliyan Semarang yang sudah menggunakan *website* sebagai media pengenalan informasi sekolah. Setelah melakukan observasi melalui *website* peneliti memiliki beberapa data yaitu di Kecamatan Ngaliyan Semarang peneliti menemukan tujuh MI swasta yaitu MI Baitul Huda, MI Darul Ulum, MI Islamiyah, MI Miftahul Akhlaqiyah, MI Muhammadiyah, MI Permata Belia, MI Raudlatul Athfal.¹¹ Dari ke tujuh MI tersebut,

⁹ Juhji, dkk, *Manajemen humas sekolah*, (Jawa barat: Widina, 2020) ,hlm.11.

¹⁰ Maskur, *Manajemen Humas Pendidikan Islam (teori dan aplikasi)*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2018),hlm.115-116.

¹¹https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index11_sd.php?kode=036316&level=3 (Diakses pada Minggu, 11 Oktober 2020, Pukul: 18.21).

hanya tiga MI yang memiliki *website*, ternyata masih banyak sekolah yang belum bisa memanfaatkan media online sebagai sarana pengenalan sekolah dan pembentukan citra sekolah. Adapun MI yang memiliki *website* yaitu MI Baitul Huda, MI Darul Ulum dan MI Miftakhul akhlaqiyah. Dalam hal ini peneliti melihat dari jumlah *Daily Pageviews (PV)* dan *Daily Visitors (DV)*. Pada MI Baitul Huda terdapat 1 PV dengan 1 DV, pada MI Darul Ulum terdapat 110 PV dengan 49 DV, dan pada MI Miftakhul Akhlaqiyah terdapat 134 PV dengan 60 DV.¹²

Berdasarkan data diatas peneliti akan melakukan penelitian di Madrasah Ibtidaiyah Miftakhul Akhlaqiyah Semarang. Yang mana merupakan madrasah yang berada di Jalan Beringin Raya 23 Tambakaji Ngaliyan Semarang 50185. MI ini merupakan lembaga yang berada di bawah naungan yayasan Miftahul Huda Bringin (YMBH) yang didirikan oleh masyarakat beringin pada tahun 1953. Pada mulanya MI ini didirikan hanya untuk kalangan sekitar madrasah. Akan tetapi, semakin bertambahnya waktu minat orang tua untuk menyekolahkan putra putrinya di MI Miftakhul

¹² <https://www.statshow.com> (Diakses pada Minggu, 11 Oktober 2020, Pukul: 19.30)

Akhlaqiyah semakin tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya siswa yang tidak diterima di MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.¹³

Untuk sistem penerimaan peserta didik baru (PPDB) sekarang dilakukan sistem kuota, mengingat tahun lalu banyaknya kepala RA/TK yang komplain siswanya banyak yang tidak diterima. Sebelumnya menggunakan sistem tes seleksi pendaftaran, Akan tetapi banyak yang tidak lolos. Yang diterima hanya 54 siswa tetapi yang daftar lebih dari 100 siswa.¹⁴ Tentu saja hal ini tidak lepas dari informasi yang di upload melalui *website*. Bahkan ada beberapa anak yang berdomisili di luar beringin yang sudah memboking kelas, hal ini mereka dapatkan dari informasi yang ada di *website*.¹⁵

Dalam hal ini, peran media online (*website*) sangatlah penting untuk memberikan informasi serta untuk membangun citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang. Berdasarkan pengamatan saya melalui *website* maupun akun media sosial di MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang bahwa MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang

¹³ http://www.akhlaqiyah.sch.id/p/blog-page_22.html (diakses pada 02 Agustus 2020, pukul: 18.20 WIB)

¹⁴ Wawancara online dengan waka kesiswaan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Sabtu, 01 Agustus 2020, pukul 09.00 WIB.

¹⁵ Wawancara dengan waka humas MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Sabtu, 10 Oktober 2020, pukul:10.00 WIB.

memiliki kemajuan teknologi yang sangat baik. Hal ini terlihat dari aktifnya akun media sosialnya. Seperti halnya pengelolaan *website*, Facebook, Instagram serta youtube. Semua program serta aktivitas yang ada di MI Miftakhul Akhlaqiyah di *upload* di akun media onlinenya. Disamping itu, MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang juga melakukan proses pendaftaran peserta didik baru melalui online, pun beserta pembayarannya melalui online, dengan Jargonnya *Daftar Lewat HP Bayar Pakai Go Pay*.¹⁶

Alasan peneliti melakukan penelitian di Mi Miftahul Akhlaqiyah dikarenakan peneliti tertarik dengan berbagai persoalan yang timbul sehingga menjadi landasan mengapa Strategi humas melalui media online ini perlu diteliti, yaitusebagai berikut:

Pertama, Visi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang adalah “madrasah unggul literasi, hafal jus 30”, akan tetapi informasi yang di unggah di *website* sekolah belum fokus terhadap visi madrasah. Sehingga pembentukan citra madrasah unggul literasi , hafal juz 30 masih perlu diperbaiki.

Kedua, humas merupakan penghubung antara lembaga pendidikan dengan masyarakat. Akan tetapi pada website MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang hanya ada fitur hubungi kami dan

¹⁶ http://www.akhlaqiyah.sch.id/p/blog-page_22.html (diakses pada 02 Agustus 2020, pukul: 18.20 WIB)

kontak kami, yang mana pada fitur tersebut hanya menyediakan komunikasi yang dilakukan oleh pengguna yang menghubungi admin dengan admin website, tidak ada komunikasi antar pengunjung dan pengunjung lainnya. Tidak terdapat kolom komentar pada setiap arikelnya sehingga pengunjung tidak bisa memberikan komentar pada artikel yang diunggah. Hal inipun tidak bisa menciptakan interaksi langsung antara lembaga pendidikan dengan stakeholder dan interaksi hanya dibatasi kepada pihak tertentu saja.

Ketiga, tidak adanya *keyword* di dalam website MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang, hanya menggunakan Tag yang mana tag tersebut belum mengarah pada visi madrasah. Sehingga MI Miftahul Akhlaqiyah belum bisa menempati peringkat pertama dalam pencarian dengan visinya “Madrasah Unggul Literasi, Hafal Juz 30”

Keempat, website MI Miftahul Akhlaqiyah masih menggunakan hosting milik google, sehingga ketika ada postingan yang tidak sesuai dengan ketentuan google maka google akan menghapus akun tanpa izin dari pihak sekolah. Selain itu penyimpanan yang disediakan google hanya 15 Gb, ketika melebihi itu maka sekolah tidak bisa mengunggah postingan lagi.

Kelima, Desain MI Miftahul Akhlaqiyah masih terlalu monoton dan tidak terdapat video atau animasi yang lain.¹⁷

Berdasarkan data diatas, strategi humas dirasa penting untuk menjadikan media dalam membangun citra positif MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang. Adapun fokus penelitiannya yaitu **Strategi Humas Melalui Media Online dalam Membangun Citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian yang telah dikemukakan pada latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah, sebagai berikut: Bagaimana strategi humas melalui media online dalam membangun citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka adapun tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui strategi hubungan masyarakat melalui media online dalam membangun citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.

2. Manfaat Penelitian

¹⁷ Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada 10 oktober 2020.

Hasil penelitian ini akan memberikan beberapa manfaat , sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Menambah kontribusi keilmuan dalam rangka mengetahui strategi humas melalui media online dalam membangun citra di MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.
- 2) Dapat memberikan informasi penting bagi *stakeholder* tentang kegiatan yang ada di MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang melalui media online.
- 3) Penelitian ini akan menjadi dokumentasi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

b. Manfaat bersifat praktis

- 1) Bagi lembaga pendidikan
Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi keilmuan untuk mengetahui strategi humas melalui media online dalam membangun citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.
- 2) Bagi Guru
Memberikan pengetahuan untuk meningkatkan strategi humas melalui media online dalam membangun citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.
- 3) Bagi Perpustakaan

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk peneliti berikutnya sebagai acuan referensi serta menambah koleksi bahan bacaan bagi perpustakaan, terutama tentang aspek strategi humas melalui media online dalam membangun citra di MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang, sehingga mampu memberikan informasi aktual dalam mengembangkan diri sendiri, serta dapat menambah pengetahuan peneliti tentang menumbuhkan citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi

Pada mulanya istilah strategi digunakan dalam kemiliteran. Strategi dalam ilmu kemiliteran ini berarti cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk mencapai tujuan perang. Strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” yang berarti Jenderal/panglima sehingga strategi diartikan sebagai ilmu kejuragan atau ilmu kepanglimaannya”. Sedangkan menurut *Ensiklopedia Pendidikan*, strategi ialah “*the art of bringing forces to the battle field in favourable position*” yang dapat diartikan strategi merupakan “suatu seni, yaitu seni membawa pasukan kedalam medan tempur dalam posisi yang paling menguntungkan.”¹

J L Thompson (1995) mendefinisikan strategi “sebagai cara untuk mencapai hasil akhir: ‘Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.’ Menurut Bennet (1996) mengartikan “strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya.”²

¹ W.Gulo, *Strategi belajar mengajar*, (Jakarta:Grasindo,2008) hlm.1.

² Sandra Oliver, *Strategi Publik Relations*, (Bandung: Erlangga, 2007), hlm. 2.

Selain pendapat diatas strategi juga diartikan sebagai satu cara untuk menjaga kelangsungan lembaga dan mewujudkan harapan dari lembaga.³ Selain itu, Strategi juga diartikan sebagai ilmu pengarahan dan perencanaan untuk operasi besar-besaran terhadap sumber daya pada posisi paling menguntungkan sebelum menyerah terhadap lawan.⁴

Jadi yang dimaksud dengan strategi yaitu suatu langkah berupa ilmu pengarahan dan perencanaan yang digunakan oleh lembaga untuk menjaga kelangsungan lembaga dan mewujudkan harapan dari lembaga.

Mintzberg menawarkan lima kegunaan dari kata strategi yaitu :

- a. Sebuah rencana – Suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar.
- b. Sebuah cara – Suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengecoh lawan atau kompetitor.
- c. Sebuah pola – dalam suatu rangkaian tindakan
- d. Sebuah posisi – Suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan

³ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public relations*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008) , hlm. 135.

⁴ Pawit. M. Yusuf, *Komunikasi Instruksional*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm.228.

- e. Sebuah perspektif – Suatu cara yang terintegrasi dalam memandang dunia.⁵

Jadi, strategi itu perlu guna untuk merencanakan sebuah tindakan untuk mengecoh lawan dalam suatu rangkaian tindakan yang menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan dan terintegrasi dalam memandang dunia.

2. Hubungan Masyarakat

a. Pengertian Hubungan Masyarakat

Sering kali orang mengartikan humas sebagai wadah untuk memasarkan sebuah produk/program suatu lembaga.

Humas merupakan kependekan dari “Hubungan Masyarakat”. Humas dalam bahasa Inggris yaitu “*Public relations*” yang berarti kegiatan komunikasi khusus yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam menyebarkan informasi berdasarkan tujuan yang ingin dicapai.⁶

Dalam *Kamus Inggris*, *public relations* berarti “masyarakat” adapun *relations* secara bahasa berarti

⁵ Sandra Oliver, *Strategi Publik Relations*, (Bandung: Erlangga, 2007), hlm. 2

⁶ Juhji, dkk, *Manajemen humas sekolah*, (Jawa barat: Widina, 2020), hlm. 3.

“hubungan”⁷. Secara istilah definisi *public relations* menurut De Fleur dan Dennis yang mengutip Scoot dan Allan Center adalah “upaya terencana untuk mempengaruhi opini masyarakat melalui karakter yang baik serta kinerja yang bertanggung jawab, didasarkan atas komunikasi dua arah memberi kepuasan kepada dua belah pihak.”⁸

Humas dapat didefinisikan secara umum sebagai hubungan instansi dengan masyarakat luas. Sedangkan secara khusus yaitu fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur seseorang atau organisasi dilandaskan pada kepentingan publik serta menjalankan suatu program untuk mendapatkan penerimaan dan pengertian publik.⁹ Sedangkan Oemi Abdurrahman menyatakan bahwa “humas adalah kegiatan untuk memperoleh dan menanamkan pengertian, dukungan, kepercayaan seta penghargaan pada dan dari

⁷ Echols, John dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Cet.24 (Jakarta: Pustaka Utama, 2000) , hlm. 455.

⁸ Yosol Iriantara, *Manajemen Srategis Public relations*,(Jakarta: Ghalia, 2004), hlm.43.

⁹ Marzawi, “Komunikasi dan Humas Ala Islam : Studi Silaturahmi dalam mendukung MBS”, *Jurnal Innovation* , Vol VIII No 1 januari-Juni 2009, hlm 89.

publik suatu badan khususnya dan masyarakat pada umumnya”¹⁰.

Menurut kamus Fund and Wagnel , “hubungan masyarakat yakni segenap kegiatan dan teknik yang digunakan organisasi maupun individu untuk menciptakan atau memelihara sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan rangkaian aktivitasnya.”¹¹ Dari berbagai macam tentang definisi humas/*public relations* Rex Harlow, akademisi Amerika Serikat, telah menghasilkan definisi mengenai humas untuk pertama kalinya. Dalam penelitiannya Ia mengidentifikasi sebanyak 472 definisi yang dihasilkan dari tahun 1900-an ketika muncul humas modern hingga 1976. Kemudian dia merangkum semua elemennya sehingga menghasilkan definisi global yaitu:

Humas adalah fungsi manajemen yang unik, yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan pemahaman, kerjasama antara kerjasama antara organisasi dan publiknya, melibatkan manajemen permasalahan dan isu, membantu manajemen untuk terus

¹⁰ Suryosubroto, *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public relations)*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2012), hlm.12.

¹¹Zukarnain Nasution , *Manajemen Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan Konsep Fenomena dan Aplikasinya*, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 9.

menginformasikan dan tanggap terhadap opini publik, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya.”¹²

Tetapi definisi tersebut mendapat kritik dari Harlow yang mana ia mengemukakan bahwa definisi tersebut mencoba untuk mencakup semua hal, sampai menyebabkan definisi ini terlalu detail dan dianggap tidak berguna. Pada akhirnya tahun 1978 pada pertemuan pertama *World Assembly of Public relations* yang berlangsung di Mexico dihasilkan sebuah kesepakatan tentang definisi humas, dikenal sebagai “The Mexico Definition”. Definisi ini penting karena inilah pertama kali banyak organisasi nasional menyetujui satu definisi yang telah disepakati bersama yaitu:

Humas adalah seni dan ilmu sosial yang menganalisis tren memprediksi konsekuensi dari tren tersebut, memberikan masukan bagi para pemimpin organisasi dan mengimplementasikan

¹² Keith Butterick, *Public relations Teori dan Praktik*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 7.

tindakan dari program yang direncanakan yang akan melayani organisas dan kepentingan publik.¹³

Oemi Abdurrahman menyatakan bahwa humas adalah “kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, dukungan, kepercayaan dan penghargaan oleh dan dari publik suatu badan pada khususnya serta masyarakat pada umumnya.”¹⁴ Jefkins juga menyatakan *public relations* berarti suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial ataupun nirlaba, baik di sektor privat atau swasta dan di sektor publik atau pemerintah.¹⁵ Humas atau PR selalu menjadi hal penting karena selalu menjadi garda terdepan di dalam suatu lembaga, institusi, perusahaan, organisasi dalam membangun hubungan yang dinamis, harmonis, saling percaya dan saling menguntungkan dengan masyarakatnya.¹⁶

¹³ Keith Butterick, *Public relations Toeri dan Praktik*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 8.

¹⁴ Suryosubroto, *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School public relations)*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), hlm.12.

¹⁵ Frank Jefkins, *Public relations*, Alih nahasa: Aris Munandar, (Jakarta: Erlangga, 1992), hlm.2.

¹⁶ Azman, “Strategi Publik Relations Membangun Citra positif dalam film “Hancock (Studi Terhadap Nilai-Nilai Dakwah Islam)”, *Jurnal Al bayan* Vol. 22 No. 34, 2016, hlm. 99.

Sedangkan menurut Frank Jefkins, “*public relations* yaitu suatu bentuk komunikasi yang berlaku terhadap semua jenis organisasi, baik yang bersifat komersial ataupun non komersial dan di sektor *public maupun privat*.”¹⁷ Sedangkan menurut IPRA (*The International Public relations Asociation*) seperti yang dikutip Onong mendefinisikan

Public relations sebagai fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan yang oleh beberapa organisasi dan juga lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh serta membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada sangkut pautnya dengan cara menilai opini masyarakat mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan manajemen dan kebijakan, supaya mencapai kerjasama yang lebih efisien dengan kegiatan yang terencana serta tersebar luas.¹⁸

Definisi berbeda juga telah diungkapkan Rachmad yang mengungkapkan public relations adalah bagian integral dari suatu kelembagaan dan bukan suatu fungsi atau bagian yang berdiri sendiri, sebagai penyelenggara

¹⁷ Frank Jefkins, *Public relations*, Alih bahasa: Aris Munandar, (Jakarta: Erlangga, 1992), hlm.2.

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations*, (Bandung: Mandat Maju, 1993), hlm.118.

komunikasi timbal balik suatu lembaga dengan publik yang mempengaruhi sukses tidaknya lembaga itu.¹⁹

Public relations menurut Kowalski adalah penerapan *public relations* yang memiliki misi utama memberikan memberikan atau menyalurkan pelayanan. Baik institusi negeri/swasta di dalam semua level.²⁰ Jadi dengan kata lain *public relations* dalam lembaga pendidikan merupakan ilmu sosial dan proses kepemimpinan yang merupakan rancangan pendekatan untuk menghadapi masyarakat. Dimana didalamnya terdapat interaksi dan komunikasi antar lembaga dan ekosistem pendidikan.

Sedangkan menurut Scott Cultip mengartikan

public relations sebagai fungsi manajemen yang membentuk serta memelihara relasi yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya. keberhasilan atau kegagalan *public relations* ini tergantung bagaimana membentuk dan memelihara relasi yang saling menguntungkan

²¹

¹⁹ F Rachmadi, *Public Relations dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992), hlm. 7.

²⁰ Kowalski, *Public relations In School*, (New Jersey: Pearson, Menill Prentice, 2004), hlm. 10.

²¹ Frank Jefkns, *Public Relations*, Alih Bahasa, Aris Munandar, (Jakarta: Erlangga, 1992), hlm. 32.

Pendapat berikutnya dikemukakan oleh Hadari Nawawi dalam B. Suryosubroto, “humas adalah kegiatan melakukan publisitas tentang kegiatan organisasi yang patut untuk diketahui pihak lain secara luas.”²²

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat merupakan upaya dan komunikasi lembaga pendidikan (kepala sekolah, guru dan pegawai) dengan masyarakat serta mendorong kerjasama dan minat para anggota masyarakat dengan tujuan meningkatkan pengertian masyarakat tentang kebutuhan pendidikan. Hal tersebut bisa dilakukan oleh lembaga negeri maupun swasta untuk melakukan perbaikan baik lembaga pendidikan maupun institusi. Lembaga pendidikan swasta mampu memiliki kualitas setara dengan lembaga pendidikan negeri dan mampu menjalin komunikasi dengan masyarakat. Keberhasilan tersebut dikarenakan adanya *public relations* dengan strategi baik yang sangat membantu dalam membina hubungan harmonis antara lembaga pendidikan dengan masyarakat agar masyarakat menyadari dan memahami arti penting pelayanan pendidikan.

Sedangkan Menurut kotler, pemasaran yaitu:

²² B. Suryosubroto. 2010. *Manajemen Pendidikan Di Sekolah* (Jakarta: Renika Cipta) hlm. 156.

“ aktivitas sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan tujuan mereka dengan jalan membuat produk dan menawarkannya dengan besaran nominal tertentu ke pihak lain.”²³

Dari pengertian diatas yang dimaksud pemasaran yaitu usaha untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat berupa produk dan jasa. Untuk dapat mengetahui kebutuhan masyarakat dan keinginan masyarakat, maka lembaga perlu melakukan riset.

Jadi, adapun perbedaan humas dan pemasaran yaitu Pemasaran berfokus pada cara untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan masyarakat dalam bentuk promosi atau penawaran produk sedangkan humas berfokus pada cara mempertahankan reputasi lembaga berkaitan dengan aktivitas yang mengandung citra.

b. Fungsi Hubungan Masyarakat

Fungsi berasal dari bahasa latin yaitu *function* dan dalam bahasa inggris yakni *function*, yang berarti penampilan, pembuatan kegiatan.

Scott M. Cultip dan Allen center menjelaskan beberapa fungsi humas, sebagai berikut:

²³ Ratna Andi Wibowo, *Manajemen Pemasaran*, (Semarang: Radna And. Wibowo, 2019), hlm.1

- 1) Menjamin serta memudahkan arus opini yang mewakili suatu organisasi terhadap publik. Sehingga operasionalisasi dan kebijaksanaan suatu organisasi dapat terpelihara keserasiannya dengan bermacam-macam kebutuhan dan nilai publik-publik tersebut
- 2) Mengelola manajemen terkait cara menyusun kebijaksanaan serta operasionalisasi organisasi supaya bisa diterima secara maksimal oleh publik
- 3) Merencanakan serta melaksanakan program-program agar mendapatkan pandangan yang baik terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.²⁴

Jadi, fungsi di bedakan menjadi tiga yaitu menjamin serta memudahkan arus opini yang mewakili suatu organisasi terhadap publik, mengelola manajemen terkait cara menyusun kebijaksanaan serta operasionalisasi organisasi, merencanakan serta melaksanakan program-program.

c. Ciri-Ciri Hubungan Masyarakat

²⁴ Rachmat Kriyantono, *Public Relation Writing : Teknik Produksi Media Public Relatins dan Publisitas Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 9.

Ciri merupakan sesuatu yang khas untuk mengenal atau mengenal sesuatu. Berfungsi atau tidaknya humas dapat dilihat dari ada atau tidaknya kegiatan yang menjadi programnya. Adapun ciri-ciri humas yaitu:

- 1) Humas merupakan komunikasi dua arah yang berlangsung dalam suatu organisasi.
- 2) Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan dalam suatu organisasi.
- 3) Sasaran kegiatan humas adalah publik eksternal dan internal.
- 4) Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis dengan pihak organisasi maupun pihak publik.²⁵

Berdasarkan pernyataan diatas, adapun ciri-ciri dari humas yaitu: berlangsung dua arah, mampu menunjang tercapainya suatu tujuan, publik eksternal dan internal sebagai sasarannya, mampu membina hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak.

3. Media Online

Media online merupakan sarana komunikasi yang tersaji secara online pada situs web (*website*) internet. Media online juga biasa disebut dengan media daring, media digital,

²⁵ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 24.

media internet, dan siber (cyber media). Istilah media online merupakan penggabungan antara dua kata: media dan online. Menurut KBBI, media berarti “alat atau sarana komunikasi.” Selain itu, media juga berarti perantara, penghubung, dll. Sedangkan yang dimaksud dengan online menurut bahasa Indonesia yaitu “daring (dalam jaringan), yaitu terhubung dengan jejaring komputer, internet dan sebagainya.”²⁶

Dikutip dalam laman *website* Lentera Ilmu dan Pendidikan Indonesia, Lorie Ackerman yang merupakan ahli media di universitas Texas, menyebutkan bahwa media online merupakan bentuk “penerbitan elektronik yang secara umum menggunakan komputer untuk penulisan, pengeditan, pencetakan, atau proses pengiriman publikasi.”²⁷

Di era millennial media online sangat diminati dikarenakan mudahnya dalam mengakses informasi dan biaya yang dibutuhkan minim, bahan hiburan, untuk bekerja, untuk menyampaikan pesan. Selain itu, media Online juga berfungsi sebagai sarana informasi, sarana penyebaran informasi, sarana pendidikan, maupun sarana-sarana yang lainnya.

a. Pengertian *Website*

²⁶ Vira Vanessa dkk, *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*, (Malang: Cita Intrans Selaras), hlm. 97.

