

## Modal Sosial dan Humas Kultural: Menakar Strategi Pesantren dalam Mempertahankan Eksistensi dan Animo Masyarakat

Rowiyanto \*1, Laili Syarifah<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Madrasah Tsanawiyah Nurul Ali Sempu Ngadirojo Secang Magelang, Indonesia

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Syubbanul Wathon Magelang, Indonesia

e-mail Correspondence: santrilawas0202@gmail.com

Submitted: 21-05-2026

Revised : 26-05-2026

Accepted: 27-05-2026

**ABSTRACT.** The institutional sustainability and enrollment rates of traditional Islamic boarding schools (*pesantren*) in Central Java have experienced post-pandemic anomalies due to intensifying educational competition and shifting urban demographic preferences. This study aims to analyze the management of public relations (PR) in enhancing parent enrollment interest (*animo*) at Pondok Pesantren Nurul Ali Sempu, Secang, Magelang. Utilizing a qualitative, descriptive-naturalistic approach, data were gathered through non-participant observation, semi-structured interviews, and documentation. Informants were selected via purposive sampling, including the head of the *pesantren*, 44 board members, 7 parents, and 6 alumni. Data were analyzed using the Miles and Huberman interactive model, encompassing data collection, data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the implementation of PR at *Pondok Pesantren Nurul Ali* shifts away from modern transaction-based public relations towards a cultural and socio-religious approach that strategically capitalizes on social capital (*bonding* and *bridging social capital*). This is manifested through inclusive and participatory annual PR programming, the mobilization of alumni and *tharigob* networks as grassroots brand ambassadors, and a dual-track communication mix that blends the charismatic interpersonal diplomacy of the *Kyai* (head priest) with transparent digital publication platforms. Furthermore, the institutionalization of a continuous, two-way feedback loop with the parent council serves as a strategic mechanism to evaluate and refine educational services. This study concludes that the synthesis between adaptive public relations management and deep-rooted social capital creates a high-trust educational ecosystem, which ultimately acts as a robust catalyst to maintain institutional resilience, enhance accountability, and significantly boost parent enrollment interest in the competitive education market.

**Keywords:** *Public Relations Management; Parental Enrollment Interest; Social Capital; Pesantren Education.*

 <https://doi.org/10.61136/tf2g2218>

**How to Cite** Rowiyanto, & Syarifah, L. (2026). Modal Sosial dan Humas Kultural: Menakar Strategi Pesantren dalam Mempertahankan Eksistensi dan Animo Masyarakat. *NUZUM: Jurnal Manajemen & Administrasi Pendidikan*, 1( 1), 52-61.

### LATAR BELAKANG

Eksistensi pondok pesantren di Indonesia saat ini berada di tengah pusaran komodifikasi dan ketatnya kontestasi pasar pendidikan modern. Dinamika krisis eksistensial ini terekam secara empiris dalam data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah (2025) mengenai demografi kepesantrenan di Kabupaten Magelang. Data makro menunjukkan fluktuasi anomali yang tajam: pada tahun 2022 jumlah santri tercatat sebanyak 49.307 jiwa, namun merosot drastis pada tahun 2023 hingga menyisakan 21.118 jiwa. Penurunan populasi santri lebih dari 50% dalam setahun ini



NUZUM: Jurnal Manajemen & Administrasi Pendidikan

is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

mengindikasikan adanya kerapuhan strategi retensi dan daya tarik institusi keagamaan tradisional di tingkat lokal akibat pergeseran preferensi orang tua urban dan agresivitas sekolah umum.

Disisi lain ada anomali sosiologis yang kontradiktif ditunjukkan oleh Pondok Pesantren Nurul Ali Sempu, Secang, Magelang. Di kala lembaga lain mengalami degradasi animo, data internal periode 2021–2025 di pesantren terpadu (SMP, SMA, dan Tahfizh) ini justru merekam pertumbuhan grafik pendaftar secara konsisten, dengan puncak lonjakan kuantitas santri baru yang sangat signifikan pada tahun 2024 (Dokumentasi Pesantren, 2025). Hasil penjajakan awal mengonfirmasi bahwa daya tahan institusional ini digerakkan oleh pola manajemen hubungan masyarakat (humas) yang ramah, terbuka, dan mengakar pada pelebagaan komunikasi kultural tatap muka serta pengajian *selapanan* (Wawancara Wali Santri, 12 Mei 2024).