²⁷ . Mahyuddin, *Sosiologi Komunikasi: (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*, (Makasar: Shofia), hlm.32.

Website adalah “keseluruhan halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi.” *Website* dibangun atas halaman web yang saling berhubungan antar satu halaman web dengan halaman yang lain atau biasa disebut dengan *hyperlink*.²⁸

Selain itu *website* juga dapat diartikan sebuah halaman informasi yang dapat diakses apabila komputer terhubung dengan internet. *Website* dapat memuat berbagai macam media, mulai dari teks, gambar, suara bahkan video.²⁹

Website atau situs merupakan kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.³⁰

²⁸ Yuhefizar dkk, *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Managemen System Joomla (CMS)*, (Jakarta: Gramedia, 2009), hlm. 2.

²⁹ Wahana komputer, *Membangun Website Tanpa Modal*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 2.

³⁰ Rahmat hidayat, *Cara Praktis Membangun Website Gratis*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 2.

Jadi, berdasarkan pernyataan diatas yang dimaksud dengan *website* yaitu kumpulan halaman yang berisi informasi baik dalam bentuk teks, gambar diam/gerak, animasi, suara, atau gabungan dari semuanya yang terhubung dengan internet.

b. Jenis-jenis *Website*

Ada tiga jenis *website* yaitu:

1) *Website* Statis

Merupakan *website* yang kontennya tidak diperbaharui sehingga isinya selalu sama dari waktu ke waktu seperti pada awal dibuat. Contoh : Profil sekolah.

2) *Website* Dinamis

Merupakan *website* yang kontennya selalu diperbaharui oleh pengelola *website*. Contoh: Berita

3) *Website* Interaktif

Merupakan *website* yang kontennya bukan hanya diperbaharui oleh pengelola akan tetapi oleh user/ pengguna *website* . Contoh: Bukalapak, shopee.³¹

Berdasarkan pada fungsinya, *website* terbagi atas:

³¹ Yusril Helmi Setyawan, Dinda Ayu Pratiwi, *Membuat Sistem Informasi Gadai Online Menggunakan Codeigniter serta kelola proses pemberituannya*, (Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2019), hlm.10.

- 1) *Personal web*, berisi tentang informasi pribadi.
- 2) *Corporate web*, web yang dimiliki oleh instansi/perusahaan.
- 3) *Portal web*, memiliki banyak layanan, seperti layanan berita, e-mail, dan jasa-jasa lainnya.
- 4) *Forum web*, web yang digunakan untuk media diskusi.
- 5) Selain itu ada *website e-Government, e-Banking, e-Payment, e-Procurement*, dsb.³²

Berdasarkan dari bahasa pemrograman yang digunakan yaitu:

- 1) *Server Side, website* yang bahasa pemrogramannya tergantung pada tersedianya server. Contoh: PHP, ASP, .NET, dsb.
- 2) *Client Side, Website* yang cukup diakses menggunakan browser dan tidak membutuhkan server dalam menjalankannya. Contoh: HTML.³³

Berdasarkan pernyataan diatas secara umum *website* dibagi menjadi 3 yaitu *website* statis, *website* dinamis dan

³² Yuhefizar dkk, *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Managemen System Joomla (CMS)*, (Jakarta: Gramedia, 2009), hlm. 3.

³³ Rahmat hidayat, *Cara Praktis Membangun Website Gratis*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 5.

website interaktif. Berdasarkan pada fungsinya *website* yaitu *personal web*, *corporate web*, *portal web*, *forum web*, dsb. Sedangkan dari segi pemrogramannya *website* dibagi menjadi *Server Side*, *Client Side*.

c. Manfaat *Website*

Adapun manfaat *website* yaitu:

1) Membangun *personal branding*

Dengan adanya *website* seseorang dapat membangun *personal branding* yang kuat.

2) Berbagi cerita dan informasi

Dengan adanya *website* seseorang bisa berbagi cerita seperti; traveling, teknologi, keuangan dll

3) Menghasilkan Uang

Dengan *website* seseorang mampu menghasilkan uang baik itu dari endorment ataupun dari google *AdSense*.³⁴

4) Memperkenalkan profil

Dengan *website* seseorang mampu memperkenalkan pemilik/pengelola, lembaga *website* berupa biografi, sejarah, dll supaya dapat dikenal oleh khalayak umum.

³⁴ Aditya Kusumawardana, Nanda Hidayati, (Malang: Multimedia Edukasi, 2020), hlm. 6.

5) Sebagai sarana publikasi

Dengan *website* seseorang mampu mempublikasikan kegiatannya ataupun meluncurkan sebuah produk seperti prestasi-prestasi yang di raih dll.³⁵

Berdasarkan data diatas, maka adapun manfaat *website* yaitu mampu membangun *personal branding*, berbagi informasi, menghasilkan uang, memiliki jangkauan promosi yang luas tanpa dibatasi oleh waktu dan area, memperkenalkan profil, sebagai sarana publikasi.

4. Citra

a. Pengertian Citra

Citra memiliki pengertian abstrak dan tidak bisa diukur secara matematis, namun wujudnya bisa dirasakan berdasarkan hasil penilaian baik ataupun buruk. Seperti pandangan, tanggapan dan tinjauan negatif atau positif dari masyarakat luas dan publik pada umumnya. Sedangkan dalam buku *Publik Relations* menurut Frank Jefkins, definisi “citra yaitu sebuah kesan, gambaran atau imgesi yang tepat atau

³⁵ Ricky Rachmanto, *9 langkah praktis membuat website gratis*, (Jakarta: Elex Media Komputundo, 2017), hlm. 4-6.

pernyataan yang sesuai dengan kenyataan.”³⁶ Citra adalah daya magnet dari sebuah pandangan mengenai perusahaan atau instansi yang dihasilkan melalui penilaian objektif masyarakat atas tindakan, dari suatu hal. Citra positif akan muncul apabila publik percaya dan yakin bahwa hal tersebut dapat memenuhi tuntutan mereka. Citra perilaku dan etika instansi di tengah masyarakat. Citra merupakan kesan, perasaan publik terhadap institusi yang tidak datang tiba-tiba dan tidak bisa direkayasa dan tidak bisa dibeli namun diperoleh dari upaya yang ditempuh, citra akan datang dengan sendirinya.³⁷

Istilah lain dari citra adalah image atau figur yang berhubungan dengan persepsi, simbol serta tingkah laku yang dikonstruksi oleh institusi untuk disampaikan ke masyarakat luas yang mempengaruhi reputasi lembaga itu sendiri.³⁸ Dijelaskan oleh Rhenald Kasali

³⁶ Frank Jefkins, *Public relations*, Edisi Kelima, Terjemahan Daniel Yadin. (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm.93.

³⁷ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 65.

³⁸ D. Kazoleas, Y. Kim dan Moffitt, “Institutional Image: A Case Study”, *Corporate Communications: An International Journal*, 2001, hlm. 205-206.

bahwa yang dimaksud citra yaitu kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan.³⁹

Jadi bisa dikatakan bahwa yang dimaksud citra yaitu nilai yang diperoleh dari masyarakat publik atau stakeholder karena telah melihat kenyataan akan kualitas dan kuantitas dari sebuah lembaga pendidikan.

b. Jenis-jenis Citra

Ada beberapa jenis citra yang dikenal pada dunia *public relations*, dan antara satu dengan yang lain dapat dibedakan. Menurut Siswanto ada tiga jenis citra, yakni:

- 1) Citra Eksklusif, yakni kemampuan menyajikan beranekaragam manfaat terbaik untuk konsumen dan pelanggan. Dan biasanya ditonjolkan pada perusahaan-perusahaan besar.
- 2) Citra Inovatif, yakni kepandaian perusahaan dalam menyajikan produk baru yang model dan desainnya berbeda dengan produk sejenis yang beredar di pasaran
- 3) Citra murah meriah, yakni perusahaan mampu menyajikan produk dengan kualitas yang baik dengan harganya murah.⁴⁰

³⁹ A.Anditha Sari, *Dasar-dasar public relations Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), hlm. 17.

Adapun jenis citra menurut Frank Jefkins, dalam bukunya yang berjudul *Hubungan Masyarakat* adalah sebagai berikut:

1) Citra Cermin (*Mirror Image*)

Citra cermin seringkali diyakini oleh perusahaan yang bersangkutan yang selalu merasa bahwa perusahaannya dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Akan tetapi setelah dilakukan studi mengenai tanggapan, kesan serta citra di masyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan perusahaan dengan kenyataan citra di masyarakat.

2) Citra Kini (*Current Image*)

Citra merupakan kesan baik yang diperoleh dari orang lain mengenai suatu perusahaan/organisasi yang berkaitan dengan produk yang dihasilkannya. Apabila ada informasi kurang baik dari penerimanya maka pihak humas akan menghadapi resiko yang tidak baik dan bisa menimbulkan permusuhan atau kesalahpahaman yang mengakibatkan kesan negatif.

3) Citra Keinginan (*Wish Image*)

⁴⁰ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2018), hlm. 89.

Citra keinginan merupakan keinginan yang akan dicapai oleh bagian manajemen terhadap suatu perusahaan/lembaga.

4) Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Citra yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utama, sebagaimana menciptakan citra yang positif terhadap perusahaan, dan bisa diterima oleh publiknya, baik itu dari sejarahnya, kualitas pelayanannya hingga pelayanan sosialnya.

5) Citra Serbaneka/Majemuk (*Multiple Image*)

Citra ini merupakan citra yang diintegrasikan dari citra perusahaan, seperti halnya cara pihak humas/PR untuk dapat menampilkan pengenalan terhadap identitas perusahaan baik itu berupa atribut/logo, *brand's name*, seragam para *front liner*, sosok gedung dsb.

6) Citra Penampilan (*Performance Image*)

Citra ini lebih ditujukan kepada subjeknya, terkait seperti apa kinerja serta penampilan diri para pekerja pada perusahaan yang bersangkutan. Misal, kualitas pelayanan yang diberikan terhadap publiknya.⁴¹

⁴¹ Anditha Sari, *Dasar-Dasar Publik Relations (Teori dan Praktik)*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2017), hlm. 20.

Jadi, berdasarkan data diatas maka citra dapat dibedakan menjadi dua. *Pertama*, citra berdasarkan cara menyajikannya yaitu Citra eksklusif, citra inovatif, citra murah meriah. *Kedua*, Citra berdasarkan cara pembentukannya yaitu citra cermin, citra kini, citra keinginan, citra perusahaan, citra serbaneka/majemuk, citra penampilan.

5. Strategi Humas melalui Media Online dalam membangun Citra

Berdasarkan teori diatas bahwa strategi Humas melalui media online dalam membangun citra yaitu suatu langkah berupa ilmu pengarahan dan perencanaan melalui sarana komunikasi yang tersaji secara online pada situs web (*website*) internet berupa teks, gambar diam/gerak, animasi, suara, atau gabungan dari semuanya yang terhubung dengan internet yang berisi informasi sehingga membentuk nilai dari masyarakat publik atau stakeholder karena telah melihat kenyataan akan kualitas dan kuantitas dari sebuah lembaga pendidikan. Tentu saja dalam menyampaikan informasi harus sesuai dengan keadaan yang benar terhadap barang atau jasa kepada *stakeholder*. Berkaitan dengan hal tersebut, Islam mengajarkan untuk menghindari penyampaian

informasi yang tidak benar terhadap *stakeholder*.⁴² Dalam Qur'an surah An-Nisa ayat 29 berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An-Nisa/4:29)”

Berdasarkan ayat diatas Allah mengharamkan memakan harta dengan cara yang batil, kecuali melalui jalan perdagangan dengan didasari asas suka sama suka antara kedua belah pihak. Maka apabila orang yang menyebarkan informasi bohong kepada publik. Maka akan menyebabkan kekecewaan publik dan menyebabkan citra lembaga buruk.

Hal inipun dijelaskan dalam hadist HR.Muslim No 147 berikut:

و حَدَّثَنِي يَحْيَى بْنُ أَيُّوبَ وَقَتَيْبَةُ وَابْنُ حُجْرٍ جَمِيعًا عَنْ إِسْمَاعِيلِ بْنِ
جَعْفَرٍ قَالَ ابْنُ أَيُّوبَ حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ قَالَ أَخْبَرَنِي الْعَلَاءُ عَنْ أَبِيهِ عَنْ
أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةَ طَعَامٍ

⁴² Ita Nurcholifah, “Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah”, *Jurnal Khatulistiwa*, (vol 4, No.1, Maret 2014), hlm.83

فَأَدْخَلَ يَدَهُ فِيهَا فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلًّا فَقَالَ مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ قَالَ
أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَمَا يَرَاهُ
النَّاسُ مَنْ غَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي

“Dan telah menceritakan kepada kami Yahya bin Ayyub dan Qutaibah serta Ibnu Hujr semuanya dari Ismail bin Ja’far, Ibnu Ayyub berkata, telah menceritakan kepada kami, Ismail Berkata, telah mengabarkan kepadaku al-Ala’ dari ayahnya dari Abu Hurairah RA bahwa Rasulullah pernah melewati setumpuk makanan, lalu beliau memasukan tangannya kedalamnya, kemudian tangan beliau menyentuh sesuatu yang basah, maka beliaupun bertanya, “apa ini wahai pemilik makanan?” Sang pemilik menjawab, “makanan tersebut terkena air hujan wahai Rasulullah .” Beliau bersabda, “Mengapa kamu tidak meletakkannya di bagian makanan agar manusia dapat melihatnya? Ketahuilah, barang siapa menipu maka dia bukan dari golongan kami.” (H.R. Muslim No.147)⁴³

Berdasarkan Hadist diatas dapat kita ambil pelajaran bahwa kita sebagai umatnya harus bersikap jujur apalagi jika itu berkaitan dengan jual beli. Jika menyampaikan sesuatu sampaikanlah sesuai dengan kondisi yang sebenarnya sehingga publik dapat mempertimbangkan pilihannya. Apabila dalam menyampaikan informasi tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya maka dapat menimbulkan

⁴³ Hadist Muslim Nomor 147 <https://tafsirq.com/hadits/muslim/147> diakses pada 10 Desember 2020, pukul 23.52 WIB.

kekecewaan publik hal inipun akan berdampak pada penilaian yang buruk terhadap lembaga.

Adapun indikator yang mendukung terbentuknya *website* yang baik yaitu:

a. Kemudahan Akses

Dengan internet, pengguna mampu menemukan berbagai informasi yang diinginkan dalam jumlah yang besar karena kemampuannya yang menyediakan informasi terhadap penggunanya. Mereka dapat melakukan pencarian melalui mesin pencari seperti Google/Yahoo. Melalui mesin pencari pengguna akan menemukan berbagai macam informasi yang dibutuhkan.⁴⁴ Menurut Nugroho, Ada beberapa parameter yang harus di perhatikan yaitu:

1) Sistem Navigasi (Struktur)

Navigasi berfungsi untuk memudahkan pengunjung dalam menjelajahi *website* yang mana pengunjung dapat menemukan apa yang dicari dengan mudah.

2) Grafik Desain

Di dalam *website* juga harus memperhatikan desain visual yang baik, seperti komposisi

⁴⁴ Morris, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenamedia, 2010), hlm. 327.

warnanya baik dan konsisten, layout grafik yang konsisten, mudah dibaca, mampu memperkuat isi teks, dan apat membentuk pola yang seimbang

3) Konten

Dengan adanya konten yang baik maka akan menarik pengguna untuk terus mengunjungi *website*. Perhatikan tata bahasa dan tanda baca pada setiap halaman, header dan judul.

4) Kesesuaian

Website yang baik harus bisa diakses di berbagai macam perangkat tampilannya (browser), jika tidak maka sebaiknya ada alternatif untuk bisa mengakses *website*.

5) Loading time

Desainer *website* harus bisa memperhitungkan desain yang dibuat supaya dapat tampil lebih cepat dengan menggunakan ukuran yang paling kecil tanpa mengurangi konten yang ada.⁴⁵

Berdasarkan teori diatas ada lima hal yang perlu diperhatikan sehingga pengguna mudah dalam mengakses

⁴⁵ Kusno Hrianto, dkk, *Sistem Monitoring Lulusan Perguruan Tinggi dalam Memasuki Dunia Kerja Menggunakan Tracer study*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 11.

website yaitu: sistem navigasi, grafik desain, konten, kesesuaian

b. *Networking* (Jaringan Luas)

Networking merupakan jaringan komputer yang saling berhubungan satu dengan yang lain kemudian menciptakan fungsi *sharing* secara sederhana.⁴⁶ Jaringan komputer, secara umum dibagi empat jenis:

1) Local Area Network

Local Area Network (LAN) merupakan komputer yang saling dihubungkan di dalam satu areal dalam satu kantor atau gedung. LAN biasanya menggunakan teknologi transmisi kabel tunggal, beroperasi pada kecepatan 10 sampai 100 Mbps (Mega Bits per detik). Menggunakan koneksi intermediet seperti Repeater, Bridge, dan Switch)

2) Metropolitan Area Network

Metropolitan Area Network (MAN) merupakan LAN yang berukuran lebih besar dan menggunakan teknologi yang sama dengan LAN, biasanya dihubungkan antar kota.jangkauannya antara 10 hingga 50 km. MAN mampu menunjang data dan suara, bahkan mampu berhubungan leat jaringan televisi kabel.

⁴⁶ Rusman, *Belajar dan Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 235.

3) Wide Area Network

Wide Area Network (WAN) merupakan jaringan yang sudah menggunakan media wireless, sarana satelit atau kabel serat optik, mengingat jangkauannya yang luas menjangkau area/wilayah otoritas negara lain. Jaringan ini membutuhkan router dan saluran komunikasi publik.⁴⁷

4) Internet dan Intranet

Internet merupakan gabungan dari LAN, MAN, dan WAN . Internet memiliki “sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer di seluruh dunia.”⁴⁸

Berdasarkan teori diatas maka ada empat macam-macam jaringan yaitu LAN, MAN,WAN, Internet dan Intranet.

c. Komunikasi Interaktif

Kemampuan internet ini memungkinkan konsumen untuk lebih terlibat pada produk yang ditawarkan lembaga, maksudnya masyarakat dan lembaga

⁴⁷ Muhammad Dedy Haryanto, Imam Riadi, *Analisis dan Optimalisasi Jaringan Menggunakan Teknik Load Balancing (Studi Kasus: Jaringan UAD Kampus 3)*, Jurnal Sarjana Teknik Informatika, Vol 2, No. 2, Juni 2014. hlm. 1372-1373.

⁴⁸<https://hanafi29.files.wordpress.com/2010/09/konsep-dasar-jaringan-komputer.pdf> hlm.4, (diakses pada: Kamis, 05 November 2020, pukul 21:19).

mendapatkan umpan balik (*feedback*) segera terhadap produk yang ditawarkan.⁴⁹ Menurut Nugroho komunikasi Interaktif merupakan “apa yang melibatkan pengguna *website* sebagai *user Experience* dengan *website* itu sendiri.” Yang menjadi dasar interaktif ini adalah *hyperlink* serta mekanisme *feedback*. Dengan adanya *hyperlink* dapat membawa pengunjung ke sumber berita lain, topik lebih lanjut, topik terkait seperti *link* tersembunyi. Sedangkan mekanisme *Feedback* seperti komentar serta pertanyaan-pertanyaan lain.⁵⁰

Berdasarkan teori diatas maka yang dimaksud dengan komunikasi interaktif yaitu komunikasi dua arah antara pemberi informasi dan penerima informasi. Adapun dasar komunikasi ini adalah *hyperlink* dan *feedback*.

B. Kajian Pustaka Relevan

Adapun urgensi kajian penelitian ini adalah sebagai bahan maupun kritik terhadap penelitian yang ada, terkait kelebihan serta kekurangannya merupakan bahan perbandingan terhadap kajian

⁴⁹ Morrisan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Prenamedia, 2010), hlm. 327.

⁵⁰ Kusno Hrianto, dkk, *Sistem Monitoring Lulusan Perguruan Tinggi dalam Memasuki Dunia Kerja Menggunakan Tracer study*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hlm. 12.

terdahulu. Hal ini mengantisipasi supaya tidak terjadi pengulangan, hasil temuan yang membahas permasalahan yang sama atau hampir sama dari seseorang, baik dalam bentuk skripsi, jurnal, tesis, buku, atau dalam bentuk tulisan lainnya.

1. Yosua Jefri Apriananta beserta rekannya Lina Sinatra Wijaya, 2018 “Penggunaan *website* dan media sosial dalam membangun citra positif perguruan tinggi”

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UKSW tepat dalam memilih media online (*website*) dan media sosial sebagai media untuk mempromosikan UKSW. Penggunaan media *online* dan media sosial berdampak baik bagi lingkungan dalam maupun luar UKSW, BPHA UKSW menggunakan media online dan media sosial untuk membentuk serta menjaga *awaranss* masyarakat terhadap UKSW. Penggunaan media tersebut dilakukan secara optimal, serta dapat mempengaruhi khalayak sehingga berimbas pada peningkatan citra positif UKSW dari sisi keragaman etnis, dan prestasi yang dicapai UKSW.⁵¹

Dalam penelitian Yosua Jefri Apriananta dan Lina Sinatra Wijaya dengan penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang penggunaan media online dalam membangun citra serta

⁵¹ Yosua Jefri Apriananta, Lina Sinatra Wijaya, “*Penggunaan Website dan Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi*”, Jurnal Komunikatif Vol.4 No. 3, Desember 2018, hal. 208.

sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaannya dalam penelitian ini terdapat variabel lain yaitu strategi humas serta obyek tempat yang diteliti, peneliti meneliti madrasah Ibtidaiyah. Sedangkan dalam penelitian Yosua Jefri Apriananta dan Lina Sinatra Wijaya tidak disebutkan secara rinci bagian lembaga yang akan diteliti serta dilakukan pada perguruan tinggi.

2. Irfan Afandi, 2018 “Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Sekolah (Studi Kasus Di SMK Yosonegoro Magetan)”
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya penerapan fungsi-fungsi manajemen humas dalam membangun citra sekolah di SMK Yosonegoro Magetan. a) Perencanaan humas SMK Yosonegoro Magetan yaitu dengan menetapkan tujuan, menyusun program kerja humas dengan memperhatikan uraian kegiatan, sasaran, indikator keberhasilan, sumber dana, pelaksana, waktu. b) Pengorganisasian humas SMK Yosonegoro Magetan didukung oleh bidang Bursa Kerja Khusus (BKK) dan Praktik Kerja Industri (Prakerin). c) Pelaksanaan program humas SMK Yosonegoro Magetan dalam meraih citra sekolah yaitu melaksanakan publikasi dan kegiatan sekolah dengan melakukan bakti teknologi, bakti sosial, kesenian dll. d) Evaluasi program humas SMK Yosonegoro Magetan dilakukan setelah kegiatan berlangsung

dengan menilai beberapa kegiatan apakah sudah sesuai rencana atau ada kendala kegiatan.

Selain itu pendaftar atau peminat SMK Yosonegoro Magetan mengalami peningkatan dari tahun ketahun.⁵²

Dalam penelitian Irfan Afandi dengan penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang waka humas dalam membangun citra sekolah serta sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya pada penelitian ini yaitu adanya variabel lain yaitu menggunakan media online serta obyek penelitian dilakukan pada MI. Sedangkan pada pada penelitian yang dilakukan oleh irfan efendi tidak disebutkan media yang digunakan serta dilakukan di SMK.

3. Moch Rizki Saepuloh, 2015 “Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah Melalui *Website* Online Dalam Kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru”

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penelitian yang dilakukan pada SMK MedikaCom terkait strategi komunikasi pemasaran melalui *website* online yaitu menggunakan profil sekolah digital dan brosur dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru (PPDB) yang diterapkan pada penelitian ini telah sesuai dengan kaidah evaluasi dari Michael Quinn Patton dan

⁵² Irfan Efendi, Tesis: *Manajemen Humas dalam Membangun Citra Sekolah (Studi kasus di SMK Yosonegoro Magetan)*, (UIN Maulana Malik Ibrahim: 2018), hlm 117 – 119.

teori *new media* dari Pierre Levy. Adapun strategi bauran komunikasi pemasaran yang digunakan yaitu meliputi: *advertising, promotion, publicity*, dan *word of mount (WOM)*. Dari keempat bauran pemasaran tadi WOM adalah yang paling efektif digunakan di SMK MedikaCom.⁵³

Dalam penelitian Moch Rizki Saepuloh dengan penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang strategi penggunaan media online serta sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaannya pada penelitian yang dilakukan Moch Rizki Saepuloh yaitu adanya variabel lain yaitu kegiatan penerimaan peserta didik baru serta obyek penelitian dilakukan pada SMK.

4. Dina Mizanie dan Irwansyah, 2019 “Pemanfaatan media sosial sebagai strategi kehumasan digital di era revolusi industri 4.0”

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan internet dan digitalisasi membawa masyarakat dunia menuju revolusi industri keempat atau industri 4.0. Pada era ini memiliki karakteristik kombinasi antara perangkat internet dengan kinerja manusia atau *cyber-physical system* ternyata

⁵³ Moch Rizki Saepuloh, *Artikel Ilmiah: Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah melalui website online dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru (studi kasus pada SMK MedikaCom Bandung)*, (Universitas Pasundan, 2015), hlm. 18-19.

memberikan banyak strategi komunikasi humas untuk dikembangkan. Adapun strategi yang dikembangkan dalam penelitian ini yaitu *electronic word-of-mouth (e-WOM)*, *internet buzzer*, aktivis media sosial, dan penggunaan *search engine optimization*. Bagi humas digital, media sosial merupakan pintu masuk menuju khalayak yang lebih luas. Melalui media sosial pengguna saling berbagi informasi serta berkomunikasi. Apabila humas mampu memanfaatkan media sosial maka untuk mencapai tujuan humas digital sangat dimudahkan.⁵⁴

Dalam penelitian Dina Mizanie dan Irwansyah dengan penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang strategi humas dalam memanfaatkan media online/media sosial. Perbedaannya pada penelitian yang dilakukan Dina Mizanie dan Irwansyah dengan penelitian ini yaitu metode yang digunakan, serta obyek yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan obyeknya menggunakan MI. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan Dina Mizanie dan Irwansyah menggunakan metode literature dan obyeknya humas secara umumnya.

⁵⁴ Dina Mizanie, Irwansyah, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0*, Jurnal Komunikasi, Vol XIII No. 02, September 2019: 19-164.

5. Hermawati, 2017 “Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kab. Deli Serdang”

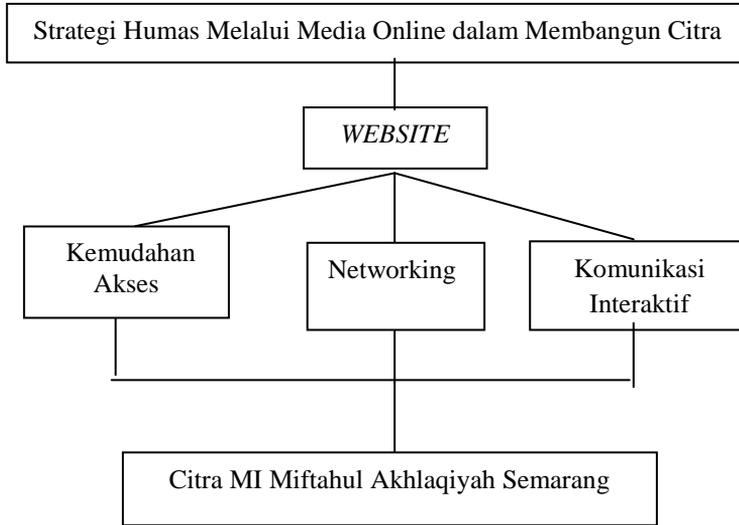
Hasil penelitian ini yaitu memahami keadaan internal dan eksternal madrasah, memperbaiki kondisi fisik maupun non fisik madrasah, pengenalan madrasah kepada masyarakat dan menjalin kerjasama dengan instansi lain. Upaya tersebut menghasilkan a) mewujudkan madrasah yang berkualitas b) meningkatnya kualitas pendidikan masyarakat c) meningkatkan kepercayaan terhadap keberadaan madrasah.⁵⁵

Dalam penelitian Hermawati dengan penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang strategi humas dalam membangun citra madrasah serta menggunakan metode kualitatif. Perbedaannya dengan penelitian ini yaitu menggunakan variabel lain yaitu melalui media online.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan latar belakang dan landasan teori yang dijelaskan dihalaman sebelumnya, maka dapat diambil suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:

⁵⁵ Hermawati, skripsi: strategi manajemen humas dalam membangun citra madrasah di madrasah tsanawiyah negeri lubuk pakam kab. Deli serdang, (UIN sumatra utara, 2017), hlm. 84-85.



Gambar 2.1. Skema Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penelitian yang dilakukan sesuai dengan kondisi objektif di lapangan tanpa adanya manipulasi.¹ Lexy J. Moleong mengutip dari Boghdan dan Taylor, Pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan perilaku yang diamati berupa kata-kata tertulis dan lisan.²

Menurut Denzin dan Lincoln menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah guna untuk menafsirkan fenomena yang terjadi serta dilakkan dengan melibatkan bermacam-macam metode yang ada.³

Menurut penjelasan para ahli diatas, adapun yang dimaksud dengan penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang

¹ Zaenal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*, (bandung: Remaja Rosdakarya), hlm.140.

² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 17.

³ . Albi Anggito dan Johan setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: Jejak, 2018), hlm. 7.

dilakukan sesuai dengan kondisi objektif dilapangan serta menggambarkan fenomena yang ada untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan tanpa adanya manipulasi.

Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif ada 2 yaitu: (1) Menggambarkan dan mengungkapkkan (*to describe and explore*), dan (2) menggambarkan dan menjelaskan (*to describe dan explain*). Moleong juga menjelaskan tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol fenomena dengan cara pengumpulan data terfokus dari data numerik.⁴

B. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang yang terletak di Jl. Beringin Raya 23 Tambakaji Ngaliyan Semarang Jawa Tengah

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini dilakukan tanggal 18 November – 08 Desember 2020

C. Sumber Data

Data yaitu informasi yang harus dicatat tentang sebuah gejala. Data sering disebut dengan “*rasion d’entre*”

⁴ Albi Anggito dan Johan setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jawa Barat: Jejak, 2018), hlm. 14.

seluruh pencatatan. Tentu saja informasi harus dapat dicatat oleh para pengamatan dengan mudah, dapat dibaca oleh mereka yang harus memprosesnya, akan tetapi tidak mudah diubah dengan tipu dayang yang tidak jujur.⁵

Menurut Suharsimi Arikunto yang dimaksud dengan sumber data yaitu subjek dari mana data dapat diperoleh. Dikatakan responden jika peneliti menggunakan wawancara dalam pengumpulan datanya.⁶

Menurut sifatnya sumber data dapat digolongkan menjadi dua golongan yaitu *pertama*, sumber data primer (Data yang diberikan langsung oleh tangan pertama) dan sekunder (sumber yang mengutip dari sumber lain).

Umumnya sumber data diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu

a. *Person* (orang)

Sumber data dalam hal ini yaitu kepala madrasah, Wakil kepala madrasah, dua orang admin *website* MI Mitahul Akhlaqiyah Semarang

b. *Paper* (kertas atau dokumen)

⁵ Ahmad Tanzeh, *Penelitian Praktis*, (Jakarta: Bina Ilmu, 2004), hlm.25.

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 129.

Bukan hanya orang yang menjadi sumber dalam penelitian ini akan tetapi dokumen – dokumen kegiatan yang bersangkutan dengan humas di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang baik itu berupa foto-foto kegiatan atau dokumentasi dalam bentuk berita yang di posting di *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

c. *Place* (tempat)

Sumber data ini ialah tempat dimana penelitian dilakukan, yaitu di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang serta media online baik itu *website* maupun akun sekolah lainnya.⁷

D. Fokus Penelitian

Agar penelitian tidak melebar dan menghindari ketidakjelasan, harus ditentukan fokus penelitian.⁸ Dalam hal ini yang menjadi fokus penelitian adalah Strategi Humas Melalui Media Online Dalam Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu suatu prosedur yang sistematis serta sesuai standar guna untuk mendapatkan data

⁷ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm. 116.

⁸ Nusa putra, *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 51.

yang dibutuhkan dan memenuhi standar data yang diterapkan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu tehnik pengumpulan data untuk mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis.⁹

Observasi ini digunakan peneliti untuk pengamatan langsung terhadap media online yakni *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

b. Wawancara atau interview mendalam

Teknik dimana peneliti dan informan bertatap muka langsung disebut dengan wawancara. Menurut Patton bahwa tujuan diadakan wawancara yaitu untuk mendapatkan dan menemukan informasi pada orang tertentu.¹⁰

Wawancara digunakan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam serta apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus di teliti

⁹ Imam, Gunawan, *Metodologi penelitian kualitatif (teori & praktik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm.143.

¹⁰ Imam, Gunawan, *Metodologi Penelitian kualitatif teori & praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), hlm. 165.

dalam teknik pengumpulan data. Secara garis besar wawancara dibagi menjadi dua macam:

- 1) Pedoman wawancara *tidak terstruktur*, yaitu pedoman wawancara hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan.
- 2) Pedoman wawancara secara *terstruktur*, yaitu pedoman wawancara yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai *checklist*.

Dalam hal ini, peneliti akan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Pertama penulis menanyakan beberapa macam pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu per satu diperdalam dalam mengoreksi keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh dapat meliputi semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.¹¹

Dikarenakan keterbatasan selama pandemic covid-19, wawancara yang dilakukan melalui e-mail, *whatsapp*, atau bertelepon langsung, dilakukan secara tatap muka apabila dimungkinkan dengan mematuhi protokol kesehatan. Hal ini tidak lepas dari sejumlah aplikasi yang mampu merekam dengan beberapa pertimbangan.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm.202.

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data sedetail mungkin mengenai Strategi Humas Melalui Media Online Dalam Membangun Citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dan sumber-sumber informasi khusus dari tulisan seperti; wasiat, buku, Undang-undang dan sebagainya. Ini juga dapat berupa catatan-catatan, transkrip, surat kabar, majalah, prasasti notulen rapat agenda dan sebagainya.¹²

Dibading dengan metode lain, maka metode ini agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati.¹³

Adapun data yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah data profil madrasah, *website* yang digunakan, dan lain-lain.

F. Uji Keabsahan Data

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002)

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm.274.

Dalam melakukan penelitian maka untuk memperkuat dalam hal data-data yang diperoleh harus dicek keabsahannya agar hasil penelitiannya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Untuk menguji keabsahan data, penulis menggunakan cara triangulasi. Triangulasi merupakan tehnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data.¹⁴ Ada dua tehnik triangulasi yang digunakan oleh penulis, yaitu:

a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan membandingkan serta mengecek data yang telah didapatkan melalui beberapa sumber.¹⁵ Hal ini penulis dapatkan dengan membandingkan data hasil wawancara dari Kepala Madrasah, Wakil Kepala Madrasah serta dua orang admin *website* MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.

b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data

¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metodoogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), Cet. 30, hlm. 330.

¹⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.372.

terhadap sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data yang di peroleh melalui wawancara, kemudian di cek dengan observasi dan dokumentasi. Apabila dalam melakukan kedua teknik pengujian data tersebut menghasilkan data yang berbeda. Maka penulis akan melakukan diskusi lanjutan terhadap sumber data yang bersangkutan untuk mendapatkan data yang valid.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses pencarian dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, melalui pengorganisasian data ke dalam kategori, menjabarkannya dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, dapat memilih mana yang penting dan yang dipelajari serta membuat kesimpulan supaya dapat dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain.¹⁶

Adapun langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk melakukan analisis data yaitu sebagai berikut:

a. Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pencarian data yang dibutuhkan melalui berbagai macam data dan bentuk data yang ada di lapangan yaitu dengan wawancara, Observasi dan Dokumentasi. Kemudian data

¹⁶ Muh. Fitrah, Luthfiyah, (*Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*), (Sukabumi: Jejak, 2017), hlm. 84.

tersebut dicatat untuk dipilih serta dikumpulkan data yang penting untuk penelitian lebih lanjut mengenai strategi hubungan masyarakat (Humas) melalui media online dalam membangun citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang.

b. Reduksi data

Setelah semua data terkumpul kemudian hal yang harus dilakukan adalah mereduksi data. Adapun yang dimaksud dengan mereduksi data yaitu merangkum, memilih data pokok, memfokuskan pada data-data yang penting, mencari polanya serta membuang data yang tidak penting.

c. Penyajian data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dengan adanya penyajian data untuk memudahkan dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja berdasarkan apa yang telah dipahami. Penyajian data ini bisa berbentuk grafik, tabel, matrik atau bagan informasi.

d. Penarikan kesimpulan

Selanjutnya langkah verifikasi yang merupakan upaya untuk mencari makna data yang dikumpulkan. Pada tahap ini peneliti mengambil kesimpulan terhadap data yang telah direduksi ke dalam laporan secara sistematis dengan

cara membandingkan, menghubungkan, dan memilih data yang mengarah kepada pemecahan masalah. Langkah-langkah verifikasi data sebagai berikut:

- 1) Membandingkan antara hasil studi dokumenter dengan hasil informasi dari hasil wawancara ataupun observasi
- 2) Mengidentifikasi data-data yang terkait dengan fokus penelitian.
- 3) Mengambil data dari angket yang sudah disebar
- 4) Menarik simpulan serta saran-saran terhadap masalah yang telah diteliti.¹⁷

¹⁷ Sugiono, *Metode Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 337

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data Lokal

1. Sejarah MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

a. Periode I (1959-1966) : Madrasah Diniyah

Berawal dari perkumpulan pengajian untuk melaksanakan *amaliahdiniyyahijtima'iyah* secara *kaffah* yang di pimpin oleh KH Samak di desa Beringin wetan. Usaha dan motivasi yang dikerahkan oleh KH Samak, H. Mudatsir dan Bapak Ismun ini ternyata melahirkan keinginan warga masyarakat Beringin Wetan untuk mendirikan sebuah Madrasah yang mengajarkan ilmu-ilmu agama.

Pada waktu itu madrasah formal disebut dengan Madrasah Diniyah (Madin). Namun, dalam perkembangannya Madin ini disebut dengan Sekolah arab, hal ini berdasarkan pada pembelajaran dan pengembangan ilmu agama yang bersumber dari kitab kuning., yang mana kitab kuning sendiri berbahasa arab.

Pada tahun 1959, Madin yang nantinya akan dikenal dengan sekolah arab berhasil didirikan dengan nama Madrasah Diniyah Miftahul Akhlaqiyah.

¹ Secara geografis pada waktu itu lokasi Madin ini berada dibibir jalan Beringin Raya Beringin Wetan Kendal. Menurut Sualim, Madrasah ini diresmikan pada hari Minggu, bulan Syawal.

Selama menjadi Madrasah Diniyah Miftahul Akhlaqiyah, telah terjadi pergantian kepala madrasah sebanyak dua kali yaitu dari KH. Samak, Bapak Ismun dan terakhir Bapak Yasir dari kendal selaku pegawai Departemen Agama (waktu itu) yang ditugaskan untuk menjadi kepala madrasah.

b. Periode II (Madrasah wajib belajar) 1967-1971

Pada masa pemerintahan Orde Baru, tepatnya tahun 1967, nama Madrasah Diniyah Miftahul Akhlaqiyah diganti menjadi Madrasah Wajib Belajar (MWB) Miftahul Ahklaqiyah. Pergantian ini terjadi karena harus mengikuti aturan pemerintah dan bertahan selama 6 tahun. Pada masa ini ternyata menyisakan masalah yaitu ijazah santri ditangguhkan sehingga terjadi banyak protes dari orang tua santri dan masyarakat sekitar.

c. Periode III (Madrasah Ibtidaiyah)1972-sekarang

¹ Dokumentasi Sejarah MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 20 November 2020.

Pada periode ini NWB Miftahul Akhlaqiyah berubah menjadi Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Akhlaqiyah. Adapun kepala madrasah pertama semenjak menyangandang Madrasah Ibtidaiyah yaitu Bapak Hadi Anis. Pada waktu itu kondisi fisik sekolah masih cukup memprihatinkan yaitu hanya ada tiga lokal kelas dengan temboknya berupa gedeg (Pagar dari bambu). Setelah bapak Hadi Anis Pensiun, kepemimpinan ini di alihkan kepada Bapak Kasmidi (1968-2000), Selama menjabat beliau memiliki prinsip yang sangat memotivasi yaitu “Kita berikan ilmu kepada siswa kita insyaallah ilmu itu akan semakin tinggi, akan tetapi jika kita memberikan harta maka suatu saat harta tersebut akan diungkit-ungkit”. Kekompakan antara yayasan dan lembaga menjadi salah satu keberhasilan Bapak Kasmidi.²

Roda kepemimpinan MI Miftahul Akhlaqiyah setelah bapak kasmidi yaitu dilanjutkan oleh Nashori, S.Pd.I (periode 2000-2004), Hj. Mafruhatun, S.Ag, M.Pd.I (periode 2004-2009) dan Moh. Miftahul Arief, S.Pd.I, M.Pd. (Periode I. 2009-2003), Moh. Miftahul Arief, S.Pd.I, M.Pd. (Periode II 2013-2017), Moh. Miftahul Arief, S.Pd.I, M.Pd. (Periode III 2017-

² Dokumentasi Sejarah MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 20 November 2020.

sekarang). Melalui jenjang peralihan kepemimpinan bapak arief sangat dirasakan dimulai dari madrasah sudah mempunyai *System tchnologi*, perpustakaan multi media, kelas berbasis PAIKEM (Pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif dan Menyenangkan), informasi madrasah berbasis internet dan *website*, dan lain-lain.

2. Profil MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

a. Identitas Madrasah

Nama madrasah : MI Miftahul Akhlaqiyah
NSM : 111233740077
NPSN : 60713871
NSS : 112030116002
Status : Swasta

b. Operasional Madrasah

Instansi Pemberi Ijin :Kepala Kandepag Kota Semarang
No. Ijin Operasional : Kd.11.33/4/PP.00.4/5725/2008
Tanggal : 17 Desember 2008

c. Akreditasi

Peringkat Akreditasi : A
Tahun Akreditasi : 2019
Nomor Akreditasi : Dd. 124759

d. Informasi

No Telp. / Faks : 024-7615669

Website : www.akhlaqiyah.sch.id

E-mail : info@akhlaqiyah.sch.id

e. Alamat

Jalan : Beringin Raya No. 23

Kelurahan : Tambakaji

Kecamatan : Ngaliyan

f. Peta Lokasi

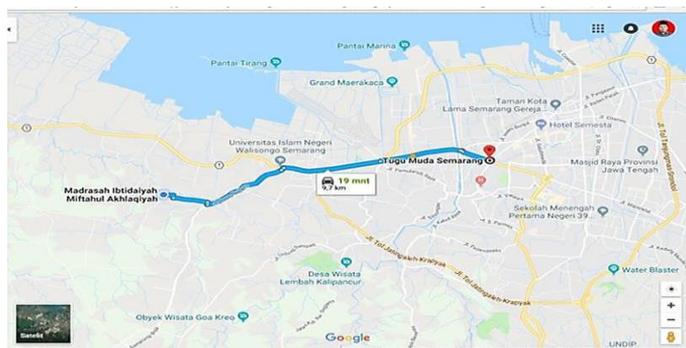
Adapun tata letak MI Miftahul Akhlaqiyah sebagai berikut :

Sebelah Selatan : Perumahan Koveri Mega Permai,

Sebelah Utara : Pondok Pesantren Al Ma'rufiyah

Sebelah Timur : Perumahan Taman Beringin I

Sebelah Barat : Perumahan Beringin Putih dan Perkampungan Beringin Barat.³



³ Dokumentasi Sejarah MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 20 November 2020.

Gambar 4.1 Denah Lokasi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Keterangan:

Jarak MI Miftahul Akhlaqiyah dari Bundaran Tugu Muda Semarang 9 KM dan dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan bermotor (bus, mobil atau motor) sekitar 19 menit.

Rutenya dari Bundaran Tugu Muda Semarang lurus ke arah barat menyusuri jalan siliwangi sampai Pasar Jarakah ke kanan arah Boja samapai menemui RS Permata Medika kemudian belok ke kanan lalu berjalan lurus ke barat \pm 500 meter, disebelah kanan jalan ada papan nama bertuliskan MI Miftahul Akhlaqiyah.

3. Penyelenggara MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Nama Yayasan : Yayasan Miftahul Huda Bringin
Nomor Akte Notaris : 13/ 17 Oktober 2019
No. Telp/ Faks : -
Alamat Yayasan :Jl. Beringin Raya No. 23 RT 02 Rw
08 Tambakaji Ngaliyan Kota
Semarang 50185

4. Visi dan Misi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

a. Visi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Terwujudnya generasi muslim yang tekun beribadah, berakhlak karimah dan unggul dalam prestasi.

b. Misi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

1. Menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas dalam pencapaian prestasi akademik dan non akademik
 2. Menumbuhkan penghayatan dan pengamalan ajaran islam sehingga menjadi siswa yang tekun beribadah dan berakhlak karimah
 3. Mewujudkan pembentukan kualitas islam yang mampu mengaktualisasikan diri dalam masyarakat
 4. Meningkatkan pengetahuan dan profesionalisme dengan kependidikan sesuai dengan perkembangan dunia pendidikan.⁴
5. Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Jumlah keseluruhan guru dan karyawan di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang saat ini sebanyak 21 orang, yang terdiri dari 1 orang ketua yayasan, 1 orang ketua komite, 1 orang kepala sekolah, 1 orang waka kurikulum sekaligus menjabat sebagai wali kelas, 1 orang Ka. TU, 1 orang guru kelas, 1 orang pustakawan, 1 orang penjaga.

⁴ Dokumentasi Sejarah MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 20 November 2020.