Secara teoretis, kemampuan lembaga pendidikan untuk bertahan dan memikat partisipasi publik sangat ditentukan oleh tata kelola hubungan masyarakat (humas) yang strategis (Karmilah et al., 2025; Afriani & Timan, 2024; Hakim & Rozi, 2024). Hubungan masyarakat tidak boleh lagi sekadar diposisikan sebagai unit pelengkap musiman, melainkan sebagai instrumen vital dalam mengonstruksikan citra positif dan memitigasi resistensi sosio-religius (Sauki, 2022; Mariyo et al., 2025). Dalam kacamata sosiologi pendidikan, seluruh reputasi, kepercayaan, dan jaringan ini merupakan manifestasi dari modal sosial (*social capital*) lembaga. Mengacu pada tesis Pierre Bourdieu (1984) modal sosial yang bertumpu pada asas timbal balik (*reciprocity*) berbasis kepercayaan (*trust*) dan jaringan (*networks*) merupakan prasyarat mutlak untuk melahirkan akuntabilitas publik serta keberlanjutan regenerasi peserta didik.

Meskipun urgensi integrasi ini dinilai penting, peta literatur dari penelitian sebelumnya masih menyisakan celah riset (*research gap*) yang nyata, yang secara umum dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kelompok utama. Kelompok penelitian *pertama* merupakan dominasi studi yang memandang manajemen humas institusi pendidikan secara mekanistik, sekuler, dan reduksionis karena hanya berfokus pada pemanfaatan media digital, optimalisasi situs web, serta taktik kampanye di media sosial demi mendongkrak pencitraan visual semata (Andriani & Anggraini, 2022; Maulidia & Sanjani, 2023). Kelompok penelitian *kedua* cenderung membatasi ruang lingkup humas pada aspek perbaikan teknis-administratif dan prosedural formal, seperti standardisasi pelayanan satu pintu, pengelolaan dokumen publikasi, atau hubungan industrial kedinasan yang kaku dan linear (Ahafonova, 2018; Kretschmer & Winkler, 2024). Kelompok *ketiga* mulai menyentuh dimensi institusi keagamaan, namun sebagian besar masih bias pada perspektif manajemen umum, sehingga kerap abai dan gagal memberikan perhatian serius terhadap aspek keunikan sosiokultural serta kepemimpinan karismatik kiai yang sejatinya menjadi jangkar spiritual sekaligus epistemologis utama dalam ekosistem pesantren (Masruhin et al., 2024; Shodikin et al., 2023).

Dengan demikian, penelitian ini menawarkan *novelty* hibrida melalui konvergensi konsep humas kultural khas Nusantara dengan teori modal sosial (*bonding* dan *bridging social capital*). Pisau analisis ini digunakan secara spesifik untuk membedah bagaimana pondok pesantren mendomestikasi strategi komunikasi modern ke dalam ritus keagamaan tradisional. Melalui pendekatan ini, institusi keagamaan dapat memitigasi disrupsi pasar kependidikan Islam sekaligus merekonstruksi pola komunikasi linear yang kaku. Implementasi strategi humas berbasis modal sosiokultural komunal tersebut terbukti efektif membangun loyalitas publik yang kokoh serta meningkatkan kepercayaan (*trust*) wali santri secara berkelanjutan demi menjaga keberlanjutan regenerasi institusi di tingkat lokal.

Berdasarkan kesenjangan penelitian sebelumnya maka, penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk menganalisis, membedah, dan memformulasikan siklus manajemen hubungan