**Tabel 4.1 Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan MI
Miftahul Akhlaqiyah Semarang**

No.	Nama	Jabatan
1	Ketua Yayasan	Saichu, S.Pd.
2	Ketua Komite	H.A Syafi'i, S.Kom
3	Kepala Madrasah	Moh. Miftahul Areief, S.Pd.I, M.Pd.
4	Wakil kepala Madrasah	Rif'an Ulil Huda, M.Pd.
5	Ka. TU	Nailly Najihan Fitri, S.H.I
6	Guru Kelas IA	Siti Murni, S.Pd.
7	Guru Kelas IB	Siti Munafiah, S.Pd.
8	Guru Kelas 1C	Nihayatul Muna, S.Pd.
9	Guru KelaS II A	Dewi Nuriyatur Rachmah, S.Pd.
10	Guru Kelas II B	Hj. Masuroh, S.Pd.I
11	Guru Kelas IIIA	Annie Qodriyah, S.Pd.I
12	Guru Kelas IIIB	Siska Aditya Yuniar, S.Pd.
13	Guru Kelas IVA	Fitri Rosaifi, S.Psi.I
14	Guru Kelas IVB	Rif'an Ulil Huda, M.Pd.
15	Guru Kelas IVC	Imro'atil Hasanah, S.Pd.I
16	Guru Kelas VA	Abdul Rohman, S.Pd.I
17	Guru Kelas VB	Nurul Isna Luthfiyah, S.Pd.I
18	Guru Kelas VIA	Ahmad Labib, S.Pd.I
19	Guru Kelas VIB	Lu'lu'atul Makhzunah, S.Pd.I
20	Guru PJOK	Arul Yoga Hapsasco, S.Pd.

21	Pustakawan	Idatul Fitroh, S.Pd.
22	Penjaga	Tukiyat

Adapun jumlah guru yang sudah PNS Sertifikasi ada 1 orang perempuan, Non PNS Sertifikasi ada 5 orang terdiri dari 2 orang laki-laki dan 3 perempuan, Non PNS Non Sertifikasi ada 10 orang terdiri dari 3 orang laki-laki dan 7 orang perempuan, Tenaga Kependidikan ada 3 orang terdiri dari 1 orang laki-laki dan 2 orang perempuan.⁵

Tabel 4.2 Data guru Sertifikasi dan Non Sertifikasi

No.	Guru	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	PNS Sertifikasi	0	1	1
2.	Non PNS Sertifikasi	2	3	5
3.	Non PNS Non Sertifikasi	3	7	10
4.	Tenaga Kependidikan	1	2	3

⁵ Dokumentasi Sejarah MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 20 November 2020

Jumlah	6	13	19
---------------	----------	-----------	-----------

6. Peserta Didik MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Adapun jumlah peserta didik dari tahun ketahun mengalami fluktuasi, pada tahun ajaran 2015/2016 terdapat 350 peserta didik, tahun ajaran 2016/2017 terdapat 358 peserta didik, tahun ajaran 2017/2018 terdapat 383 peserta didik, tahun ajaran 2018/2019 terdapat 382 peserta didik, tahun ajaran 2019/2020 terdapat 379 peserta didik, tahun ajaran 2020/2021 terdapat 400 peserta didik. Dari paparan data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah peserta didik terbanyak terdapat pada tahun ajaran 2020/2021 dengan jumlah 400 peserta didik.⁶

Tabel 4.3 Jumlah Peserta Didik MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Kelas	JUMLAH SISWA					
	2015/ 2016	2016/ 2017	2017/ 2018	2018/ 2019	2019/ 2020	2020/ 2021
1	70	60	89	56	59	83
2	64	68	54	86	54	59

⁶ Dokumentasi Sejarah MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 20 November 2020

3	56	66	68	54	86	28
4	55	55	65	67	53	85
5	56	54	54	65	65	53
6	49	55	53	54	62	65
JUMLAH	350	358	383	382	379	400

B Deskripsi Hasil Penelitian

1. Strategi Humas melalui media online dalam membangun citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Di era teknologi seperti saat ini, banyak informasi yang diakses melalui internet, internet yang pada mulanya hanya digunakan untuk mengolah dan bertukar data, kini internet dapat digunakan untuk saling bertukar informasi. Internet merupakan jaringan global yang saling terhubung dengan jaringan yang lainnya yang memuat kumpulan informasi, data teks, data gambar , animasi, suara, audio, atau gabungan dari semuanya. Jadi, dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan *website* sekolah yaitu suatu situs yang terdiri dari gabungan informasi, data serta berita yang ada di sekolah yang terangkum pada halaman yang ada di Internet dan dapat

dilihat oleh semua orang yang membukanya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Miftahul Arief bahwa

“Adanya strategi penggunaan *website* ini untuk memberikan informasi serta perspektif madrasah terkait kondisi fisik, guru, output serta kegiatan pembelajaran yang ada di madrasah kepada masyarakat sehingga masyarakat mampu mengetahui kualitas yang ada di madrasah kemudian memiliki kemantapan untuk menyekolahkan putra putrinya di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.”⁷

Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan Rif’an Ulil Huda selaku wakil kepala madrasah, berikut

“Dengan adanya *website* kami dapat memberikan informasi seperti prestasi baik itu berupa prestasi yang diraih oleh peserta didik maupun oleh sekolah. Hal ini dilakukan supaya madrasah ini dapat lebih dikenal di masyarakat luas bukan hanya di kalangan lingkungan madrasah.”⁸

Pernyataan tersebut kemudian dikuatkan oleh Arul Yoga Hapsasco selaku admin serta guru mapel, berikut

⁷ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

⁸ Wawancara dengan bapak Rif’an Ulil Huda selaku wakil kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Kamis, 18 November 2020, pukul 11.20 bertempat di Ruang guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

“Kami menggunakan *website* dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, ada tiga poin penting yaitu informasi terkait prestasi baik itu prestasi guru, siswa maupun sekolah, informasi kegiatan madrasah dan informasi tentang hari peringatan.”⁹

Hal tersebut diperkuat oleh Siska Aditya Yuniar selaku Admin *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang, berikut

“*website* kami gunakan untuk ngiklan, terutama ngiklan tentang PPDB. Beberapa informasi terkait perlombaan, informasi tentang ekstrakurikuler seperti drumband, rebana, olimpiade dan lain-lain tentu saja dengan biaya yang murah.”

Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan adanya *website*, MI Miftahul akhlaqiyah sangat terbantu untuk menyebarkan sarana informasi yang ada di madrasah. Dengan adanya *website*, madrasah dapat memberikan informasi kepada masyarakat dari kondisi fisik hingga outpunya. Salah satu keunggulan menggunakan *website* adalah mudah dan murah, efektif dan efisien serta memiliki usia jangka panjang. Untuk itu, penggunaan *website* memiliki pengaruh yang besar untuk membangun citra positif madrasah, banyak program-program yang menjadi keinginan madrasah dapat diketahui oleh

⁹ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

publik. Sehingga orang tua lebih dapat mempercayakan putra putrinya untuk bersekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh bapak Mohammad Miftahul arif selaku kepala sekolah, berikut ini:

“Madrasah kita hanya semacam ini, tapi di *website* kan seolah-olah besar. Dengan adanya *website* program-program yang belum diketahui masyarakat dapat kita sampaikan kepada publik. Akhirnya membentuk kepercayaan publik. Dengan menghadirkan konten-konten yang bermanfaat serta informasi yang menarik. Dari situ terbentuk karakteristik madrasah kami, sehingga masyarakat tau program-program unggulan kami, cita-cita kami dan cara kami merealisasikan program-program kami.”¹⁰

Berdasarkan pernyataan diatas Rif'an Ulil Huda selaku kepala madrasah menambahkan pernyataan Mohammad Miftahul Arif, berikut

“*Website* memiliki pengaruh yang sangat besar bagi madrasah kami, semenjak menggunakan *website* tiap tahun makin bertambah jumlah calon peserta didik yang mendaftar.”¹¹

¹⁰ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

¹¹ Wawancara dengan bapak Rif'an Ulil Huda selaku wakil kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Kamis, 18 November 2020, pukul 11.20 bertempat di Ruang guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Pernyataan diatas sejalan dengan pernyataan Arul Yoga Hapsasco, berikut ini:

“menurut saya *website* memiliki pengaruh yang sangat besar sekali, karena memang banyak dari PPDB tahun 2020 yang mana orang tua walimuridnya mengetahui dan menganggap program-program MI Miftahul Akhlaqiyah cocok dengan keinginan walimurid melihat dari *website* MI Miftahul Akhlaqiyah. Bahkan ada beberapa walimurid yang berasal dari luar ngalihan, ketika ditanya tau dari mana bu MI Miftahul akhlaqiyah, mereka menjawab bahwa mengetahui informasi tentang MI Miftahul Akhlaqiyah dari *website*.”¹²

Ibu Siska Aditya Yuniar selaku admin *website* juga menjelaskan pendapat bapak kepala sekolah, berikut:

“Pengaruh *website* besar ya, sekarang kalau lihat atau cari info kan Cuma cari di google aja. Karena disitu banyak sekali informasi-informasi yang dapat diakses oleh wali murid dan calon walimurid. Semenjak menggunakan *website* peminat orang tua untuk menyekolahkan putra putri mereka di MI Miftahul Akhlaqiyah semakin meningkat, bahkan kami sempat menolak-nolak calon peserta didik.”¹³

¹² Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

¹³ Wawancara dengan Ibu Siska Aditya Yuniar selaku guru kelas sekaligus admin *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020, pukul 10.57 bertempat di perpustakaan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Hal ini dikuatkan melalui observasi yang dilakukan peneliti pada *website* MI Miftahul Akhlaqiyah. Di dalam *website* tersebut dijelaskan bahwa pendaftaran peserta didik baru mengalami pembludakan sehingga diadakan penambahan kelas, informasi ini dirilis pada 25 Januari 2020 yang berjudul “pendaftar membludak, akhlaqiyah rencanakan tambah kelas”. Kemudian informasi ini disusul dengan postingan yang berjudul “Akhlaqiyah kerahkan pasukan dalam seleksi dan observasi PPDB tahun 2020/2021 di dalamnya disebutkan bahwa PPDB tahun ini lebih ramai daripada PPDB tahun sebelumnya, informasi ini dirilis pada 06 Februari 2020.¹⁴

Berdasarkan data di atas, *website* memiliki pengaruh yang sangat besar untuk pembangunan citra madrasah, khususnya MI Miftahul Akhlaqiyah. Penggunaan *website* sangat berdampak pada jumlah calon peserta didik yang makin meningkat tiap tahunnya.

Website MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang didirikan oleh Mohammad Miftahul Arif, ini merupakan program yang dicanangkan saat beliau menjabat menjadi kepala sekolah yaitu pada Juma'at, 03 Desember tahun 2010. Pada mulanya

¹⁴ Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui *website* MI Miftahul Akhlaqiyah www.akhlaqiyah.sch.id diakses pada 08 Desember 2020.

website ini masih berbentuk blogspot dengan nama akhlaqiyahschool.blogspot.com.¹⁵ Hal ini diungkapkan oleh Mohammad Miftahul Arief selaku kepala MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang berikut

“dulu masih menggunakan blogspot jadi nama nya akhlaqiyahschool.blogspot.com, kemudian saya belikan domain seharga 60 rb menjadi www.akhlaqiyah.sch.id”¹⁶

Ada beberapa persyaratan untuk dapat pembelian domain sch.id yang kemudian dijelaskan oleh pak arif selaku pembuat *website* MI Miftahul Akhlaqiyah berikut ini

“Dalam membeli domain sch.id tidak segampang ketika menggunakan .com, ketika membeli domainnya tinggal transfer kemudian langsung bisa di approve. Akan tetapi perlu membuat surat permohonan dengan stempel resmi serta jelas penanggungjawabnya baru nanti di kirim dan bisa di approve.”¹⁷

¹⁵ Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui *website* MI Miftahul Akhlaqiyah www.akhlaqiyah.sch.id diakses pada 08 Desember 2020.

¹⁶ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

¹⁷ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Website MI Miftahul Akhlaqiyah tetap masih menggunakan blogspot bukan wordpress hanya dibelikan domain sch.id seperti yang di jelaskan oleh bapak Miftahul Arief berikut ini

“*Bassic* nya web ada dua. satu ber platform blogger yang satuya wordpres. Bedanya blogger dengan wordpres itu kalau blogger tidak pake hosting, kalau wordpress pakai hosting. Hosting itu ibarat lumbung data, kalau blogger itu tanpa lumbung data, lumbung datanya gratis dari google, jadi saya pertahun hanya bayar domain saja untuk perpanjangan domain. Tapi kalau wordpres itu harus pake domain dan hosting. Tampilannya sama, tapi kalau wordpres bisa dikemas sedemikian rupa. Tapi kalau untuk pemula blogger itu lebih mudah karena tidak harus langganan hosting. Platform blogger di miliki oleh google yang belakangnya blogspot.com. kalau wordpres itu yang belakangnya nama kamu. Kalau saya platformnya itu blogger lalu saya belikan domain sch.”¹⁸

Jadi dapat bisa kita tarik bahwa pada mulanya *website* MI Miftahul Akhlaqiyah berbentuk blogspot, kemudian dibelikan domain Sch.id dengan harga yang relatif murah yaitu 60n rb per tahun. Dengan perubahan tersebut dapat meningkatkan kredibilitas yang tinggi, memperoleh ranking tinggi di search engine serta pengaksesan yang lebih cepat. Domain sch.id ini memang di peruntukan untuk pendidikan

¹⁸ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

formal dari tingkat TK sampai SMA. Sch.id ini juga bisa digunakan oleh lembaga pendidikan non-formal asalkan sudah disahkan oleh SJOD (Satuan kerja perangkat daerah).

Adapun tujuan penggunaan *website* yaitu dapat diakses baik oleh pengguna ekstern maupun intern. Tujuan penggunaan *website* secara intern tentu saja tentang kebermanfaatan *website* terhadap guru, siswa, walimurid serta pegawai sekolah yang lain seperti, ketika ada kegiatan atau informasi yang kurang jelas tersampaikan melalui pengumuman, bisa dilihat melalui *website*. Melalui *website* orangtua walimurid dapat mengakses kegiatan apa saja yang dilakukan oleh putra putrinya saat berada di madrasah. Kesadaran masyarakat akan kemajuan teknologi informasi semakin meningkat, sehingga keberadaan *website* sekolah dapat membantu penyebaran informasi kepada khalayak umum. Tentu saja untuk mencapai hal sebesar itu, ada hal-hal yang perlu di perhatikan. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Mohammad Miftahul Arief Berikut:

“Sebuah produk yang dikonsumsi oleh publik jika ingin terus-terusan dikonsumsi maka harus memiliki kualitas yang baik, sama seperti *website* jika ingin terus dikunjungi maka harus memiliki hal-hal yang dapat menarik minat pengunjung. Sebesar apapun kualitas dari lembaga pembelajaran tanpa publikasi ke pada publik maka tidak akan berjalan., harus memiliki propaganda judul yang

diterapkan sehingga masyarakat bisa melihat citra kita. Orang melihat citra kita bagus itu dari propaganda judul madrasah seperti madrasah yang memiliki program premium dengan harga yang murah, dari situ membentuk kepercayaan publik. Awalnya publik perhatian (kepo), terus melihat *website* madrasah, dan akhirnya muncul kemantapan.¹⁹

Jadi, untuk dapat meningkatkan minat masyarakat dalam mengunjungi *website* madrasah yaitu dengan melakukan propaganda judul madrasah, dalam observasi yang dilakukan, peneliti menemukan salah satu postingan yang viral dan di *repost* oleh banyak media, “daftar lewat HP, Bayar pakai Go-Pay”.Informasi tersebut membuat MI Miftahul Akhlaqiyah bukan hanya dikenal di daerah beringin tetapi tingkat nasional.²⁰ Hal ini seperti yang diungkapkan oleh bapak Mohammad Miftahul Arief selaku kepala madrasah, berikut:

“Jadi kita membuat pres release ke media sebagai propaganda kepada pihak luar. Pres release ini dibuat ketika event-event penerimaan peserta didik baru (PPDB), kita membuat propaganda PPDB daftar lewat HP, Bayar Pakai Go-Pay. Sempat viral itu, dan

¹⁹ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

²⁰ Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui *website* MI Miftahul Akhlaqiyah www.akhlaqiyah.sch.id diakses pada 08 Desember 2020.

banyak media-media lain *me-repost* berita tersebut, karena ini merupakan hal baru dan baru pertama ada madrasah yang bayarnya pakai Go-Pay. Hal ini membuat MI Miftahul Akhlaqiyah bukan hanya dikenal di lokal beringin akan tetapi nasional. Selain itu, kami sering upate konten, juga memperbaiki tampilan seperti template, kualitas postingan dari *copywriting* dari tulisan, gambar maupun dari grafisnya. Untuk memperbaiki kualitas saya latih temen-temen setiap hari sabtu atau senin terkait grafis maupun *copywriting* nya”²¹

Pernyataan diatas sejalan dengan pernyataan Rif’an Ulil Huda selaku wakil kepala sekolah, berikut;

“kami sempat membuat heboh dunia pendidikan dengan kehadiran, “Daftar Lewat HP, Bayar pakai Go-pay”, informasi ini sempat *booming* dikancah nasional, banyak media yang *me-repost* tentang itu. Nah bisa ditarik bahwa untuk menarik minat pengunjung kami melakukan gebragan yang langka. Bukan hanya itu, kami juga tetap memperhatikan kualitas tulisan, penampilan yang menarik, seta *update* dalam memposting kegiatan”²²

Pernyataan diatas kemudian ditambahkan oleh Siska Aditya Yuniar selaku admin *website*, berikut

²¹ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

²² Wawancara dengan bapak Rif’an Ulil Huda selaku wakil kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Kamis, 18 November 2020, pukul 11.20 bertempat di Ruang guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

“Untuk menarik perhatian pengunjung, kami memiliki propaganda judul yang berbeda, kemarin yang sempat viral itu informasi tentang PPDB, daftar lewat HP, bayar pakai go-pay. Itu menjadi viral karena memang kita madrasah pertama di Indonesia yang menggunakan go-pay, dana, link. Selain itu, kami juga selalu meng *update* informasi seperti ekstrakurkulernya, kegiatan pembelajarn, dan lain-lain. Brandingnya kita selang seling.”²³

Pernyataan diatas kemudian ditambahkan oleh Arul Yoga Hapsasco selaku admin *website*, berikut

“Kami sempat viral memang pada postngan Daftar lewat HP, bayar pakai Go-Pay dn sempat di *upload* di media yang lain. Selain itu tadi, kami juga sering melakukan diskusi berdiskusi untuk menentukan poin-poin apa saja yang akan di posting di *website*. Biasanya saya dan bu siska atau pak arif berdiskusi mengenai apanih yang akan kita upload. Jadi ada beberapa bagian yang pertama itu tentang prestasi, kalau ada prestasi kita upload prestasi kalau tidak ada kita upload hari penting, kalau ga ada juga kita meng *upload* tentang kegiatan sekolah. Udah tiga itu poin utamanya dalam menarik minat masyarakat terhadap *website* Madrasah.”²⁴

²³ Wawancara dengan Ibu Siska Aditya Yuniar selaku guru kelas sekaligus admin *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020, pukul 10.57 bertempat di perpustakaan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

²⁴ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Jadi berdasarkan data diatas dapat di simpulkan bahwa dalam menarik minat masyarakat untuk terus mengunjungi webite MI Miftahul Akhlaqiyah yaitu dengan membuat propaganda judul yang baik, selalu meng-*update* informasi, serta memperhatikan kualitas penulisan. Meng-*update* informasi secara berkala dapat meningkatkan jumlah pengunjung, semakin dikenal, peringkat blog jadi naik, indeks lebih cepat, serta meningkatnya peringkat SEO (*Search Engine Optimization*). Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Mohammad Miftahul Arief selaku kepala madrasah, berikut;

“Kami selalu meng-*update* informasi di dalam *website*, bahkan kami memiliki target per minggunya, minimal 1 postingan per minggunya lebih dari itu lebih baik. Karena jika sering posting itu bukan semakin menurun peringkatnya tetapi semakin meningkat peringkatnya, indeks pencariannya juga lebih cepat serta dapat meningkatkan SEO karena *website* itu usianya jangka panjang, kita mengunggah sekarang sampai usinya sampe tak berjangka. Selama kita ga menonaktifkan *website* kita itu tetap terbaca.”²⁵

Pernyataan diatas sejalan dengan yang diungkapkan oleh Rif’an Ulil Huda, berikut:

²⁵ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

“Kalau bisa setiap hari ada postingan, biasanya itu ketika ada event itu admin siap-siap membuat karya untuk di posting di *website*. Tapi salema ini setiap bulan pasti ada postingan, minimal 4 kali dalam sebulan. Karena semakin kita *update* semakin kita dikenal publik”²⁶

Berdasarkan pernyataan diatas Arul Yoga Hapsasco selalu admin *website* menambahkan, berikut

“Untuk *update* di *website* semua udah dijadwalkan mba, minimal 1 bulan 4 kali. Adminnya ada saya, bu siska dan pak Arief, kalau setiap admin *update* 1 brita perminggunya maka bisa dihitung 3 x 4 kan hasilnya 12. Kalau misal ada bahan dan kerja semua paling tidak 1 bulan bisa 12 kali. Tapi kita ambil minimalnya 1 bulan 4 kali *update* tan. Karena kita menyadari bahwa ga semua berita kita *upload*.”²⁷

Siska Aditya Yuniar menambahkan, bahwa

“Kalau saya minimal 5 kali sebulan, kalau maksimalnya ya sebanyak-banyaknya. Kadang kalau

²⁶ Wawancara dengan bapak Rif'an Ulil Huda selaku wakil kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Kamis, 18 November 2020, pukul 11.20 bertempat di Ruang guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

²⁷ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

slow saya langsung membuat 3 artikel sekaligus. Cuma saya kasih tegang waktunya.”²⁸

Berdasarkan hasil observasi *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ditemukan adanya postingan setiap bulan minimal 4 postingan yaitu pada bulan Agustus terdapat 6 postingan, pada bulan Oktober terdapat 5 postingan dan pada bulan November terdapat 5 postingan. Ini menunjukkan adanya kontinuitas dalam meng-*update* postingan di *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.²⁹ Hal ini diperkuat dengan pengambilan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti³⁰ berikut:

Tabel 4.4 Waktu Terbit Postingan

NO	Judul postingan	Waktu Terbit
1	Selamat Hari Raya Idul Adha 1441 H	1 Agustus 2020
2	Intip Pembelajaran	7 Agustus 2020

²⁸ Wawancara dengan Ibu Siska Aditya Yuniar selaku guru kelas sekaligus admin *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020, pukul 10.57 bertempat di perpustakaan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

²⁹ Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui *website* MI Miftahul Akhlaqiyah www.akhlaqiyah.sch.id diakses pada 08 Desember 2020.

³⁰ Hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti pada 10 Desember 2020.

	Interaktif di Akhlaqiyah Dengan Google Meet	
3	Bulan Imunisasi Anak Sekolah 2020	8 Agustus 2020
4	Intip Yuk Pembuatan Konten Video Pembelajaran Di MI Miftahul Akhlaqiyah	14 Agustus 2020
5	Tidak Hanya Perbanyak Tugas, Guru Akhlaqiyah Kompak Buat Media Inovatif	14 Agustus 2020
6	MI Miftahul Akhlaqiyah Jadi Satu-Satunya MI/SD Di Jawa Tengah Yang Raih Apresiasi Kemendikbud RI Dan Kemenag RI	25 Agustus 2020
7	Ini Dia Pemenang Giveaway Youtube MI Miftahul Akhlaqiyah Total Rp. 500.000	4 Oktober 2020
8	Selamat Datang Bapak Kepala Kemenag Kota Semarang Di MI Miftahul	10 Oktober 2020

	Akhlaqiyah	
9	Gelar Imunisasi BIAS, Siswa Siswi Kelas 1 MIMA Padati Puskesmas Tambakaji Semarang	11 Oktober 2020
10	Tak perlu Risau, Akhlaqiyah sajikan rtusan video pembelajaran gratissss!!!	13 Oktober 2020
11	Selamat hari santri nasional 22 oktober 2020	22 Oktober 2020
12	Lomba foto kontes tingkat RA/TK tahun 2020	07 November 2020
13	Selamat hari pahlawan 10 november 2020	10 November 2020
14	Selamat hari guru nasional 25 november 2020	26 November 2020
15	Kepala MI Akhlaqiyah Menjadi Narasumber dalam webinar nasional tentang penyelenggaraan pendidikan islam di tengah pandemi	26 November 2020
16	Mari selamatkan bumi kita	28 November

	dengan satu orang menanam satu pohon	2020
--	---	------

Selain propaganda judul dan *update* informasi, ada hal yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan performa *website* yaitu kualitas penulisan atau dikenal dengan *Copywriting*. Tentunya dalam membuat postingan di *website* tidak asal menulis, tetapi ada beberapa poin yang perlu diperhatikan seperti penggunaan frasa yang tepat, bebas dari plagiat serta *Headline* yang menarik dan membuat penasaran. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Mohammad Miftahul Arief berikut,

“Sebelumnya saya akan menjelaskan, pada mulanya *website* ini saya kelola sendiri, kemudian setelah banyaknya guru-guru muda, saya serahkan kepada mereka. Awalnya semuanya boleh menulis, nanti bagian editingnya saya. Jadi sebelum diunggah ke *website* saya edit dulu terkait *copywriting* nya, minimal *headline* yang menarik serta penggunaan frasa yang tepat. Dari sekian banyak guru saya pilih mana yang peulisannya udah mateng untuk mengisi *website*. meskipun demikian, nanti tulisan mereka tetap dikirim ke saya dulu, nanti baru di posting di *website*.”³¹

³¹ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Berdasarkan pernyataan diatas Rif'an ulil huda selaku wakil kepala madrasah menguatkan pendapat Mohammah Miftahul Arief, berikut;

“Untuk penulisan *copywriting* pada *website* nanti langsung melalui proses pengeditan oleh kepala sekolah, kebetulan pak kepala adalah seorang jurnalis jadi ketika ada penulisan yang kurang pas langsung dipandu pak kepala.”³²

Pernyataan diatas juga dikuatkan oleh Arul Yoga Hapsasco selaku admin *website*, berikut

“Biasanya saya mengajukan berita kepada pak Arif selaku kepala sekolah disini. Jadi pak Arif juga mengedit tulisan temen-temen sebelum di publikasikan di *website*. berita yang sudah di posting di *website* itu tandanya sudah melalui pengeditan yang dilakukan oleh bapak Arief. Dulunya hampir semua guru bisa jadi admin tapi sekaraang mulai ada pembagian job deskripsinya. Yang megang bagian *website* itu saya dan bu siska, karena dirasa cukup matang dalam penulisan *copywriting* nya”.³³

³² Wawancara dengan bapak Rif'an Ulil Huda selaku wakil kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Kamis, 18 November 2020, pukul 11.20 bertempat di Ruang guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

³³ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020, pukul 09.47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Pernyataan diatas pun dikuatkan oleh Siska Aditya Yuniar, berikut

“Gini mba, yang bertugas dulu kan bukan hanya saya dan pak arul ada 3 guru lagi yang bertugas. Kemudian setiap guru itu wajib posting, setelah itu hasilnya akan di filter sama pak kepala. Karena pak kepala kan penulis di majalah NU, amanat juga pak arif yang mendirect beritanya. Jadi sebelum kita postingkan dilihat sama pak arif. Cuma dari ke lima guru itu penulisannya yang sudah mateng itu saya sama pak arul. Jadi sejak saat itu di los kan saja sama pak arif, untuk saya dan pak arul mau posting apa aja yang penting menyangkut kepentingan sekolah dan tidak mengandung unsur-unsur yang membahayakan sekolah”³⁴

Berdasarkan data diatas dapat kita tarik, bahwa adanya seleksi terhadap guru-guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang untuk mengelola *website*, hal ini dilihat dari kualitas penulisan atau *copywriting* nya. Seleksi dilakukan oleh kepala sekolah, mengingat beliau juga merupakan jurnalis sehingga dianggap mumpuni dalam bidang tulis-menulis. Jadi setiap ada tulisan yang akan diterbitkan di *website* selalu melalui proses penyortiran dari kepala sekolah.

³⁴ Wawancara dengan Ibu Siska Aditya Yuniar selaku guru kelas sekaligus admin *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020, pukul 10.57 bertempat di perpustakaan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Adapun strategi humas melalui media online, peneliti kelompokkan dalam 3 sifat yang dimiliki website yaitu:

a. Kemudahan Akses

Salah satu faktor kemudahan akses adalah tersedianya fasilitas yang memadai, tanpa adanya fasilitas yang memadai pengelolaan *website* menjadi kurang optimal. Oleh karena itu MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang memberikan beberapa fasilitas terhadap admin *website*. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Mohammad Miftahul Arief, berikut:

“Untuk mengelola *website*, sekolah memberikakan fasilitas berupa wifi, komputer dan insentif”³⁵

Pernyataan Kepala madrasah ditambahkan oleh Rif’an Ulil Huda selaku wakil kepala madrasah, berikut:

“Ada beberapa fasilitas yang diberikan madrasah terhadap pengelolaan media online. Fasilitas yang ada di sekolah berupa wifi dan komputer, selain itu kami juga memberikan fasilitas berupa insentif. Satu postingan di *website* 1000,- dan 500 rupiah untuk Instagram dan Facebook. dikarenakan kita madrasah swasta jadi semua anggaran di back up

³⁵ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 25 November 2020, pukul 09.46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah.

dari kami, untuk kami. Jadi lumayan jika bisa memanfaatkannya, bisa buat tambahan.”³⁶

Pernyataan diatas sejalan dengan pernyataan Arul Yoga Hapsasco selaku admin *website* berikut:

“Kalau fasilitas dari sekolah yaitu wifi dan komputer madrasah. kalau penguploadannya di sekolah bisa menggunakan wifi sekolah atau mungkin menggunakan komputer sekolah. Kami juga mendapatkan insentif untuk setiap postingan di *website* atau biasa disebut dengan uang tali asih. 1 postingan 1000 rupiah sedangkan di IG, FB, itu setiap postingan nominalnya 500 rupiah. Dan itu direkap tiap bulan, nanti lapor pada bagian keuangan.”³⁷

Hal inipun diungkapkan Siska selaku Admin *website* dengan menambahkan pernyataan berikut:

“Fasilitas dari madrasah ada komputer dan wifi. Semenjak bulan april itu ada subsidi wifi, sebetulnya ga harus wifi sih, Cuma dikasih uang mentah aja buat kuota atau wifi, kalau saya sih pasang wifi.”³⁸

³⁶ Wawancara dengan bapak Rif’an Ulil Huda selaku wakil kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Kamis, 18 November 2020, pukul 11.20 bertempat di Ruang guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

³⁷ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

³⁸ Wawancara dengan Ibu Siska Aditya Yuniar selaku guru kelas sekaligus admin *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19

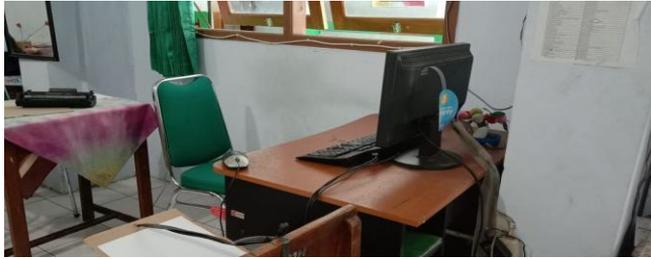
Pihak madrasah menyadari bahwa fasilitas merupakan salah satu faktor penunjang dalam meningkatkan produktifitas admin sehingga dalam mengakses *website* menjadi lebih mudah. Adapun fasilitas yang diberikan yaitu wifi dan komputer madrasah. Selain itu, Untuk meningkatkan produktivitas admin, madrasah memberikan insentif berupa uang yaitu pada *website* 1 postingan bernilai 1000 rupiah sedangkan untuk instagram dan facebook sebesar 500 rupiah.

Hal ini diperkuat dengan adanya dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti pada saat melakukan wawancara dengan Bapak Rif'an Ulil Huda yaitu tanggal 18 November 2020 yang berupa foto wifi dan komputer.³⁹

Gambar 4.2 Fasilitas Madrasah berupa komputer

November 2020, pukul 10.57 bertempat di perpustakaan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

³⁹ Hasil Dokumentasi pada 18 November 2020 di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.



Gambar 4.3 Fasilitas madrasah berupa Wifi



Untuk memberikan kemudahan akses kepada pengunjung *website*, MI Miftahul akhlaqiyah mencantumkan link/ alamat *website* di setiap akun media sosialnya dan memberi hastag untuk setiap pencarian. Hastag digunakan dengan harapan *website* madrasah dapat tampil pada halaman pertama mesin pencari, sehingga pengunjung *website* semakin ramai, apabila *website* madrasah semakin ramai, diharapkan banyak orang tua siswa yang ingin menyekolahkan anaknya di MI miftahul Akhlaqiyah Semarang. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Mohammad Miftahul Arief selaku kepala madrasah yaitu :

“Pada setiap akun media sosial madrasah, kami beri link *website* kami. Selain itu juga kami cantumkan pada setiap flyer serta pada saat kami memposting sesuatu selalu kami share ke grup-grup. Untuk memudahkan pencarian kami memiliki kata kunci atau SEO yaitu sekolah unggul literasi.”⁴⁰

Rif’an Ulil Huda selaku wakil kepala madrasah menguatkan pendapat bapak Arief, berikut:

“Kalau menurut teman-teman team media online kita punya kata kunci, misalkan madrasah unggul literasi, madrasah unggul, madrasah literasi. Yang muncul akhlaqiyah.”⁴¹

Hal ini juga dikuatkan oleh bapak Arul Hapsasco selaku admin *website*, berikut:

“Kalau bentuk nyatanya bisa di brosur, bisa juga menemukan di medsos kita misalnya di FB, IG, di WA juga itu selalu mencantumkan nama *website* kita, jadi setiap kita ada info PPBD, lomba itu dibawahnya kita tulis www://akhlaqiyah.sch.id. semuanya medsos yang kita miliki kita cantumkan. Untuk kata kunci di pencariannya yaitu miftahul akhlaqiyah, madrasah unggul literasi itu sudah pasti keluar

⁴⁰ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

⁴¹ Wawancara dengan bapak Rif’an Ulil Huda selaku wakil kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Kamis, 18 November 2020, pukul 11.20 bertempat di Ruang guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

miftahul akhlaqiyah . itu merupakan jargon kita.”⁴²

Ibu Siska juga menguatkan pendapat bapak Arief selaku kepala madrasah berikut:

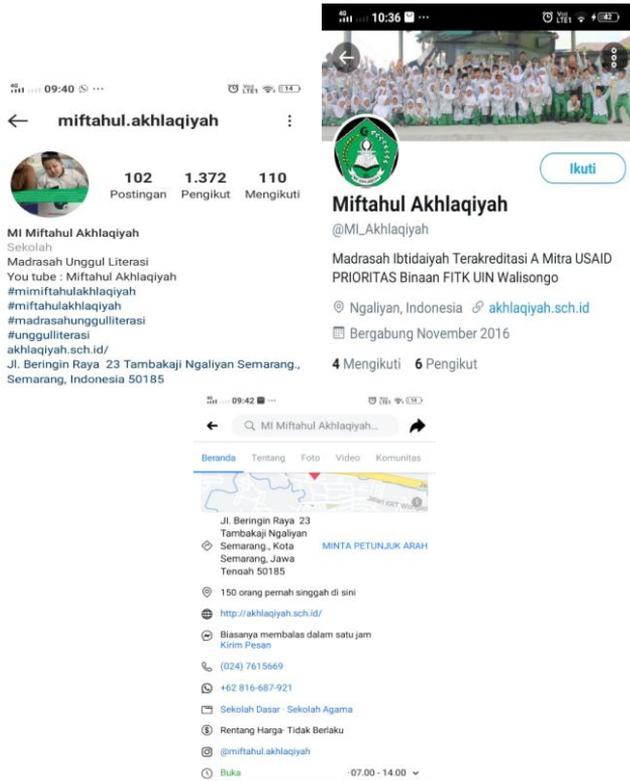
“kalau chrome tiap nyari madrasah di ngalihan keluar semua. Di klik akhlaqiyah keluar, MI di ngalihan juga keluar, kemudian MI unggul literasi juga keluar. Banyak sih kata kunci untuk menuju ke MI. Selain itu di WA, FB, Youtube juga dapat ditemukan.”⁴³

Selain melakukan wawancara dengan keempat sumber, peneliti juga melakukan pengambilan data pada waktu observasi melalui akun media *online* nya. Berdasarkan observasi yang dilakukan ditemukan adanya alamat *website* pada akun media sosial MI Miftahul Akhlaqiyah yaitu Facebook, Instagram dan twitter. Hal ini dibuktikan dengan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti, berikut:

⁴² Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

⁴³ Wawancara dengan Ibu Siska Aditya Yuniar selaku guru kelas sekaligus admin *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020, pukul 10.57 bertempat di perpustakaan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Gambar 4.4 keberadaan link *website* MI Miftahul Akhlaqiyah di Sosial Media⁴⁴



Bukan hanya melalui akun media sosialnya, *website* MI Miftahul Akhlaqiyah ini juga dapat ditemukan pada setiap flayer yang disebarakan melalui

⁴⁴ Hasil Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti melalui *website* MI Miftahul Akhlaqiyah www.akhlaqiyah.sch.id diakses pada 08 Desember 2020

akun media sosial maupun *website* itu sendiri. Hal ini dibuktikan dengan adanya dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti⁴⁵, berikut:

Gambar 4.5 Flayer

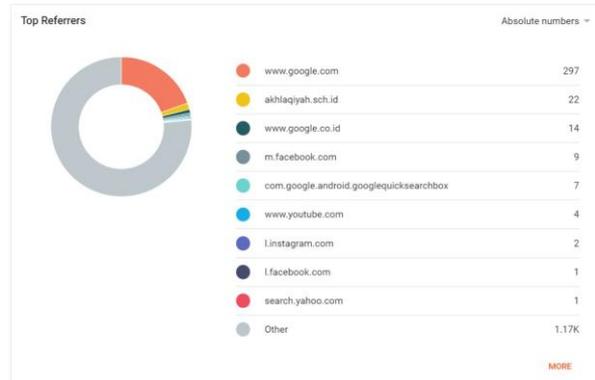


Data diatas juga diperkuat dengan adanya dokumentasi yang dilakukan melalui google analisis bahwa *website* madrasah dapat diakses melalui www.google.com, akhlaqiyah.sch.id, www.google.co.id, m.facebook.com, com.google.android.googlequicksearchbox, www.youtube.com, I.instagram.com, I.facebook.com,

⁴⁵ Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui *website* MI Miftahul Akhlaqiyah www.akhlaqiyah.sch.id diakses pada 08 Desember 2020

search.yahoo.com, dan lain sebagainya. Hal ini dapat kita lihat pada gambar berikut:

Gambar 4.6 Situs yang mengakses *website* MI Miftahul Akhlaqiyah⁴⁶

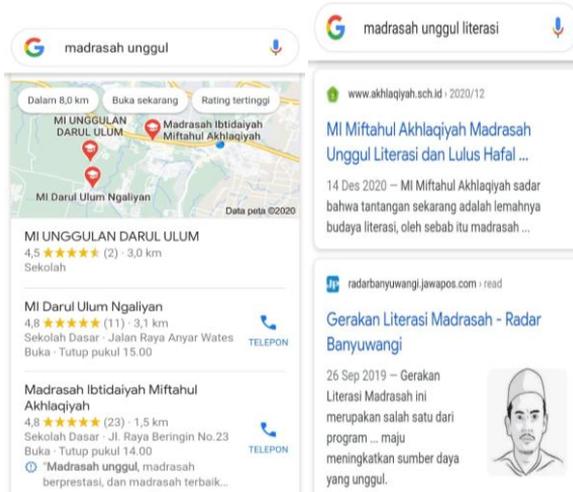


Untuk dapat mempermudah akses dalam menemukan informasi terkait MI Miftahul Akhlaqiyah serta memperkenalkan dan menunjukkan eksistensi MI Miftahul Akhlaqiyah dengan jargon madrasah unggul literasi. Tim media menambahkan kata kunci seperti madrasah unggul dan madrasah unggul literasi. Sehingga ketika ada yang mencari madrasah unggul literasi, MI Miftahul Akhlaqiyah masuk dalam penemuan google. Dalam dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa itu bukan merupakan kata kunci tetapi

⁴⁶ Hasil Dokumentasi pada 30 November 2020 melalui WhatsApp Mohammad Miftahul Arief.

merupakan informasi yang diunggah dalam laman website MI Miftahul Akhlaqiyah berikut:

Gambar 4.7 kata temuan madrasah unggul literasi⁴⁷



Pertumbuhan pengakses internet yang menggunakan media mobile semakin meningkat, sehingga sangat penting untuk situs web dapat diakses dengan baik oleh berbagai media seperti komputer, laptop, tablet PC serta ponsel. Dengan demikian *website* MI Miftahul Akhlaqiyah didesain dengan tampilan yang dapat diakses pada semua perangkat. Hal ini seperti yang

⁴⁷ Hasil Dokumentasi pada 30 November 2020 melalui WhatsApp Mohammad Miftahul Arief.

diungkapkan oleh bapak arief selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang, berikut:

“*Website* kita itu mobile friendly, kalau sampaan buka *website* kita kan tampilannya enak. Kan ada *website* ketika di buka di hp itu tampilannya harus di perbesar satu-satu. Kalau kita buka di HP itu bisa langsung menyesuaikan lebar HP nya. Tidak kesulitan dalam mencari informasi, nanti langsung ketemu, tidak terlalu ramai juga.”⁴⁸

Bapak Rif’an selaku wakil kepala sekolah menguatkan pendapat bapak Arief, berikut,

“*website* kita bisa di akses di semua perangkat, selama itu memiliki akses internet. Kan ada ya mba, HP yang tidak bisa digunakan untuk browsing, kalau bahasa anak jamannya HP *Cliring*.”⁴⁹

Hal inipun senada dengan pernyataan Arul Yoga Hapsasco dan Siska Aditya Yuniar berikut,

⁴⁸ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah.

⁴⁹ Wawancara dengan bapak Rif’an Ulil Huda selaku wakil kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada Kamis, 18 November 2020, pukul 11.20 bertempat di Ruang guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

“*website* kami bisa diakses di semua perangkat, smartphone, PC, laptop, semuanya bisa diakses yang sudah berandroid.”⁵⁰

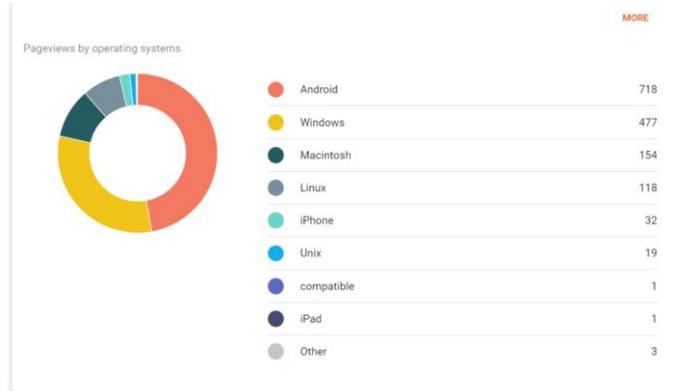
Pernyataan diatas juga diperkuat oleh observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan mencoba mengakses *website* MI Miftahul Akhlaqiyah menggunakan ponsel serta laptop. Peneliti tidak menemukan kesulitan saat membuka *website* MI Miftahul akhlaqiyah baik menggunakan laptop maupun Handpone. Perubahan tampilan pada *website* tidak mempengaruhi peneliti untuk dapat menemukan informasi yang disampaikan.

Data diatas diperkuat dengan adanya dokumentasi yang dilakukan melalui google analisis bahwa *website* madrasah dapat diakses melalui Android, Windows, Macintosh, Linux, iPhone, Unix, Compatible, iPad, dan lain-lain.⁵¹ Hal ini dapat kita lihat pada gambar berikut:

Gambar 4.8 Pageviews by Operating System

⁵⁰ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

⁵¹ Hasil Dokumentasi pada 30 November 2020 melalui WhatsApp Mohammad Miftahul Arief



Dalam memudahkan akses pengguna, tentu saja *website* MI Miftahul Akhlaqiyah di desain dengan sederhana serta mudah dibaca dan mudah digunakan. Bapak Arief selaku kepala sekolah menjelaskan, berikut:

“Desain itu kan berhubungan dengan templet, kami memilih templet yang menarik, sederhana, rapi dan yang paling penting mudah dibaca maksudnya antara tulisan dengan background itu kontras.”⁵²

Berdasarkan pernyataan diatas, Arul Yoga Hapsasco menguatkan pendapat bapak Arief berikut:

“Menurut saya, desainnya cukup mudah karena *website* kami gambaranya sama seperti *website*

⁵² Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

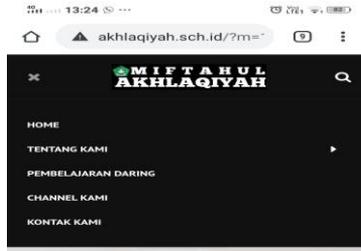
pada umumnya. Jika kita membuka *website*, akan muncul beberapa tampilan yaitu beranda, latar belakang sekolah, pembelajaran daring serta chanel youtube dan Kontak. Dengan tampilan yang sesimpel itu pengguna tidak akan mengalami kesulitan dalam mengakses *website*.”⁵³

Hal ini juga diperkuat melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti, ketika membuka *website* MI Miftahul Akhlaqiyah. Peneliti melihat tampilan yang sangat sederhana. Pertama kali membuka *website* peneliti langsung disuguhkan dengan beberapa informasi teraktual, dan dipojok kiri atas terdapat tools yang berisikan pencarian di dalam blog, home, tentang kami, pembelajaran daring, chanel kami dan kontak kami, akan tetapi peneliti tidak menemukan adanya animasi ataupun video di dalam *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang. Data ini juga diperkuat dengan adanya dokumentasi⁵⁴ berikut

Gambar 4.9 Fitur *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

⁵³ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

⁵⁴ Hasil Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti melalui *website* MI Miftahul Akhlaqiyah www.akhlaqiyah.sch.id diakses pada 08 Desember 2020.