masyarakat yang berbasis pada pemanfaatan modal sosial dan pendekatan humas kultural di Pondok Pesantren Nurul Ali Sempu, Secang, Magelang. Urgensi penelitian ini mencakup dua dimensi utama, di mana secara teoretis diharapkan dapat memberikan kontribusi kaya bagi khazanah manajemen pendidikan Islam mengenai model humas non-digital yang berbasis pada kekuatan modal sosiokultural komunal. Sementara secara praktis, draf rumusan strategi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat direplikasi oleh para pengelola pesantren tradisional lainnya sebagai panduan taktis-adaptif dalam mendongkrak kembali animo masyarakat sekaligus mempertahankan eksistensi kelembagaan di tengah arus disrupsi global.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif-naturalistik yang bertujuan untuk menginvestigasi secara mendalam tata kelola hubungan masyarakat dalam ekosistem riil tanpa adanya intervensi atau pengondisian buatan terhadap subjek amatan (Moleong, 2021; Sugiyono, 2018). Seluruh konstelasi sosial dan aktivitas manajerial di Pondok Pesantren Nurul Ali Sempu, Ngadirojo, Secang, Kabupaten Magelang dibedah melalui tiga tahapan linimasa yang berjalan terintegrasi sejak akhir tahun 2024 hingga pertengahan tahun 2025. Tahap persiapan diawali pada Desember 2024 melalui perumusan judul, dilanjutkan dengan finalisasi proposal hingga Januari 2025, dan pengurusan izin penelitian pada Februari 2025. Tahap pelaksanaan yang berfokus pada pengumpulan data lapangan dieksekusi intensif sepanjang bulan Februari 2025, yang kemudian ditutup dengan tahap penyusunan laporan serta verifikasi draf riset dari Maret hingga Mei 2025.

Data primer dalam kajian ini bersumber langsung dari korpus narasumber kunci yang ditentukan melalui teknik *purposive* berdasarkan otoritas dan keterlibatan langsung dalam sistem relasi pesantren (Fattah, 2023). Otoritas kebijakan tertinggi digali melalui wawancara mendalam dengan Pimpinan Pondok Pesantren Nurul Ali, Kyai KH. Akhmad Soleh, S.Pd.I., sementara aspek manajerial dikonstruksi lewat wawancara dengan 44 orang pengurus Yayasan Nurul Ali yang mencakup staf administrasi, divisi humas, serta koordinator program eksternal. Guna menakar dampak sosiologis, peneliti menjangkir perspektif 5 hingga 7 orang wali santri yang dipilih secara variatif (mencakup keterwakilan wali santri baru, lama, multigenerasi, serta latar belakang daerah yang beragam), serta dilengkapi wawancara dengan 4 sampai 6 orang alumni lintas profesi lulusan periode 2020–2024. Data primer ini selanjutnya dikonvergensi dengan data sekunder berupa dokumen kebijakan, regulasi tertulis, pedoman humas, notulen rapat, laporan keuangan, dokumentasi kegiatan kultural, serta portofolio publikasi media sosial resmi milik pesantren.

Teknik pengumpulan data di lapangan mengombinasikan metode observasi non-partisipan untuk merekam interaksi sosial dengan masyarakat secara natural, wawancara terstruktur menggunakan instrumen pedoman tertulis yang telah divalidasi, dan studi dokumentasi untuk mengonfirmasi fakta tekstual-administratif (Miles, Huberman, & Saldana, 2020). Seluruh aktivitas penjangkaran data dipandu oleh matriks instrumen penelitian yang diadaptasi dari berbagai penelitian sebelumnya. Instrumen yang diajukan terkait dengan manajemen humas yang dikelompokkan dalam empat variabel operasional utama, yaitu perencanaan (visi-misi, tujuan komunikasi, pemetaan sumber daya), pengorganisasian (struktur tim kerja dan pola koordinasi), pelaksanaan (bauran media komunikasi, sosialisasi program, aktivasi modal sosial alumni), dan pengawasan (mekanisme evaluasi capaian program humas).

Proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan sejak awal pengumpulan data hingga mencapai titik jenuh atau saturasi data menggunakan model interaktif = Miles & Huberman, 1992; Sugiyono, 2018). Alur analisis bergerak secara sirkular melalui empat tahapan utama yang saling bertumpu. Proses dimulai dari koleksi data (*data collection*) untuk



menghimpun seluruh informasi mentah hasil observasi, wawancara, dan dokumen di lapangan, yang diikuti secara simultan oleh reduksi data (*data reduction*) guna menyaring, merangkum, dan membuang data yang tidak relevan dengan tren animo wali santri. Data yang telah tersaring kemudian diorganisasikan ke dalam penyajian data (*data display*) berupa teks naratif yang logis dan sistematis untuk mempermudah pemahaman pola hubungan antarvariabel, sebelum akhirnya ditarik ke tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*) guna melahirkan temuan baru dan proposisi teoritis yang kredibel mengenai efektivitas model manajemen humas kultural berbasis modal sosial di lembaga tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Praktik Perencanaan Humas Berbasis Musyawarah Partisipatif