Selain fitur-fitur diatas, didalam *website* MI Miftahul akhlaqiyah semarang juga terdapat pemberitahuan terhadap berita ter-*update* dan terpopuler, ini bisa terlihat ketika kita membuka salah satu berita/postingan di *website*. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Arul Yoga Hapsasco selaku admin *website*, berikut:

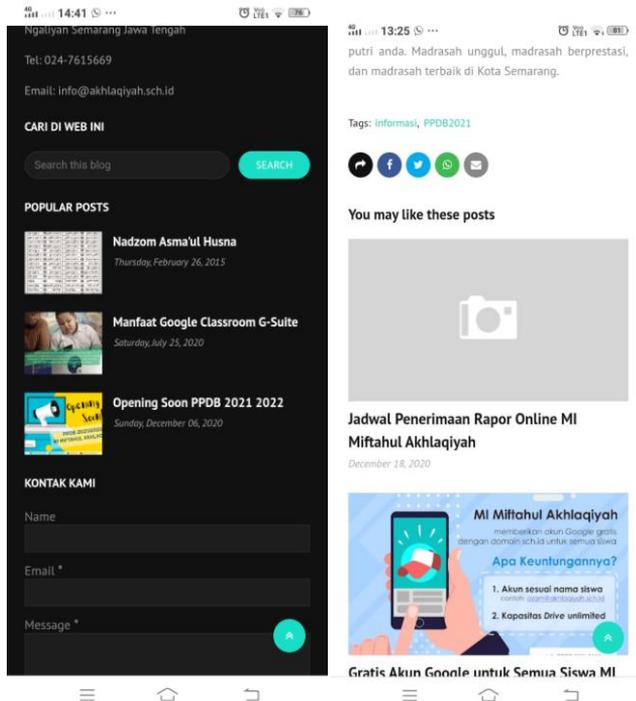
“Apabila kita mengklik berita, pasti dibawahnya akan muncul 3 berita ter-*update* dan 3 berita terpopuler, misalnya kita mengklik hari peringatan nasional , nanti dibawahnya akan muncul berita yang terbaru.”⁵⁵

Pernyataan diatas diperkuat dengan observasi yang dilakukan peneliti yaitu ketika peneliti membuka salah satu berita yang ada di *website* MI Miftahul Akhlaqiyah peneliti disuguhkan dengan 3 berita teraktual

⁵⁵ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

dan 3 berita populer. Data ini diperkuat dengan adanya dokumentasi⁵⁶ yang dilakukan oleh peneliti berikut:

Gambar 4.10 Berita *terupdate* dan *terpopuler*



⁵⁶ Hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti melalui *website* MI Miftahul Akhlaqiyah www.akhlaqiyah.sch.id diakses pada 08 Desember 2020.

Kecepatan akses juga menjadi salah satu faktor yang memudahkan pengguna dalam mengakses *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang. Dengan adanya kecepatan akses yang cepat pengguna akan semakin nyaman mengoperasikan *website*. MI Miftahul akhlaqiyah semarang memiliki kecepatan akses yang relatif cepat, hal ini seperti yang diungkapkan oleh bapak Arief selaku kepala madrasah, berikut:

“Kita speednya itu maksimum 5 detik. Speed *website* kita bisa sampean cek aja melalui aplikasi. Bisa kita lihat dibawah 5 detik. Orang ngeklik *website* kita ga menunggu lama akhirnya mreka enjoy dengan *website* kita.”⁵⁷

Arul Yoga Hapsasco selaku admin menambahkan pernyataan bapak Arief berikut:

“cepat, selama ini saya tidak pernah menjumpai ada orang tua siswa atau calon walimurid yang bilang mengalami kesusahan dalam mengakses.”⁵⁸

⁵⁷ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

⁵⁸ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Ibu Siska selaku admin *website* juga menambahkan pernyataan bapak Arief, berikut:

“Saat PPDB yang pengaksesnya banyak juga aman-aman aja, tapi untuk kuotanya bisa diakses berapa-berapa saya ga tau, tapi selama ini ga pernah nyampe ga bisa dibuka atau down webnya ga pernah, baru info pembukaan PPDB aja 3000 pencarian dalam 1 hari”⁵⁹

Berdasarkan data diatas, *website* MI Miftahul Akhlaqiyah memiliki kecepatan akses yang cepat yaitu 5 detik setiap kali pengaksesan, bukan hanya admin yang merasakan kecepatan akses yang di miliki madrasah. Pengunjuang juga merasa tidak ada masalah terhadap kecepatan akses *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Jadi dapat kita simpulkan bahwa dalam membangun citra madrasah melalui *website* salah satunya yaitu adanya kemudahan akses. Jika akses *website* mudah maka pengguna akan nyaman dalam mengunjungi *website*, dari kenyamanan iu menimbulkan citra positif terhadap madrasah. Faktor-faktor yang mendukung kemudahan akses pada *website* MI Miftahul Akhlaqiyah

⁵⁹ Wawancara dengan Ibu Siska Aditya Yuniar selaku guru kelas sekaligus admin *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020, pukul 10.57 bertempat di perpustakaan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Semarang yaitu fasilitas yang memadai, Mobile Friendly, pengoperasionalan *website* yang sederhana, adanya pemberitahuan berita teraktual dan terpopuler, serta kecepatan akses.

b. Networking (jaringannya luas)

Website memungkinkan kita untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kompetisi madrasah dalam membangun citra positif di masyarakat semakin ketat, hal ini membuat sekolah perlu meningkatkan kehadirannya di internet supaya masyarakat global mengetahui kualitas produknya. Presentasi informasi madrasah dalam *website* merupakan faktor penting bagi kesuksesan *website*. Networking atau jaringan luas dapat menjadi tolak ukur keberhasilan atau kegagalan *website* dalam membangun citra madrasah. Untuk itu madrasah perlu mengetahui perkembangan *website*. Hal ini dapat kita ketahui dengan informasi pengunjung *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

Pihak madrasah tidak bisa memastikan berapa jumlah pengunjung *website* saat ini, karena selama ini pihak madrasah tidak terlalu memperhatikan jumlah pengunjung *website*, pihak madrasah hanya melihat jumlah pengunjung dari setiap postingan. Hal ini seperti

yang diungkapkan oleh Miftahul Arief selaku kepala sekolah berikut

“Untuk sekarang saya tidak bisa memastikan berapa jumlah pengunjung *website* MI Miftahul Akhlaqiyah, Saya terakhir ngecek menggunakan google analisis sekitar 1 tahun yang lalu, Nanti biar saya cek dulu melalui Leptop”⁶⁰

Berdasarkan data diatas Arul yoga Hapsasco menambahkan pernyataan Mohammad Miftahul Arief, berikut:

“Selama ini saya tidak pernah mengecek jumlah pengunjung *website* secara keseluruhan, saya hanya melihat dari jumlah kunjungan per postingan. Mungkin pengunjung *websitenya* saja sejumlah siswa yang ada disini, kurang lebih hampir 400 san. Itupun belum tambah dengan calon peserta didik yang nantinya akan ndaftar dan tamu yang bukan bagian dari MI Miftahul Akhlaqiyah”⁶¹

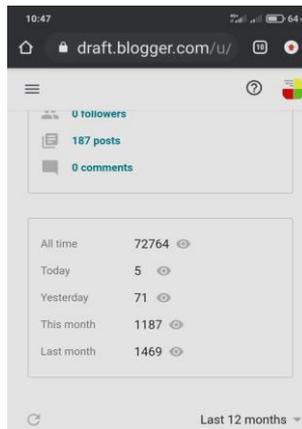
Berdasarkan data yang diberikan kepala madrasah kepada peneliti menunjukan bahwa jumlah

⁶⁰ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

⁶¹ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

pengunjung *website* dalam kurun waktu 1 tahun terakhir terhitung dari 25 November 2019-25 November 2020 dengan 187 postingan terdapat 72.764 pengunjung, dalam kurun waktu 25 Juli - 25 Oktober terdapat 1469 pengunjung, pada 26 Oktober-24 November terdapat 1187 pengunjung.⁶² Hal ini dapat kita lihat dari hasil dokumentasi yang diberikan oleh Mohammad Mftahul Arief selaku kepala madrasah berikut:

Gambar 4.11 Jumlah pengunjung dalam 1 tahun terhitung dari 25 November 2019 – 25 November 2020

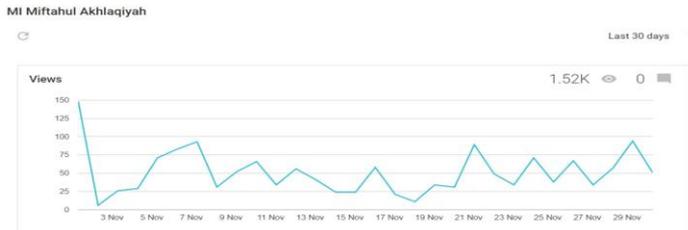


Pada bulan November jumlah pengunjung *website* berjumlah 1.520 dan pengunjung tiap harinya

⁶² Hasil Dokumentasi pada 30 November 2020 melalui WhatsApp Mohammad Miftahul Arief.

mengalami fluktuasi, hal ini dapat kita lihat pada gambar berikut:⁶³

Gambar 4.12 Statistik pengunjung pada bulan November 2020



Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari Bapak Mohammad Miftahul Arief bahwa pengunjung *website* MI Miftahul Akhlaqiyah sudah mulai mengglobal. Adapun pengunjung yang berasal dari Indonesia sebanyak 1.120 pengunjung, Prancis sebanyak 133 pengunjung, Amerika sebanyak 109 pengunjung, Jepang sebanyak 23 pengunjung, Inggris sebanyak 21 pengunjung, Polandia sebanyak 15 pengunjung, Jerman sebanyak 11 pengunjung, Russia sebanyak 11 pengunjung, China sebanyak 9 pengunjung dan dari

⁶³ Hasil Dokumentasi pada 30 November 2020 melalui WhatsApp Mohammad Miftahul Arief.

negara yang lainnya sebanyak 75 pengunjung. Hal ini dapat kita lihat dari diagram pengunjung berikut.⁶⁴ .

Gambar 4.13 Diagram Pengunjung Website



Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa pengakses *website* terbesar berada di Indonesia, tetapi dinilai dari media perluasan informasi, keberadaan *website* mampu menarik minat *surfer* dari berbagai kawasan wilayah di dunia.

c. **Komunikai Interaktif**

Dalam melayani pengguna *website*, baik itu berupa kritik maupun saran terhadap informasi yang di sebarluaskan melalui *website* maka perlu adanya

⁶⁴ Hasil Dokumentasi pada 30 November 2020 melalui WhatsApp Mohammad Miftahul Arief.

komunikasi interaktif. Hal ini dilakukan guna untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Untuk mewujudkan komunikasi interaktif antara pengguna dengan pengelola, *Website* MI Miftahul Akhlaqiyah menyediakan fitur hubungi kami dan kontak kami yang dapat digunakan untuk menyampaikan kritik dan saran maupun pertanyaan terkait informasi yang disebarluaskan. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Mohammad Miftahul Arief berikut:

“Untuk melayani pengunjung kami memfasilitasi pengguna *website* dengan fitur hubungi kami dan kontak kami. Sehingga ketika pengguna memiliki kritik atau saran maupun pertanyaan dapat disampaikan melalui fitur tadi”⁶⁵

Hal ini senada dengan pernyataan Arul Yoga Hapsasco selaku admin *website* berikut:

“Di dalam *website* kami terdapat layanan informasi guna untuk melayani pengguna *website* apabila memiliki keluhan tentang informasi yang di sampaikan melalui *website*, kami menyediakan fitur hubungi kami, WhatsApp serta E-mail”⁶⁶

⁶⁵ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

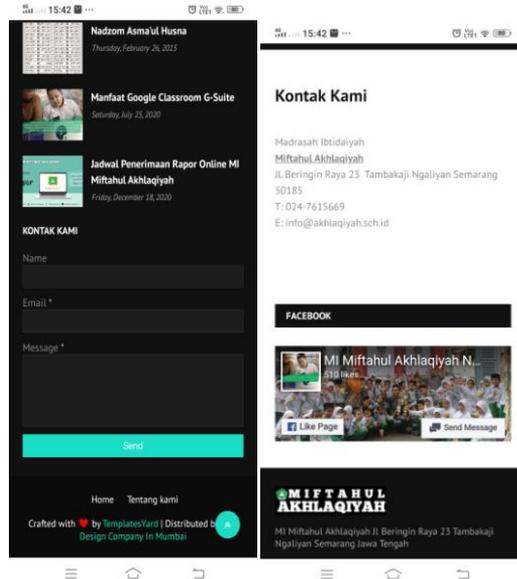
⁶⁶ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah semarang pada 19

Data diatas diperkuat dengan adanya observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui akun *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang terdapat fitur Hubungi kami dan kontak kami. Hal ini diperkuat dengan dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti berikut:⁶⁷

Gambar 4.14 Fitur Hubungi Kami dan Kontak Kami

November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

⁶⁷ Hasil dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti melalui *website* MI Miftahul Akhlaqiyah www.akhlaqiyah.sch.id diakses pada 08 Desember 2020



Dalam melakukan komunikasi interaktif ini hanya bisa dilakukan oleh pengguna *website* yang menghubungi pihak madrasah dengan admin *website* dan tidak dapat dilihat oleh pengunjung lain. Hal ini seperti yang dinyatakan oleh Mohammad Miftahul Arief berikut:

“Kami hanya memberikan fasilitas komunikasi melalui hubungi kami dan kontak kami, dan itu hanya bisa dilakukan apabila ada pengunjung yang menghubungi kami. Ini tidak bisa dilihat oleh pengunjung lain guna menjaga privasi

terhadap keluhan yang diberikan oleh pengguna.”⁶⁸

Hal inipun senada dengan yang dinyatakan oleh Arul Yoga Hapsasco dan Siska Aditya Yuniar bahwa fitur yang disediakan untuk melakukan komunikasi interaktif ini tidak bisa dilakukan komunikasi antar pengunjung, tetapi hanya dapat dilakukan antara pengunjung dengan pengelola.

Untuk menjaga citra madrasah, admin berusaha untuk dapat merespon dengan cepat pesan yang disampaikan oleh pengunjung *website*, hal ini seperti yang dinyatakan oleh Arul Yoga Hapsasco berikut:

“Dalam merespon pesan dari pengguna kami sebisa mungkin merespon dengan cepat, selagi saya online saya akan langsung merespon tanggapan dari pengunjung tersebut”⁶⁹

Hal inipun seperti yang disampaikan oleh Siska Aditya Yuniar selaku admin *website* berikut

⁶⁸ Wawancara dengan bapak Moh. Miftahul Arief Selaku kepala sekolah di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 25 November 2020 , pukul 09. 46 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

⁶⁹ Wawancara dengan bapak Arul Yoga Hapsasco selaku guru mapel sekaligus admin *website* di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020 , pukul 09. 47 bertempat di Ruang Guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

“Saya akan merespon tanggapan dari pengguna dengan cepat, selagi saya online saya akan langsung menanggapi. Setiap kali ada e-mail masuk, maka admin *website* berusaha meresponnya dengan cepat.”⁷⁰

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa *website* MI Miftahul Akhlaqiyah fitur yang disediakan untuk melakukan komunikasi interaktif ini tidak bisa dilakukan komunikasi antar pengunjung, tetapi hanya dapat dilakukan antara pengunjung dengan pengelola. Untuk tetap melayani masyarakat admin *website* merespon tanggapan pengunjung dengan cepat.

Jadi, adapun strategi humas melalui media online dalam membangun citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang yaitu:

- a. Meng-*update* informasi minimal 4 kali dalam satu bulan.
- b. Informasi yang disampaikan pada *website* MI Miftahul akhlaqiyah berupa prestasi serta kegiatan yang ada di madrasah.
- c. Memperhatikan kualitas penulisan *copywriting* seperti penggunaan frasa yang tepat, memperhatikan 5W+1H, headline yang menarik, dsb. Jadi setiap ada tulisan yang

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Siska Aditya Yuniar selaku guru kelas sekaligus admin *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang pada 19 November 2020, pukul 10.57 bertempat di perpustakaan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang.

akan diterbitkan di *website* selalu melalui proses penyortiran dari kepala sekolah.

- d. Melakukan seleksi terhadap guru-guru madrasah untuk menjadi admin website MI Miftahul akhlaqiyah semarang dengan mewajibkan semua guru membuat tulisan untuk diunggah di website.
- e. Memberikan fasilitas kepada admin website berupa wifi dan komputer madrasah.
- f. Website MI Miftahul Akhlaqiyah menggunakan tagar untuk meningkatkan performa website dalam mesin pencarian.
- g. Website di design dengan Mobile Friendly, maksudnya semua perangkat dapat mengakses website tanpa mengaami perubahan design website yang signfikan. Selain itu website di design dengan pengoperasionalan yang sederhana.
- h. Dikarenakan tidak adanya fitur navigasi pada tiap artikelnya maka website MI Miftahul akhlaqiyah disediakan pemberitahuan berita teraktual dan terpopuler.
- i. Gambar yang diunggah pada website didesign dengan ukuran yang relatif kecil sehingga tidak memakan ruang dan tidak mengalami hambatan pada akses (*loading time*).
- j. Menggunakan google analisis untuk mengetahui perkembangan pengunjung.

- k. Untuk menghindari komentar yang bersifat spam maka MI Miftahul akhlaqiyah menonaktifkan kolom komentar pengunjung dengan pengunjung lain dan hanya menyediakan fitur hubungi kami dan kontak kami.

C. Analisis Data

Keberhasilan madrasah dalam membangun citra dapat dilihat dari banyaknya jumlah calon peserta didik. Stimulus yang diberikan madrasah kepada publik dapat membentuk citra sehingga dapat mengasilkan sebuah respon yang merangsang kognisi. Stimulus yang diberikan kepada publik dapat berupa komunikasi. *Website* merupakan salah satu sarana yang digunakan madrasah untuk memberikan stimulus kepada publik dengan harapan mampu menghasilkan respon positif publik terhadap program serta kegiatan madrasah sehingga dapat memberikan citra positif terhadap madrasah. *Website* MI Miftahul Akhlaqiyah dibuat atas program yang dicanangkan oleh Moh. Miftahul Arief saat menjabat menjadi kepala madrasah, tepatnya dibuat pada 03 Desember 2010. Dibat guna menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait kondisi fisik, program-program serta output nya. Selain mengikuti perkembangan zaman yang semakin hari semakin meningkat, *website* digunakan karena mudah dan murah serta memiliki usia yang jangka panjang. Hal inipun selaras dengan Renstra Depdiknas 2005-2009 memanfaatkan secara maksimal

perangkat Teknologi Informasi dan komunikasi sebagai sarana komunikasi yang efektif dan efisien serta sebagai media pembelajaran guna menyambut era globalisasi. Disebutkan dalam butir ketiga terkait langkah-langkah yang akan dilakukan, bahwa: “Merancang dan membuat aplikasi pembelajaran berbasis portal, web, multimedia interaktif, yang terdiri atas aplikasi tutorial dan learning tool.”⁷¹

Data di atas dikuatkan berdasarkan infografis dari websindo.com bahwa masyarakat yang menggunakan internet pada tahun 2019 sejumlah 150 juta pengguna aktif atau 56% dari total jumlah penduduk Indonesia. Dan 142,8 juta pengguna yang mengakses melalui perangkat mobile. Disebutkan juga bahwa tercatat 79% pengguna mengakses internet setiap hari, 14 % seminggu sekali, 6% sebulan sekali, 1% mengakses internet setahun sekali.⁷²

Kesadaran masyarakat akan pentingnya teknologi dan informasi ini juga mempengaruhi sekolah-sekolah dalam menyebarkan informasi melalui *website* dalam membangun citra. Oleh sebab itu MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang memiliki strategi melalui media online, salah satunya yaitu propaganda

⁷¹ Rencana Strategis Departemen Pendidikan Nasional Tahun 2005-2009.

⁷² Indonesia Digital 2019:Internet, <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-internet/> diakses pada 20 desember 2020, pukul 20.11 WIB

judul melalui *copywriting* dalam membangun citra madrasah yaitu dengan melakukan inovasi baru yang berbeda dengan yang lainnya, seperti; Daftar lewat HP bayar pakai Go-Pay, akhlaqiyah Jadi madrasah pertama di Indonesia yang miliki kode QRIS, dan lain sebagainya. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Syafieq yang berjudul penggunaan umpan balik pada judul berita untuk menarik minat pembaca bahwa keuntungan umpan klik sebagai optimasi judul berita pada media *online* Radar Banjarmasin sangat memuaskan, hal ini terlihat dari traffic serta *keyword* judul yang dipaparkan yang mencakup pengunjung. Hal ini dilakukan supaya media online tetap hidup. Respon pembaca terhadap umpan klik sangat baik terlihat tidak ada keluhan terhadap penggunaan umpan klik pada judul berita radar Banjarmasin.⁷³

Selain itu MI Miftahul Akhlaqiyah juga meng-*update* informasi secara berkala yaitu dalam 1 bulan minimal meng-*update* informasi sebanyak empat kali bahkan bisa lebih. Tentu saja informasi yang disampaikan seputar tentang MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang. Hal ini sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh sugeng bahwa pengunjung tentu ingin selalu melihat sesuatu yang baru terutama informasi yang ditampilkan.

⁷³ Ahmad Syafieq, *Penggunaan Umpan Balik Klik Pada Judul Berita Untuk Menarik Minat Pembaca*, (Skripsi: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary), hlm. 05

Apabila publik melihat isi situs selalu sama dan tidak berubah dalam jangka waktu tertentu maka pengguna akan menilai situs ini statis dan tidak menarik lagi.

Adapun strategi humas melalui media online, peneliti kelompokan dalam 3 sifat yang dimiliki website yaitu:

a. Kemudahan Akses

Pihak madrasah menyadari bahwa fasilitas merupakan salah satu faktor penunjang dalam meningkatkan produktifitas admin sehingga dalam mengakses *website* menjadi lebih mudah. Adapun fasilitas yang diberikan yaitu wifi dan komputer madrasah. Selain itu, Untuk meningkatkan produktivitas admin, madrasah memberikan insentif berupa uang yaitu pada *website* 1 postingan bernilai 1000 rupiah sedangkan untuk instagram dan facebook sebesar 500 rupiah. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzi Arief Lubis yang berjudul pengaruh fasilitas kerja dan pemberian insentif terhadap kinerja karyawan (studi kasus: Indomaret Cabang Laut Dendang) bahwa secara bersamaan fasilitas kerja dan pemberian insentif memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap kinerja karyawan pada Indomaret cabang Laut Dendang.⁷⁴

Untuk memberikan kemudahan akses kepada pengunjung *website*, MI Miftahul akhlaqiyah mencantumkan link/ alamat *website* di setiap akun media sosialnya dan memberi hastag untuk setiap pencarian. Hastag digunakan dengan harapan *website* madrasah dapat tampil pada halaman pertama mesin pencari, sehingga pengunjung *website* semakin ramai, apabila *website* madrasah semakin ramai, diharapkan banyak orang tua siswa yang ingin menyekolahkan anaknya di MI miftahul Akhlaqiyah Semarang. MI Miftahul Akhlaqiyah menggunakan kata kunci madrasah unggul literasi. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa ketika mengetik madrasah unggul literasi pada mesin pencarian, MI Mitahul Akhlaqiyah menempati pada halaman pertama, akan tetapi madrasah unggul literasi ini bukan merupakan kata kunci, melainkan postingan yang berjudul madrasah unggul literasi hafal jus 30. Hal ini tidak sejalan dengan penelitaian yang dilakukan oleh Ahmad Fauzan Satibi, dkk berjudul Analisis Pemanfaatan *Search Engine Optimization* dalam meningkatkan penjualan produk UKM di Pasar Internasional

⁷⁴ . Fauzi Arif Lubis, Pengaruh Fasilitas Kerja dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus: Indomaret Cabang Laut Dendang), (Skripsi:UIN Sumatera Utara, 2018), hlm. 54.

bahwa penggunaan SEO oleh *website* www.pesanjaketonline.com terhadap efektivitas pemasaran online menghasilkan posisi www.pesanjaketonline.com menjadi nomer satu SERP Google dengan kata kunci “pesan jaket”, yang menyebabkan meningkatnya jumlah pengunjung hal itupun selaras dengan meningkatnya jumlah penjualan dan pesanan.⁷⁵

Pertumbuhan pengakses internet yang menggunakan media mobile semakin meningkat, sehingga sangat penting untuk situs web dapat diakses dengan baik oleh berbagai media seperti komputer, laptop, tablet PC serta ponsel. Dengan demikian *website* MI Miftahul Akhlaqiyah didesain dengan tampilan yang dapat diakses pada semua perangkat seperti Android, Windows, Macintosh, Linux, iPhone, Unix, Compatible, iPad, dan lain-lain. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Nugroho bahwa *website* harus sesuai dengan berbagai perangkat tampilannya (*browser*), harus

⁷⁵ Ahmad Fauzan Satibi, Suharyono, Yusri Abdillah, “Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimization dalam Meningkatkan Penjualan Produk UKM di Pasar Internasional (Studi Kasus Pada CV.Ayung Sportindo)”, *Journal Administrasi Bisnis*, (Volume 50. No. 6, September 2017), hlm.104.

memberikan alternatif bagi *browser* yang tidak dapat melihat situsnya.⁷⁶

Website MI Miftahul Akhlaqiyah di desain dengan sangat sederhana Pertama kali membuka *website* peneliti langsung disuguhkan dengan beberapa informasi teraktual, dan dipojok kiri atas terdapat tools yang berisikan pencarian di dalam blog, home, tentang kami, pembelajaran daring, chanel kami dan kontak kami. *Website* madrasah tidak sering melakukan pergantian template, menurut bapak Arief selaku kepala madrasah bahwa dengan gonta ganti template berkali-kali akan menyebabkan banyak kode yang berubah. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, *website* madrasah memiliki warna yang disesuaikan dengan pengguna yaitu menggunakan backgroun warna putih serta tulisan berwarna hitam, akan tetapi tidak terdapat video dan animasi. Nugroho mengatakan bahwa “desain visual yang baik setidaknya memiliki komposisi warna yang baik dan konsisten, *layout* grafik yang konsisten, teks yang mudah dibaca, pengguna grafik yang memperkuat isi teks, penggunaan animasi pada tempat yang tepat, isi animasi yang memepkuat isi teks dan secara keseluruhan

⁷⁶ Kusno Harianto, Heny Pratiwi, Yonatan Suhariyadi, *Sistem Monitoring Lulusan Perguruan Tinggi dalam Memasuki Dunia Kerja Menggunakan Tracer Study*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia), hlm.11

membentuk suatu pola yang seimbang.”⁷⁷ Indikator ini dianggap sudah efektif.

Salah satu indikator dalam kemudahan akses yaitu adanya sistem Navigasi. Seperti yang dinyatakan oleh Nugroho bahwa dengan navigasi pengunjung dapat dengan mudah menemukan jalan, memberitahukan keberadaan pengunjung, arah mana yang harus dituju, dengan begitu pengunjung dapat dengan mudah menemukan apa yang dicari.⁷⁸ Hal ini tidak sesuai dengan situs *website* MI Miftahul akhlaqiyah semarang, akan tetapi *website* MI Miftahul Akhlaqiyah terdapat pemberitahuan terhadap berita *ter-update* dan terpopuler, ini bisa terlihat ketika kita membuka salah satu berita/ postingan di *website*. Indikator ini dianggap kurang efektif karena dengan tidak adanya link navigasi maka pengunjung akan kesulitan dalam mencari berita yang berkaitan. Hal inipun dapat menjadi faktor penghambat terbentuknya citra madrasah.

Kecepatan akses juga menjadi salah satu faktor yang memudahkan pengguna dalam mengakses *website* MI

⁷⁷ Kusno Harianto, Heny Pratiwi, Yonatan Suhariyadi, *Sistem Monitoring Lulusan Perguruan Tinggi dalam Memasuki Dunia Kerja Menggunakan Tracer Study*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia), hlm.11.

⁷⁸ Kusno Harianto, Heny Pratiwi, Yonatan Suhariyadi, *Sistem Monitoring Lulusan Perguruan Tinggi dalam Memasuki Dunia Kerja Menggunakan Tracer Study*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia), hlm.11.

Miftahul Akhlaqiyah Semarang. Dengan adanya kecepatan akses yang cepat pengguna akan semakin nyaman mengoperasikan *website*. MI Miftahul akhlaqiyah semarang memiliki kecepatan akses yang relatif cepat yaitu 5 detik setiap kali pengaksesan. Indikator ini dianggap sudah efektif, Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti *website* madrasah tidak terapat animasi serta kontennya memiliki ukuran yang relatif kecil sehingga cepat dalam pengaksesan. Hal ini sejalan dengan teori Nugroho terkait kriteria *website* yang baik yaitu *website* yang dapat menampilkan konten lebih cepat memungkinkan kembali dikunjungi, agar dapat tampil lebih cepat, *website* didesign dengan ukuran yang sekecil mungkin tanpa adanya konten yang berkurang.⁷⁹

b. Networking (jaringan Luas)

Jumlah pengunjung *website* dalam kurun waktu 1 tahun terakhir terhitung dari 25 November 2019-25 November 2020 dengan 187 postingan terdapat 72.764 pengunjung, dalam kurun waktu 25 Juli - 25 Oktober terdapat 1469 pengunjung, pada 26 Oktober-24 November terdapat 1187 pengunjung. Pada bulan November jumlah pengunjung *website* berjumlah 1.520 dan pengunjung tiap

⁷⁹ Kusno Harianto, Heny Pratiwi, Yonatan Suhariyadi, *Sistem Monitoring Lulusan Perguruan Tinggi dalam Memasuki Dunia Kerja Menggunakan Tracer Study*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia), hlm.12

harinya mengalami fluktuasi. pengunjung *website* MI Miftahul Akhlaqiyah sudah mulai mengglobal. Adapun pengunjung yang berasal dari Indonesia sebanyak 1.120 pengunjung, Prancis sebanyak 133 pengunjung, Amerika sebanyak 109 pengunjung, Jepang sebanyak 23 pengunjung, Inggris sebanyak 21 pengunjung, Polandia sebanyak 15 pengunjung, Jerman sebanyak 11 pengunjung, Rusia sebanyak 11 pengunjung, China sebanyak 9 pengunjung dan dari negara yang lainnya sebanyak 75 pengunjung. pengakses *website* terbesar berada di Indonesia, tetapi dinilai dari media perluasan informasi, keberadaan *website* mampu menarik minat *surfer* dari berbagai kawasan wilayah di dunia.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Mohammad Sobri dan Damayanti mengatakan bahwa “Dalam internet jaringan yang terjalin bersifat global tanpa mengenal ruang, waktu dan birokrasi dimana akses-akses data dan informasi melampaui batas-batas negara protoker.”⁸⁰ Data diatas diperkuat dengan sifat internet yang memiliki jaringan luas meliputi seluruh belahan dunia. Hal ini dinyatakan dalam buku bahwa internet merupakan “jaringan komputer global yang menghubungkan komputer di seluruh belahan dunia”,

⁸⁰ Mohammad Sobri, Emigawati dan Nita Rosa Damayanti, *pengantar teknologi Informasi (konsep dan teori)*, (Yogyakarta: Andi Offset), hlm.136.

ditegaskan lagi bahwa internet merupakan gabungan dari WAN di seluruh dunia.⁸¹

c. Komunikasi Interaktif

Untuk mewujudkan komunikasi interaktif antara pengguna dengan pengelola, *Website* MI Miftahul Akhlaqiyah menyediakan fitur hubungi kami dan kontak kami yang dapat digunakan untuk menyampaikan kritik dan saran maupun pertanyaan terkait informasi yang disebarluaskan. Dalam melakukan komunikasi interaktif ini hanya bisa dilakukan oleh pengguna *website* yang menghubungi pihak madrasah dengan admin *website* dan tidak dapat dilihat oleh pengunjung lain. Pengunjung juga tidak bisa meninggalkan komentar pada berita serta artikel yang disajikan di *website* sekolah. Mungkin hal ini dilakukan guna mengantisipasi komentar yang dapat merusak citra sekolah, sehingga komunikasi interaktif ini hanya dapat terjadi antara pengunjung dengan admin *website*. Nugroho menyebutkan bahwa “segala sesuatu yang melibatkan pengguna sebagai *user experience* di dalam *website*. Hyperlink dan mekanisme feed back merupakan dasar dari aktifitas dari interaksi. mekanisme *feed back*

⁸¹ Juharis Rosul, *Tekhnologi Informasi dan Komunikasi 2*, (Bekasi: Quadra), hlm.3

contohnya adalah komentar, pertanyaan dan lain-lain.”⁸²

Karean di dalam *website* madrasah diberi fitur hubungi kami dan kontak kami maka komunikasi dua arah maka *website* dalam indikator ini dikatakan baik.

D. Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian serta penyusunan skripsi ini, penulis tentu mengalami banyak kendala. Namun sebisa mungkin penulis untuk mengatasi permasalahan yang ada. Adapun permasalahan tersebut yaitu:

1. Keterbatasan Waktu

Sebenarnya penulis sudah mengajukan skripsi pada akhir Desember 2019, Namun terkendala kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Saat itu penulis masih fokus terhadap kegiatan KKN, hingga pada bulan Maret saat penulis ingin fokus terhadap penulisan skripsi terdapat kendala yaitu adanya covid-19. Hal itu menyebabkan beberapa aktivitas terhenti, salah satunya yaitu diliburkannya lembaga pendidikan. Penulis sudah berusaha untuk menghubungi pihak sekolah untuk melakukan pengajuan riset, akan tetapi mengalami penundaan hingga bulan September 2020.

2. Keterbatasan Kemampuan

⁸² Kusno Harianto, Heny Pratiwi, Yonatan Suhariyadi, *Sistem Monitoring Lulusan Perguruan Tinggi dalam Memasuki Dunia Kerja Menggunakan Tracer Study*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia), hlm.12

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan penulis juga menjadi salah satu penghambat selesainya tugas akhir ini baik dalam hal pengetahuan maupun pemahaman.

3. Keterbatasan Referensi

Dikarenakan pandemi covid-19 mengakibatkan perpustakaan tidak melayani peminjaman buku, sehingga peneliti hanya bisa mencari referensi melalui jurnal dan buku online. Keterbatasan kuota dan sinyal menjadi salah satu penghambat penulis dalam mencari referensi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

adapun strategi humas melalui media online dalam membangun citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang yaitu:

1. Meng-*update* informasi minimal 4 kali dalam satu bulan.
2. Informasi yang disampaikan pada website MI Miftahul akhlaqiyah berupa prestasi serta kegiatan yang ada di madrasah.
3. Memperhatikan kualitas penulisan *copywriting* seperti penggunaan frasa yang tepat, memperhatikan 5W+1H, headline yang menarik, dsb. Jadi setiap ada tulisan yang akan diterbitkan di *website* selalu melalui proses penyortiran dari kepala sekolah.
4. Melakukan seleksi terhadap guru-guru madrasah untuk menjadi admin website MI Miftahul akhlaqiyah semarang dengan mewajibkan semua guru membuat tulisan untuk diunggah di website.
5. Memberikan fasilitas kepada admin website berupa wifi dan komputer madrasah.
6. Website MI Miftahul Akhlaqiyah menggunakan tagar untuk meningkatkan performa website dalam mesin pencarian.
7. Website di design dengan Mobile Friendly, maksudnya semua perangkat dapat mengakses website tanpa mengaami

perubahan design website yang signifikan. Selain itu website di design dengan pengoperasionalan yang sederhana.

8. Dikarenakan tidak adanya fitur navigasi pada tiap artikelnya maka website MI Miftahul akhlaqiyah disediakan pemberitahuan berita teraktual dan terpopuler.
9. Gambar yang diunggah pada website didesign dengan ukuran yang relatif kecil sehingga tidak memakan ruang dan tidak mengalami hambatan pada akses (*loading time*).
10. Menggunakan google analisis untuk mengetahui perkembangan pengunjung.
11. Untuk menghindari komentar yang bersifat spam maka MI Miftahul akhlaqiyah menonaktifkan kolom komentar pengunjung dengan pengunjung lain dan hanya menyediakan fitur hubungi kami dan kontak kami.

B. Saran

Tanpa mengurangi rasa hormat kepada semua pihak dan demi terwujudnya pelayanan MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang yang semakin terdepan, maka penulis memberikan saran berupa:

1. Perbanyak Informasi Terkait Budaya Literasi di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang sehingga visi misi madrasah dapat tersampaikan.
2. Adanya fitur komunikasi pada setiap artikel seperti kolom komentar, dll. sehingga madrasah dapat mengetahui berita mana yang mendapatkan respon positif maupun Negatif.

Harapannya dapat menjadi parameter penilaian terhadap pemilihan informasi yang akan di posting.

3. Gunakan Keyword pada setiap postingan di website MI Miftahul Akhlaqiyah untuk meningkatkan performa di mesin pencarian.
4. Gunakan wordpress supaya memiliki hosting untuk mengamankan data-data yang sudah dikelola dalam website MI Miftahul akhlaqiyah dan desain templet bisa lebih menarik.
5. Adanya penambahan fitur Navigasi sehingga orang langsung bisa terarahkan kepada berita yang berkaitan.

C. Kata Penutup

Puji syukur Alhamdulillah, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Peneliti Menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, hal tersebut semata-mata bukan kesengajaan, akan tetapi keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh peneliti yang masih sangat jauh dari kata baik. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan hasil yang telah didapatnya. Peneliti sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memotivasi dalam proses pengerjaan serta penyusunan penelitian ini, dan peneliti tentunya memohon do'a, petunjuk dan bimbingan dari Allah AWT, semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Amiin

DAFTAR PUSTAKA

- Adriza, *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi Yang Berbasis Vokasi (dilengkapi dengan hasil penelitian berupa SEM)*, Yogyakarta: Budi Utama, 2015
- Anggito, Albi, setiawan, Johan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jawa Barat: Jejak, 2018
- Anggoro, M. Linggar, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia* , Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Apriananta, Yosua Jefri, Wijaya, Lina Sinatra, *Penggunaan Website dan Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi*, *Jurnal Komunikatif* Vol.4 No. 3, 2018
- Apriananta, Yosua Jefri, Wijaya, Lina Sinatra, *Penggunaan Website dan Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi* , *Jurnal Komunikatif* Vol.4 No. 3, 2018
- Arifin, Zaenal , *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- , *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Azman, *Strategi Publik Relations Membangun Citra positif dalam film “Hancock (Studi Terhadap Nilai-Nilai Dakwah Islam)*, *Jurnal Al bayan* Vol. 22 No. 34, 2016
- Butterick, Keith, *Public relations Teori dan Praktik*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012

- D. Kazoleas, Y. Kim, Moffitt, Institutional Image: A Case Study, *Corporate Communications: An International Journal*, 2001
- D. Prasetyo, Bambang, dkk, *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*, Malang: Universitas Brawijaya Press, 2018
- Echos, John, Shadily, Hasan, *Kamus Inggris Indonesia*, Cet.24, Jakarta: Pustaka Utama, 2000
- Efendi, Irfan, Tesis: *Manajemen Humas dalam Membangun Citra Sekolah (Studi kasus di SMK Yosonegoro Magetan)*, UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018
- Effendy, Onong Uchjana, *Human Relations dan Public Reations*, Bandung: Mandat Maju, 1993
- , *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikologis*, Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2002
- F Rachmadi, *Public Relations dalam Teori dan Praktek: aplikasi dalam badan usaha swasta dan lembaga pemerintah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1992
- Firmansyah, Anang, *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*, Yogyakarta: Budi Utama, 2018
- Gulo, W, *Strategi belajar mengajar*, Jakarta: Grasindo, 2008
- Hariato, Kusno, dkk, *Sistem Monitoring Lulusan Perguruan Tinggi dalam Memasuki Dunia Kerja Menggunakan Tracer study*, Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Haryanto, Muhammad Dedy, Riadi, Imam, *Analisis dan Optimalisasi Jaringan Menggunakan Teknik Load Balancing (Studi Kasus:*

Jaringan UAD Kampus 3), Jurnal Sarjana Teknik Informatika,
Vol 2, No. 2, Juni 2014.

Hermawati, skripsi: strategi manajemen humas dalam membangun citra madrasah di madrasah tsanawiyah negeri lubuk pakam kab. Deli serdang, UIN sumatra utara,2017

hidayat, Rahmat, *Cara Praktis Membangun Website Gratis*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010

Imam, Gunawan, *Metodologi penelitian kualitatif (teori & praktik)*, Jakarta: Bumi Aksara,2016

Indonesia Digital 2019:Internet, <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-internet/> diakses pada 20 desember 2020, pukul 20.11 WIB

Iriantara, Yosol, *Manajemen Srategis Public relations*, Jakarta: Ghalia,2004

J. Moleong, Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013

-----, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006

Jefkins, Frank, *Public relations*, Alih nahasa: Aris Munandar, Jakarta: Erlangga, 1992

-----, *Public relations*,Edisi Kelima, Terjemahan Daniel Yadin, Jakarta: Erlangga, 2003

Juhji, dkk, *Manajemen humas sekolah*, Jawa barat: Widina, 2020

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ke Lima*, Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan, 2020

Kowalski, *Public relations In School*, New Jersey: Pearson, Menill Prentice, 2004

Kriyantono, Rachmat, *Public Relation Writing : Teknik Produksi Media Public Relatins dan Publisitas Korporat*, Jakarta: Kencana, 2008

komputer, Wahana, *Membangun Website Tanpa Modal*), Yogyakarta: Andi Offset, 2010

Kusumawardana, Aditya dan Hidayati, Nanda, Malang: Multimedia Edukasi, 2020

Laksmana, Agung, *Public Relations in the age of disruption: 17 pengakuan profesional PR dan kunci sukses membangun karier pada era disrupsi*, Yogyakarta: Bentang Pustaka, 2018

Lubis, Fauzi Arif, Pengaruh Fasilitas Kerja dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus: Indomaret Cabang Laut Dendang), Skripsi:UIN Sumatera Utara, 2018

M Coultip, Scott, Center, Allen, Gleen M, *Effective Public relations: Merancang dan Melaksanakan Kegiatan Kehumasan dengan Sukses*. Terj. Tri Wibowo Jakarta: Perdana Media, 2006

M. Yusuf, Pawit, *Komunikasi Instruksional*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010

Mahyuddin, *Komunikasi: (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*, Makasar: Shofia, 2019

Marzawi, Komunikasi dan Humas Ala Islam : Studi Siaturahmi dalam mendukung MBS, *Jurnal Innovation* , Vol. VIII No. 1, 2009

- Mizanie, Dina, Irwansyah, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0, *Jurnal Komunikasi*, Vol XIII No. 02, 19-164, 2019
- Morrison, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Prenamedia, 2010.
- Muh. Fitrah, Luthfiyah, (*Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*), Sukabumi: Jejak, 2017
- Nasution, Zukarnain, *Manajemen Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan Konsep Fenomena dan Aplikasinya*, Malang: UMM Press, 2010
- Nurcholifah, Ita, “Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah”, *Jurnal Khatulistiwa*, vol 4, No.1, Maret 2014
- Oliver, Sandra, *Strategi Publik Relations*, Bandung: Erlangga, 2007
- Rachmanto, Ricky, *9 langkah praktis membuat website gratis*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017
- Rencana Strategis Departemen Pendidikan Nasional Tahun 2005-2009.
- Rosul, Juharis, *Tekhnologi Informasi dan Komunikasi 2*, Bekasi: Quadra
- Ruslan, Rosady, *Kiat dan Strategi Kampanye Public relations*, Jakarta: Raja Grafindo, 2008.
- Rusman, *Belajar dan Pembelajaran Berorientasi Standar Proses Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2017.
- Saepuloh, Moch Rizki, *Artikel Ilmiah: Strategi Komunikasi Pemasaran Sekolah melalui website online dalam kegiatan*

penerimaan peserta didik baru (studi kasus pada SMK MedikaCom Bandung), Universitas Pasundan, 2015

Satibi, Ahmad Fauzan, Suharyono, Abdillah, Yusri, “Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimization dalam Meningkatkan Penjualan Produk UKM di Pasar Internasional (Studi Kasus Pada CV.Ayung Sportindo)”, *Journal Administrasi Bisnis*, Volume 50. No. 6, September 2017

Sari, Anditha, *Dasar-Dasar Publik Relations (Teori dan Praktik)*, Yogyakarta: Budi Utama, 2017

Setyawan, Yusril Helmi dan Pratiwi, Dinda Ayu, *Membuat Sistem Informasi Gadai Online Menggunakan Codeigniter serta kelola proses pemberitahuannya*, Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2019

Setiawan, Wawan, “Era Digital dan Tantangannya”, *Seminar nasional Pendidikan*, Sukabumi, 09 Agustus 2017

Sobri, Mohammad, Emigawati, Damayanti, Nita Rosa, *pengantar tekhnologi Informasi (konsep dan teori)*, Yogyakarta: Andi Offset

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013

-----, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013

Suryosubroto, *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public relations)*, Jakarta: Rineka Cipta, 2012

-----, *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School public relations)*, Jakarta: Rineka Cipta, 2012

-----, *Manajemen Pendidikan Di Sekolah*, Jakarta: Renika Cipta, 2010

Syafieq, Ahmad, *Penggunaan Umpan Balik Klik Pada Judul Berita Untuk Menarik Minat Pembaca*, Skripsi: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary

Tania, Adelia Septiani Restanti, dkk, *Media Sosial, Identitas, transformasi, dan tantagannya*, Jakarta: Gramedia, 2020

Tanzeh, Ahmad, *Penelitian Praktis*, Jakarta: Bina Ilmu, 2004

Vanessa, Vira dkk, *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*, Malang: Cita Intrans Selaras, 2020

Wibowo, Ratna Andi, *Manajemen Pemasaran*, Semarang: Radna And. Wibowo, 2019

Yuhfizar dkk, *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Managemen System Joomla (CMS)*, Jakarta: Gramedia, 2009

Hadist Muslim Nomor 147 <https://tafsirq.com/hadits/muslim/147> diakses pada 10 Desember 2020, pukul 23.52 WIB.

https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index11_sd.php?kode=036316&level=3 (Diakses pada Minggu, 11 Oktober 2020, Pukul: 18.21)

<https://www.statshow.com> (Diakses pada Minggu, 11 Oktober 2020, Pukul: 19.30)

http://www.akhlaqiyah.sch.id/p/blog-page_22.html (diakses pada 02 Agustus 2020, pukul: 18.20 WIB)

<https://hanafi29.files.wordpress.com/2010/09/konsep-dasar-jaringan-komputer.pdf> hlm.4, diakses pada: Kamis, 05 November 2020, pukul 21:19.