Siklus manajemen hubungan masyarakat (humas) di Pondok Pesantren Nurul Ali Sempu, Secang, Magelang, dikonstruksi melalui pendekatan manajerial yang terencana dan sistematis guna membangun komunikasi dinamis serta meningkatkan animo dan kepercayaan (*trust*) wali santri (Mumtani'ah, 2017). Keberhasilan lembaga dalam menggalang partisipasi publik berakar pada komitmen pengelola untuk menyelaraskan visi-misi institusi kependidikan Islam yang religius namun adaptif terhadap ekspektasi sosiokultural masyarakat modern (Wawancara dengan K.H. AS, 15 April 2025). Aktualisasi perencanaan ini termanifestasi dalam forum tahunan yang dikenal sebagai Musyawarah Program Humas menjelang tahun ajaran baru. Forum diskusi kolektif ini melibatkan partisipasi aktif seluruh elemen internal dan eksternal pesantren, mulai dari pengasuh, jajaran pengurus yayasan, bagian administrasi, guru senior, perwakilan alumni, hingga dewan wali santri dan tokoh masyarakat lokal. Keterlibatan multi-stakeholder ini ditujukan untuk melahirkan keputusan yang kolaboratif, memperkuat rasa kepemilikan (*sense of belonging*), serta menepis dominasi kebijakan sepihak dari otoritas pengelola.

Dalam implementasi praktisnya, tim humas merumuskan draf rancangan agenda komunikasi publik sebelum dipaparkan dan divalidasi di dalam rapat kerja tahunan (Wawancara dengan ANI, 18 April 2025). Melalui mekanisme integratif ini, diperoleh variasi program kehumasan yang diklasifikasikan ke dalam agenda rutin dan insidental yang dilengkapi dengan penentuan penanggung jawab yang jelas (Wawancara K.H. AS, 15 April 2025; Wawancara dengan Mas, 18 April 2025). Serangkaian keputusan strategis yang disepakati untuk mendongkrak animo masyarakat meliputi penetrasi promosi kelembagaan yang disisipkan dalam momentum ritual keagamaan akbar tahunan *Haflah Akhirussanah*, pembentukan Tim Penerimaan Santri Baru (PSB) lintas sektor, optimalisasi portofolio prestasi santri pada berbagai platform media sosial resmi pesantren, serta pengiriman ustadz senior untuk memimpin dakwah di majelis taklim sekitar. Penguatan jaringan eksternal diperkokoh dengan pelembagaan silaturahmi berkala serta penyelenggaraan *Istighosah* rutin malam Kamis Wage yang dibuka secara inklusif bagi masyarakat luas sebagai sarana membangun kedekatan emosional-spiritual.

#### 2. Desain Pengorganisasian Tim Humas Internal dan Eksternal

Realisasi program kehumasan didukung oleh struktur pengorganisasian yang mapan untuk menjamin tata kerja yang teratur, kolaboratif, dan terukur, serta mencegah adanya tumpang tindih fungsi (*overlapping*) antar-personel (Soebagio, 2020; Wawancara K.H. Ahmad Soleh, 15 April 2025). Pada dimensi internal, pondok pesantren membentuk Tim Kerja Promosi Penerimaan Santri Baru (TPPSB) yang mengombinasikan potensi pengurus harian, divisi humas, dan bagian keamanan serta urusan kesantريان. Pola koordinasi yang dibangun



NUZUM: Jurnal Manajemen & Administrasi Pendidikan

is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

NUZUM: Jurnal Manajemen & Administasi Pendidikan, *Volume 1, Issue 1, 2026*, pp. 52-61

mengedepankan asas inklusivitas di mana seluruh warga pesantren dilibatkan dalam pengambilan keputusan, sehingga menumbuhkan iklim keterbukaan informasi yang sehat (Wawancara dengan SZR, 18 April 2025; Wawancara dengan AA, 18 April 2025). Soliditas tim internal ini menjadi fondasi utama sebelum tata hubungan kehumasan diarahkan pada sasaran publik eksternal (Wawancara dengan AFW 18 April 2025).

Pada dimensi eksternal, pengorganisasian humas tidak diwujudkan dalam bentuk kepanitiaan formal yang kaku, melainkan menggunakan pendekatan sosiokultural dengan memanfaatkan kekuatan jaringan modal sosial (*social capital*). Pesantren mengaktivasi ikatan emosional jamaah *thorigob* serta jaringan alumni yang tersebar luas sebagai agen promosi informal di ruang publik (Wawancara dengan AFW, 18 April 2025). Pengorganisasian eksternal ini diperkuat oleh pengkondisian citra institusi melalui representasi kharismatik kiai selaku pengasuh pesantren yang aktif dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan. Selain itu, bagian urusan kesantrian secara konsisten mendelegasikan santri untuk berpartisipasi dalam ajang kompetisi keagamaan tingkat lokal, seperti lomba tahfizh, baca kitab, dan adzan, serta terlibat aktif dalam kirab Hari Santri Nasional (HSN). Kehadiran prestasi santri di ruang publik ini menjadi instrumen komunikasi visual yang sangat efektif untuk memikat perhatian sosiologis masyarakat sekitar (Wawancara dengan SZR, 18 April 2025).

### 3. Implementasi Strategi Komunikasi Kultural dan Publikasi Digital

Pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat (humas) di Pondok Pesantren Nurul Ali diarahkan secara taktis sebagai wujud nyata penautan rencana program strategis lembaga dengan sasaran eskalasi kepercayaan (*trust*) wali santri secara riil. Pola eksmelektakan fungsi humas internal dan eksternal ini melebur secara hibrida ke dalam program-program yang terintegrasi langsung dengan denyut aktivitas sosioreligius pesantren sehari-hari (Wawancara dengan AA, 19 April 2025). Pada dimensi komunikasi formal, promosi kelembagaan dieksekusi secara persuasif melalui forum tatap muka, seperti pidato kultural pimpinan pesantren dalam momentum *Haflah Akbirussanah* untuk memaparkan capaian mutu instruksional. Sementara pada dimensi eksternal, penetrasi humas kultural dijalankan dengan mengaktivasi modal sosial yang bersifat menjembatani (*bridging social capital*) melalui jalinan kemitraan dakwah bersama organisasi kemasyarakatan lokal, seperti PAC IPNU-IPPNU Kecamatan Secang. Kolaborasi ini mewujudkan dalam pelibatan aktif santri pada kegiatan pawai obor keagamaan serta forum pelatihan kaderisasi komunal (Wawancara dengan ANI, 18 April 2025).

Dalam ekosistem sosiokultural tersebut, eksistensi Kiai selaku Ketua Yayasan memegang peranan yang sangat krusial dalam membentuk persepsi positif publik luar (*external public image*). Pengaruh ini bersumber dari otoritas karismatik tradisional beliau yang diartikulasikan secara natural melalui kehadiran langsung di tengah ritus sosial warga, seperti hajatan, takziah, hingga pengajian umum di wilayah Secang (Wawancara dengan SR, 19 April 2025). Guna mengimbangi sekaligus memperkuat pendekatan interpersonal konvensional tersebut, tim humas Pondok Pesantren Nurul Ali memanfaatkan bauran komunikasi digital modern secara berkala. Berbagai data performa akademik, dokumentasi sirkular pengajian, dan distingsi prestasi keagamaan para santri dipublikasikan secara transparan melalui platform media sosial Facebook serta situs web resmi lembaga (Wawancara dengan ANI, 18 April 2025). Sinergi komunikasi dua jalur ini—jejaring interpersonal berbasis kharisma kiai di dunia nyata dan keterbukaan informasi di dunia maya—mampu memformulasikan citra lembaga yang kokoh, adaptif, serta akuntabel di mata masyarakat urban maupun tradisional (Wawancara dengan SZR, 18 April 2025).



#### 4. Mekanisme Pengendalian dan Evaluasi Kinerja Kehumasan

Mekanisme pengendalian diimplementasikan secara berkala dan berjenjang untuk menakar efektivitas, efisiensi, serta konsistensi pelaksanaan program kerja kehumasan terhadap jangkar rencana strategis awal lembaga. Pengendalian internal (*internal control system*) diselenggarakan pasca-pelaksanaan program melalui pelebagaan rapat evaluasi rutin yang dipimpin langsung oleh koordinator humas bersama seluruh kru pelaksana (Wawancara dengan AFW, 18 April 2025; Wawancara dengan AA, 19 April 2025). Forum berkala ini berfungsi sebagai ruang refleksi kolektif untuk mengidentifikasi hambatan teknis operasional sekaligus merumuskan perbaikan manajerial yang dilaporkan secara berkala kepada pimpinan tertinggi pesantren (Wawancara dengan SZR, 18 April 2025). Secara metodologis, penilaian keberhasilan program humas dalam rapat internal ini mengacu pada lima indikator kinerja utama (*key performance indicators*), yaitu eskalasi antusiasme publik, pemerataan distribusi informasi layanan, optimalisasi jangkauan kanal media komunikasi, kapasitas komunikasi tim humas, serta ketepatan strategi komunikasi dengan target sasaran.