PEDOMAN DOKUMENTASI

STRATEGI HUMAS MELALUI MEDIA ONLINE DALAM

MEMBANGUN CITRA MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH

SEMARANG

A. ARSIP ATAU DOKUMEN TERTULIS

- a. Profil MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH Semarang
- b. Visi dan Misi MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH Semarang
- c. Sejarah Singkat MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH Semarang
- d. Data Pendidik dan Tenaga Kependidikan MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH Semarang
- e. Struktur Organisasi MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH Semarang

B. DOKUMEN FOTO

- a. Gedung atau bangunan fisik MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH Semarang
- b. Pempublikasian kegiatan MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH Semarang melalui website
- c. Piagam penghargaan dan piala tentang media online MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH Semarang
- d. Website (Fitur, konten, navigasi, dan yang lainnya yang dibutuhkan) MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH Semarang
- e. Fasilitas yang diberikan sekolah untuk mengelola *website*.

Lampiran 2

PEDOMAN OBSERVASI
STRATEGI HUMAS MELALUI MEDIA ONLINE
DALAM MEMBANGUN CITRA MI MIFTAHUL
AKHLAQIYAH SEMARANG

Hari, Tanggal :

Waktu :

NO	ASPEK	ADA	TIDAK	DESKRIPSI
1.	Alamat Website			
2.	Layout Website			
3.	Kegiatan yang di publikasikan lewat website			
4.	Keaktifan Website			

5.	Kreatifitas			
6.	Google analysis			
7.	Layanan Informasi			
8.	Kolom Interaksi			
9.	Interaksi antar pengunjung dan pihak sekolah			
10.	Link yang terhubung dengan halaman lain			
11.	Kecepatan Akses			
12.	Fasilitas dari sekolah untuk mengelola website			

Lampiran 3

PEDOMAN WAWANCARA

Topik :Strategi Humas Melalui Humas dalam Membangun Citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang

Informan :Kepala Sekolah MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang

A. DATA INFORMAN

1. Nama :Mohammad Miftahul Arief
2. Alamat :Bukit Beringin Elok X B533 Wonosari Ngaliyan Semarang
3. Pekerjaan/Jabatan :Kepala Sekolah
4. Tempat Wawancara :Ruang guru MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

B. PERTANYAAN

1. Apa saja media yang digunakan oleh MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi kepada publik ?
2. Kapan *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang dibuat ?
3. Siapa yang membuat *website* tersebut?
4. Siapa yang bertanggung jawab atas pengelolaan *website* ?
5. Siapa yang bertugas dan bertanggung jawab untuk meng-upload informasi di *website* ?

6. Dimana biasanya admin mengunggah postingan?
7. Mengapa MI Miftahul Akhlaqiyah menggunakan *website* dalam membangun citra sekolah ?
8. Bagaimana cara memperkenalkan *website* sekolah kepada khalayak umum ?
9. Bagaimana cara agar *website* sekolah mampu menarik perhatian pengunjung ?
10. Informasi seperti apa yang disampaikan kepada masyarakat ?
11. Apakah pihak sekolah memiliki standar minimal bahan yang akan di publikasikan ?
12. Bagaimana pihak sekolah mempersiapkan bahan-bahan yang akan dipublikasikan?
13. Kapan pihak sekolah meng *update* informasi di *website* ?
14. Menurut bapak seberapa besar pengaruh *website* dalam membangun citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
15. Apakah semua pengajar yang ada di sekolah terlibat dalam membangun citra melalui *website* ?
16. Bagaimana pihak sekolah menilai bahwa humas bisa dikatakan sukses dalam membangun citra sekolah?
17. Adakah perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan *website* ?
18. Seberapa sering *website* mengalami down ?
19. Apakah Strategi ini sudah sejalan dengan visi dan misi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?

20. Apakah pihak sekolah merasa terbebani dengan adanya *website*?
21. Apakah dalam pengelolaan situs ini mengeluarkan anggaran ?
22. Apa harapan bapak kedepannya mengenai *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
23. Kemudahan Akses
 - a. Fasilitas apa saja yang diberikan sekolah untuk mengelola *website*?
 - b. Dimana *website* ini dapat ditemukan ?
 - c. Apakah *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang dapat diakses pada semua perangkat ?
 - d. Apakah *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang mudah digunakan dan sederhana dalam pengoperasionalannya?
 - e. Apakah *website* tersebut sudah menggunakan fitur-fitur yang memudahkan pengguna dalam mencari informasi, seperti navigasi dan lain-lain ?
 - f. Apakah *website* sekolah memiliki design yang menarik, jelas dan rapi?
 - g. Bagaimana kecepatan akses yang dimiliki *website* tersebut ?
24. Networking (Jaringan Luas)
 - a. Berapa rata-rata jumlah pengunjung untuk *daily page views* dalam 1 bulan terakhir ?

- b. Berapa rata-rata jumlah pengunjung untuk *daily Visitors* dalam 1 bulan terakhir ?
- c. Berapa jumlah pengunjung aktif saat ini ?
- d. Dapat mencapai berapa banyak pengunjung baru dalam satu bulan ?
- e. Berapa jumlah pengunjung yang mengunjungi *website*, baik melalui mesin pencari, mengetik alamat *website* sekolah secara langsung, atau melalui link yang ada di *media social*?
- f. Kolom apa yang paling sering dikunjungi pembaca ?
- g. Dari mana saja pengunjung *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
- h. Berapakah statistik pengunjung untuk tiap-tiap wilayah ?

25. Komunikasi Interaktif

- a. Apakah *website* tersebut terdapat layanan informasi?
- b. Fitur apa saja yang digunakan untuk melakukan komunikasi interaktif di dalam *website* ?
- c. Apakah *website* sekolah mampu menciptakan interaksi timbal balik antara pengunjung dengan pihak sekolah ?
- d. Apakah setiap pengunjung dapat memberikan kritik dan saran pada setiap postingan ?
- e. Apakah kolom tanggapan yang ditampilkan di dalam *website* memungkinkan interaksi antar pengunjung ?

- f. Bagaimana respon pihak sekolah jika ada yang memberikan tanggapan baik itu berupa kritikan, pertanyaan atau saran?
- g. Berapa lama pihak sekolah merespon tanggapan dari pengunjung ?

PEDOMAN WAWANCARA

Topik :Strategi Humas Melalui Humas dalam Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang

Informan :Wakil kepala sekolah

A. DATA INFORMAN

1. Nama :Rif'an Ulil Huda
2. Alamat :Jl. Asam Agung RT.01/RW.01, Ngaliyan, Semarang
3. Pekerjaan/Jabatan :Wakil Kepala Sekolah/Guru
4. Tempat Wawancara :MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang
5. Tanggal Wawancara :18 November 2020
6. Pukul : 11.20

B. PERTANYAAN

1. Apa saja media yang digunakan oleh MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi kepada publik ?
2. Kapan *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang dibuat ?
3. Siapa yang membuat *website* tersebut?
4. Siapa yang bertanggung jawab atas pengelolaan *website* ?
5. Siapa yang bertugas dan bertanggung jawab untuk meng-upload informasi di *website* ?
6. Dimana biasanya admin mengunggah postingan?

7. Mengapa MI Miftahul Akhlaqiyah menggunakan *website* dalam membangun citra sekolah ?
8. Bagaimana cara memperkenalkan *website* sekolah kepada khalayak umum ?
9. Bagaimana cara agar *website* sekolah mampu menarik perhatian pengunjung ?
10. Informasi seperti apa yang disampaikan kepada masyarakat ?
11. Apakah pihak sekolah memiliki standar minimal bahan yang akan di publikasikan ?
12. Bagaimana pihak sekolah mempersiapkan bahan-bahan yang akan dipublikasikan?
13. Kapan pihak sekolah meng *update* informasi di *website* ?
14. Menurut bapak seberapa besar pengaruh *website* dalam membangun citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
15. Apakah semua pengajar yang ada di sekolah terlibat dalam membangun citra melalui *website* ?
16. Bagaimana pihak sekolah menilai bahwa humas bisa dikatakan sukses dalam membangun citra sekolah?
17. Adakah perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan *website* ?
18. Seberapa sering *website* mengalami down ?
19. Apakah Strategi ini sudah sejalan dengan visi dan misi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?

20. Apakah pihak sekolah merasa terbebani dengan adanya *website*?
21. Apakah dalam pengelolaan situs ini mengeluarkan anggaran ?
22. Apa harapan bapak kedepannya mengenai *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
23. Kemudahan Akses
 - a. Fasilitas apa saja yang diberikan sekolah untuk mengelola *website*?
 - b. Dimana *website* ini dapat ditemukan ?
 - c. Apakah *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang dapat diakses pada semua perangkat ?
 - d. Apakah *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang mudah digunakan dan sederhana dalam pengoperasionalannya?
 - e. Apakah *website* tersebut sudah menggunakan fitur-fitur yang memudahkan pengguna dalam mencari informasi, seperti navigasi dan lain-lain ?
 - f. Apakah *website* sekolah memiliki design yang menarik, jelas dan rapi?
 - g. Bagaimana kecepatan akses yang dimiliki *website* tersebut ?
24. Networking (Jaringan Luas)

- a. Berapa rata-rata jumlah pengunjung untuk *daily page views* dalam 1 bulan terakhir ?
 - b. Berapa rata-rata jumlah pengunjung untuk *daily Visitors* dalam 1 bulan terakhir ?
 - c. Berapa jumlah pengunjung aktif saat ini ?
 - d. Dapat mencapai berapa banyak pengunjung baru dalam satu bulan ?
 - e. Berapa jumlah pengunjung yang mengunjungi *website*, baik melalui mesin pencari, mengetik alamat *website* sekolah secara langsung, atau melalui link yang ada di media social?
 - f. Kolom apa yang paling sering dikunjungi pembaca ?
 - g. Dari mana saja pengunjung *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
 - h. Berapakah statistik pengunjung untuk tiap-tiap wilayah ?
26. Komunikasi Interaktif
- a. Apakah *website* tersebut terdapat layanan informasi?
 - b. Fitur apa saja yang digunakan untuk melakukan komunikasi interaktif di dalam *website* ?
 - c. Apakah *website* sekolah mampu menciptakan interaksi timbal balik antara pengunjung dengan pihak sekolah ?
 - d. Apakah setiap pengunjung dapat memberikan kritik dan saran pada setiap postingan ?

- e. Apakah kolom tanggapan yang ditampilkan di dalam *website* memungkinkan interaksi antar pengunjung ?
- f. Bagaimana respon pihak sekolah jika ada yang memberikan tanggapan baik itu berupa kritikan, pertanyaan atau saran?
- g. Berapa lama pihak sekolah merespon tanggapan dari pengunjung ?

PEDOMAN WAWANCARA

Topik :Strategi Humas Melalui Humas dalam Membangun Citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang

Informan :Admin *website* MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang

A. DATA INFORMAN

1. Nama : Arul Yoga Hapsasco
2. Alamat : Jl. Bukit Beringin Timur VII, E-86
3. Pekerjaan/Jabatan : Guru Mapel dan Admin *website*
4. Tempat Wawancara : MI Miftahul Akhaqiyah Semarang
5. Tanggal Wawancara : Kamis, 19 November 2020
6. Pukul :09.47

B. PERTANYAAN

1. Apa saja media yang digunakan oleh MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi kepada publik ?
2. Kapan *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang dibuat ?
3. Siapa yang membuat *website* tersebut?
4. Siapa yang bertanggung jawab atas pengelolaan *website* ?
5. Siapa yang bertugas dan bertanggung jawab untuk meng-upload informasi di *website* ?
6. Dimana biasanya admin mengunggah postingan?

7. Mengapa MI Miftahul Akhlaqiyah menggunakan *website* dalam membangun citra sekolah ?
8. Bagaimana cara memperkenalkan *website* sekolah kepada khalayak umum ?
9. Bagaimana cara agar *website* sekolah mampu menarik perhatian pengunjung ?
10. Informasi seperti apa yang disampaikan kepada masyarakat ?
11. Apakah pihak sekolah memiliki standar minimal bahan yang akan di publikasikan ?
12. Bagaimana pihak sekolah mempersiapkan bahan-bahan yang akan dipublikasikan?
13. Kapan pihak sekolah meng *update* informasi di *website* ?
14. Menurut bapak seberapa besar pengaruh *website* dalam membangun citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
15. Apakah semua pengajar yang ada di sekolah terlibat dalam membangun citra melalui *website* ?
16. Bagaimana pihak sekolah menilai bahwa humas bisa dikatakan sukses dalam membangun citra sekolah?
17. Adakah perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan *website* ?
18. Seberapa sering *website* mengalami down ?
19. Apakah Strategi ini sudah sejalan dengan visi dan misi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?

20. Apakah pihak sekolah merasa terbebani dengan adanya *website*?
21. Apakah dalam pengelolaan situs ini mengeluarkan anggaran ?
22. Apa harapan bapak kedepannya mengenai *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
23. Kemudahan Akses
 - a. Fasilitas apa saja yang diberikan sekolah untuk mengelola *website*?
 - b. Dimana *website* ini dapat ditemukan ?
 - c. Apakah *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang dapat diakses pada semua perangkat ?
 - d. Apakah *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang mudah digunakan dan sederhana dalam pengoperasionalannya?
 - e. Apakah *website* tersebut sudah menggunakan fitur-fitur yang memudahkan pengguna dalam mencari informasi, seperti navigasi dan lain-lain ?
 - f. Apakah *website* sekolah memiliki design yang menarik, jelas dan rapi?
 - g. Bagaimana kecepatan akses yang dimiliki *website* tersebut ?
24. Networking (Jaringan Luas)

- a. Berapa rata-rata jumlah pengunjung untuk *daily page views* dalam 1 bulan terakhir ?
 - b. Berapa rata-rata jumlah pengunjung untuk *daily Visitors* dalam 1 bulan terakhir ?
 - c. Berapa jumlah pengunjung aktif saat ini ?
 - d. Dapat mencapai berapa banyak pengunjung baru dalam satu bulan ?
 - e. Berapa jumlah pengunjung yang mengunjungi *website*, baik melalui mesin pencari, mengetik alamat website sekolah secara langsung, atau melalui link yang ada di media social?
 - f. Kolom apa yang paling sering dikunjungi pembaca ?
 - g. Dari mana saja pengunjung *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
 - h. Berapakah statistik pengunjung untuk tiap-tiap wilayah ?
25. Komunikasi Interaktif
- a. Apakah *website* tersebut terdapat layanan informasi?
 - b. Fitur apa saja yang digunakan untuk melakukan komunikasi interaktif di dalam *website* ?
 - c. Apakah *website* sekolah mampu menciptakan interaksi timbal balik antara pengunjung dengan pihak sekolah ?
 - d. Apakah setiap pengunjung dapat memberikan kritik dan saran pada setiap postingan ?

- e. Apakah kolom tanggapan yang ditampilkan di dalam *website* memungkinkan interaksi antar pengunjung ?
- f. Bagaimana respon pihak sekolah jika ada yang memberikan tanggapan baik itu berupa kritikan, pertanyaan atau saran?
- g. Berapa lama pihak sekolah merespon tanggapan dari pengunjung ?

PEDOMAN WAWANCARA

Topik :Strategi Humas Melalui Humas dalam Membangun Citra MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang

Informan :Admin website MI Miftakhul Akhlaqiyah Semarang

A. DATA INFORMAN

1. Nama : Siska Aditya Yuniar, S.Pd
2. Alamat : Jl. Genuk krajan 6 no. 23
3. Pekerjaan/Jabatan : Guru Kelas
4. Tempat Wawancara :MI Miftahul Akhlqiyah Semarang
5. Tanggal Wawancara :19 November 2020
6. Pukul :10.57

B. PERTANYAAN

1. Apa saja media yang digunakan oleh MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang untuk memberikan informasi dan menjalin komunikasi kepada publik ?
2. Kapan *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang dibuat ?
3. Siapa yang membuat *website* tersebut?
4. Siapa yang bertanggung jawab atas pengelolaan *website* ?
5. Siapa yang bertugas dan bertanggung jawab untuk mengupload informasi di *website* ?
6. Dimana biasanya admin mengunggah postingan?

7. Mengapa MI Miftahul Akhlaqiyah menggunakan *website* dalam membangun citra sekolah ?
8. Bagaimana cara memperkenalkan *website* sekolah kepada khalayak umum ?
9. Bagaimana cara agar *website* sekolah mampu menarik perhatian pengunjung ?
10. Informasi seperti apa yang disampaikan kepada masyarakat ?
11. Apakah pihak sekolah memiliki standar minimal bahan yang akan di publikasikan ?
12. Bagaimana pihak sekolah mempersiapkan bahan-bahan yang akan dipublikasikan?
13. Kapan pihak sekolah meng *update* informasi di *website* ?
14. Menurut bapak seberapa besar pengaruh *website* dalam membangun citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
15. Apakah semua pengajar yang ada di sekolah terlibat dalam membangun citra melalui *website* ?
16. Bagaimana pihak sekolah menilai bahwa humas bisa dikatakan sukses dalam membangun citra sekolah?
17. Adakah perbedaan sebelum dan sesudah menggunakan *website* ?
18. Seberapa sering *website* mengalami down ?
19. Apakah Strategi ini sudah sejalan dengan visi dan misi MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?

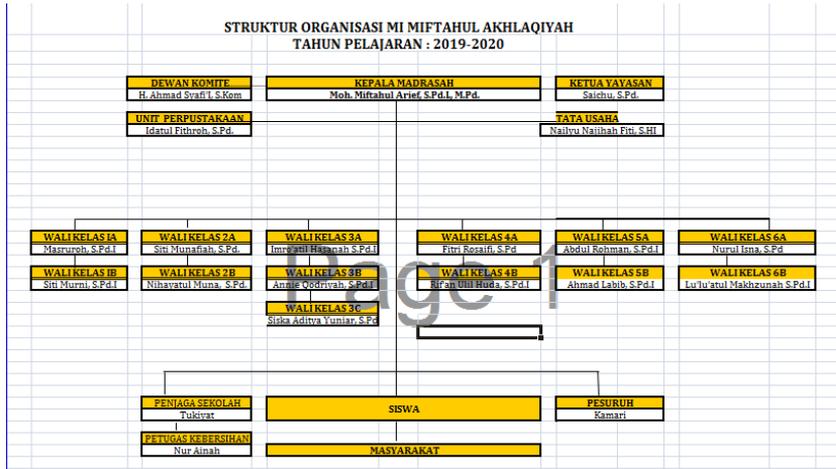
20. Apakah pihak sekolah merasa terbebani dengan adanya *website*?
21. Apakah dalam pengelolaan situs ini mengeluarkan anggaran ?
22. Apa harapan bapak kedepannya mengenai *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
23. Kemudahan Akses
 - a. Fasilitas apa saja yang diberikan sekolah untuk mengelola *website*?
 - b. Dimana *website* ini dapat ditemukan ?
 - c. Apakah *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang dapat diakses pada semua perangkat ?
 - d. Apakah *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang mudah digunakan dan sederhana dalam pengoperasionalannya?
 - e. Apakah *website* tersebut sudah menggunakan fitur-fitur yang memudahkan pengguna dalam mencari informasi, seperti navigasi dan lain-lain ?
 - f. Apakah *website* sekolah memiliki design yang menarik, jelas dan rapi?
 - g. Bagaimana kecepatan akses yang dimiliki *website* tersebut ?
24. Networking (Jaringan Luas)

- a. Berapa rata-rata jumlah pengunjung untuk *daily page views* dalam 1 bulan terakhir ?
 - b. Berapa rata-rata jumlah pengunjung untuk *daily Visitors* dalam 1 bulan terakhir ?
 - c. Berapa jumlah pengunjung aktif saat ini ?
 - d. Dapat mencapai berapa banyak pengunjung baru dalam satu bulan ?
 - e. Berapa jumlah pengunjung yang mengunjungi *website*, baik melalui mesin pencari, mengetik alamat *website* sekolah secara langsung, atau melalui link yang ada di media social?
 - f. Kolom apa yang paling sering dikunjungi pembaca ?
 - g. Dari mana saja pengunjung *website* MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang ?
 - h. Berapakah statistik pengunjung untuk tiap-tiap wilayah ?
26. Komunikasi Interaktif
- a. Apakah *website* tersebut terdapat layanan informasi?
 - b. Fitur apa saja yang digunakan untuk melakukan komunikasi interaktif di dalam *website* ?
 - c. Apakah *website* sekolah mampu menciptakan interaksi timbal balik antara pengunjung dengan pihak sekolah ?
 - d. Apakah setiap pengunjung dapat memberikan kritik dan saran pada setiap postingan ?

- e. Apakah kolom tanggapan yang ditampilkan di dalam *website* memungkinkan interaksi antar pengunjung ?
- f. Bagaimana respon pihak sekolah jika ada yang memberikan tanggapan baik itu berupa kritikan, pertanyaan atau saran?
- g. Berapa lama pihak sekolah merespon tanggapan dari pengunjung ?

Lampiran 4

Struktur MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang



Lampiran 5

Surat Keterangan Observasi di MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang



Yayasan Miftahul Huda Bringin
MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH
Terakreditasi A
NSM: 11123740077 NSS: 112030146002 NPSN: 60713871
Jl. Bringin Raya 23 Tambakaji Ngaliyan Semarang 50185
Telp. 021-7615669 Email: info@akhlaqiyah.sch.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : 055 / MI/MA/XII/ 2020

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama lengkap : Moh. Miftahul Arief, S.Pd.I., M.Pd.
No.NU/PTK : 4352759660110033
Guru Mapel : Kepala Madrasah
Satminkal : MI Miftahul Akhlaqiyah
Alamat : Jl. Bringin Raya No. 23 Tambakaji Ngaliyan Kota
Semarang
Noi. Telp./HP : 08562723042

Dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : Nani Nafisaturohmah
NIM : 1603036001
Jurusan /Program : SI/ MPI UIN Walisongo Semarang

Benar-benar telah melaksanakan penelitian di MI Miftahul Akhlaqiyah pada tanggal 18 November 2020 sd. 7 Desember 2020 dengan Judul "STRATEGI HUMAS MELALUI MEDIA ONLINE DALAM MEMBANGUN CITRA MI MIFTAHUL AKHLAQIYAH" dalam rangka memenuhi tugas skripsi tahap akhir.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sesungguhnya untak dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 30 Desember 2020
Kepala Madrasah



Miftahul
Moh. Miftahul Arief, S. Pd.I., M.Pd.

Lampiran 6

Dokumentasi Penelitian



Gambar MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang



Gambar wawancara dengan kepala Madrasah



Gambar Wawancara dengan Wakil Kepala Madrasah



Gambar wawancara dengan Ibu Siska Aditya Yuniar



Gambar Wawancara dengan Bapak Arul Yogag Hapsasco

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Nani Nafisaturohmah
2. Tempat & Tgl. Lahir : Cilacap, 26 Juli 1998
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kewarganegaraan : Indonesia
6. Alamat Rumah : Jl. Diponegoro Rt. 05/Rw. 03
Glempangpasir, Adipala, Cilacap
7. Hp : 088802724706
8. E-mail : nnafisaturohmah@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD N 02 Glempangpasir : 2004 - 2010
 - b. SMP N 02 Adipala : 2010 – 2013
 - c. MAN 1 Cilacap : 2013 – 2016
 - d. S1 UIN Walisongo Semarang : 2016 - Sekarang

Semarang, 30 Desember 2020



Nani Nafisaturohmah

NIM. 1603036001