Sementara itu, pada dimensi makro, pengendalian eksternal (*external control*) diaktualisasikan dengan memanfaatkan forum pertemuan akbar bersama perwakilan dewan wali santri, jejaring alumni, dan jajaran tokoh masyarakat yang diintegrasikan secara terstruktur dalam rangkaian upacara akhir tahun ajaran (Wawancara dengan AFW, 18 April 2025). Pola evaluasi dua arah yang demokratis ini memberikan ruang terbuka bagi wali santri untuk menyampaikan keluhan, saran perbaikan, serta umpan balik (*feedback*) objektif terkait mutu layanan akademik maupun pembinaan karakter santri. Pelibatan publik secara partisipatif dalam mengevaluasi kinerja pesantren ini tidak hanya menumbuhkan ikatan emosional dan spiritual yang mendalam, melainkan juga mengonversi norma resiprositas menjadi penguat legitimasi lembaga. Proses ini meneguhkan eksistensi humas bukan sekadar sebagai instrumen administratif yang kaku, melainkan sebagai fungsi penjamin mutu layanan pendidikan yang adaptif terhadap dinamika aspirasi masyarakat lokal (Wawancara dengan P, 21 April 2025).

#### Pembahasan

Keberhasilan Pondok Pesantren Nurul Ali dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan animo wali santri di tengah anomali penurunan demografi kepesantrenan di Kabupaten Magelang membuktikan bahwa manajemen hubungan masyarakat (humas) tidak dapat diisolasi sekadar sebagai aktivitas teknis-administratif. Temuan lapangan menunjukkan adanya transformasi fungsi humas dari model komunikasi mekanistik-sekular menuju model humas kultural yang terintegrasi secara mendalam dengan aktivasi modal sosial (*social capital*) lembaga. Jika ditarik ke dalam kerangka teoretis sosiologi pendidikan, fenomena ini mengonfirmasi tesis Pierre Bourdieu (1986) mengenai konversi modal (*the forms of capital*), di mana modal budaya (*cultural capital*) dan modal sosial yang dimiliki oleh institusi keagamaan dapat dikonversi secara produktif menjadi modal ekonomi (dalam bentuk peningkatan kuantitas santri dan retensi finansial lembaga). Perencanaan humas yang diwujudkan melalui Musyawarah Program Humas secara partisipatif bukan hanya sebuah proses manajerial, melainkan sebuah ritus penguatan ikatan emosional (*bonding social capital*) yang melekatkan kepentingan wali santri, alumni, dan pengasuh ke dalam satu visi teologis-edukatif yang padu.

Efektivitas strategi pengorganisasian humas di Pondok Pesantren Nurul Ali yang memanfaatkan jaringan jamaah *thoriqoh* dan ikatan alumni sebagai agen promosi eksternal mencerminkan pemanfaatan modal sosial menjembatani (*bridging social capital*) yang sangat baik. Menurut James Coleman (1988), modal sosial mewujud dalam bentuk struktur relasi sosial yang



**NUZUM: Jurnal Manajemen & Administrasi Pendidikan**

is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

NUZUM: Jurnal Manajemen & Administasi Pendidikan, *Volume 1, Issue 1, 2026*, pp. 52-61

melahirkan fungsi-fungsi tertentu, terutama kepercayaan (*trust*), saluran informasi (*information channels*), serta norma dan sanksi yang efektif. Dalam konteks ini, kepercayaan masyarakat terhadap figur karismatik kiai dan reputasi moral pesantren bertindak sebagai perekat sosiologis yang mempermudah penetrasi pasar pendidikan tanpa harus terjebak pada komodifikasi atau kapitalisasi pendidikan yang artifisial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Itsna (2025) dan Haqqoni et al. (2025) yang menegaskan bahwa institusi pendidikan Islam tradisional yang memiliki akar kultural kuat di masyarakat cenderung lebih resilien menghadapi disrupsi zaman karena mereka didukung oleh sistem pengondisian sosial berbasis loyalitas komunal, bukan sekadar hubungan transaksional antara konsumen dan produsen jasa.

Lebih lanjut, implementasi bauran komunikasi dua jalur yang memadukan silaturahmi kultural di dunia nyata (seperti pengajian selapanan dan kegiatan bersama organisasi keagamaan lokal) dengan publikasi prestasi digital di dunia maya membuktikan adanya pemaknaan humas yang adaptif. Pesantren Nurul Ali berhasil mengawinkan model humas tradisional yang bertumpu pada *face-to-face communication* bernuansa berkah dengan tuntutan transparansi informasi modern di era digital. Pola ini sejalan dengan argumen Ragas & Ragas (2021) dan Murtopo (2025) bahwa manajemen humas strategis membutuhkan kemampuan navigasi yang lincah di dalam ruang publik yang kompleks. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kholik (2025) juga menunjukkan bahwa pelibatan publik secara emosional dalam ritus keagamaan dan penayangan rekaman kompetensi santri secara digital terbukti efektif dalam memitigasi distorsi informasi serta menumbuhkan sentimen positif kolektif masyarakat terhadap akuntabilitas kelembagaan pesantren.

Pada dimensi pengendalian, pelembagaan forum evaluasi dua arah yang melibatkan dewan wali santri secara berkala merefleksikan adanya mekanisme *feedback loop* yang demokratis sekaligus teologis. Pengendalian humas di lembaga ini tidak hanya berfungsi sebagai alat ukur efisiensi administratif sebagaimana didefinisikan dalam manajemen umum (Setyanto, Dida, & Novianti, 2025), tetapi juga bertindak sebagai instrumen untuk merawat dan memperbarui kontrak sosial-spiritual antara pesantren dan wali santri. Keterlibatan aktif wali santri dalam mengevaluasi layanan pendidikan melahirkan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang memicu lahirnya *word-of-mouth marketing* secara natural di lingkungan tempat tinggal mereka. Pola pengendalian partisipatif ini, sejalan dengan hasil penelitian Raya et al. (2024) dan Arifannisa (2025), merupakan prasyarat utama bagi keberlanjutan organisasi kependidikan. Dengan demikian, sinkronisasi antara modal sosial berupa kepercayaan publik dan manajemen humas kultural yang konsisten menjadi strategi paling fundamental bagi Pondok Pesantren Nurul Ali untuk tetap eksis, unggul, dan diminati di tengah kompetisi global yang kian kompetitif.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas manajemen hubungan masyarakat (humas) di Pondok Pesantren Nurul Ali Sempu, Magelang, tidak bertumpu pada pendekatan mekanistik-transaksional, melainkan pada optimalisasi bauran manajerial modern dan kapitalisasi modal sosial (*social capital*) yang berakar kuat pada tradisi pesantren. Keberhasilan dalam mendongkrak animo dan merawat kepercayaan (*trust*) wali santri dicapai melalui empat tahapan strategis: perencanaan partisipatif yang inklusif melalui forum Musyawarah Program Humas; pengorganisasian berbasis kekuatan organik berupa pengaktifan jaringan alumni dan jamaah *thoriqoh*; implementasi bauran komunikasi dua jalur yang menyinergikan komunikasi kultural interpersonal kiai dengan keterbukaan publikasi digital; serta mekanisme pengendalian dua arah yang transformatif bersama dewan wali santri. Konvergensi antara keahlian manajerial tim humas dan pemanfaatan modal sosial berupa *bonding* dan *bridging social capital* ini terbukti mampu melahirkan hubungan simbiotik



yang kokoh, sehingga memosisikan pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional yang adaptif, akuntabel, dan berdaya saing tinggi.

Meskipun penelitian ini berhasil menguraikan struktur manajemen humas kultural secara mendalam, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Fokus investigasi dalam riset ini masih terbatas pada perspektif pengelola internal pesantren dan dewan wali santri di satu lokus institusi, yaitu Pondok Pesantren Nurul Ali Magelang, sehingga generalisasi temuan untuk konteks pesantren modern (*khalafiah*) atau lembaga pendidikan umum yang tidak memiliki figur kepemimpinan karismatik berbasis kiai perlu dilakukan secara hati-hati. Selain itu, penelitian ini lebih banyak memotret efektivitas humas dari sisi kualitatif-sosiologis, namun belum mengukur secara kuantitatif besaran kontribusi determinan masing-masing variabel modal sosial tersebut—seperti tingkat kepercayaan publik, kekuatan jaringan alumni, dan intensitas publikasi digital—terhadap keputusan riil orang tua dalam memilih lembaga pendidikan ini.

Berdasarkan keterbatasan yang telah diidentifikasi, penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas jangkauan empiris melalui pendekatan studi komparatif antara manajemen humas pesantren tradisional (*salafiah*) dan pesantren modern (*asbriyah*) guna memetakan variasi dinamika pengelolaan modal sosial di ruang publik. Peneliti berikutnya juga disarankan untuk mengadopsi metode campuran (*mixed-methods*) atau kuantitatif murni menggunakan analisis model struktural (seperti *Structural Equation Modeling*) untuk menguji secara empiris kekuatan pengaruh modal sosial terhadap citra lembaga dan minat beli (*purchase intention*) konsumen jasa kependidikan. Terakhir, eksplorasi mendalam mengenai efektivitas algoritma media sosial dan tantangan disrupsi kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dalam memediasi komunikasi kultural pesantren di masa depan menjadi ceruk riset yang sangat krusial untuk dikembangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, L., & Timan, A. (2024). The Role of Public Relations in Educational Development in Higher Education Institutions. *IJESS International Journal of Education and Social Science*, 5(2), 255–260. <https://doi.org/10.56371/ijess.v5i2.332>
- Ahafonova, N. O. (2018). The substance of public relations in the public administration management system. *Public Administration and Regional Development*, 2018(1), 9–30. <https://doi.org/10.26693/pard2018.01.02>
- Andriani, D., & Anggraini, U. W. F. (2022). Peran Teknologi Informasi pada Humas Lembaga Pendidikan. *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(3), 186–192. <https://doi.org/10.18860/rosikhun.v1i3.15883>
- Arifannisa, A. (2025). Manajemen Pendidikan Berbasis Komunitas: Peran Kearifan Lokal, Partisipasi Masyarakat, dan Kepemimpinan Sosial dalam Meningkatkan Akses dan Mutu Pendidikan di Wilayah Tertinggal. *Joong-Ki: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 1546–1558. <https://doi.org/10.56799/joongki.v4i4.11597>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood Press.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94(1), S95–S120. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-21742-6\\_28](https://doi.org/10.1007/978-3-658-21742-6_28)



**NUZUM: Jurnal Manajemen & Administrasi Pendidikan**

is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

NUZUM: Jurnal Manajemen & Administasi Pendidikan, *Volume 1, Issue 1, 2026*, pp. 52-61

- Fattah, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Harfa Creative.
- Hakim, M. N., & Rozi, F. (2024). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Animo Masyarakat terhadap Pendidikan Madrasah. *JoIEM (Journal of Islamic Education Management)*, 5(1), 28–45. <https://doi.org/10.30762/joiem.v5i1.2675>
- Haqqoni, M. F., Subagyo, A., & Hadi, M. S. (2025). Islamic Education Policy in Dealing with Social Change. *Journal of Educational Management Research*, 4(2), 463–476. <https://doi.org/10.61987/jemr.v4i2.955>
- Itsna, I. R. (2025). Manajemen Pendidikan Islam di Tengah Arus Disrupsi: Refleksi Konseptual untuk Reposisi Strategis Lembaga Islam di Kediri. *INNOVASI: Jurnal Inovasi Pendidikan*, 11(2), 191–201. <https://doi.org/10.64540/vah7k659>
- Karmilah, L., Kartini, E., Kusuma, Z. N. A. W., Rostika, N., & Iskandar, S. (2025). Public Relations Management in Improving the Image and Performance of Educational Institutions: Strategies, Challenges, and Implications. *Journal of Innovation and Research in Primary Education*, 4(3), 1417–1425. <https://doi.org/10.56916/jirpe.v4i3.1506>
- Kholik, N. A. A. (2025). Santri sebagai Motor Public Relations: Analisis Program Pemberdayaan di Lembaga Ittihadul Muballighin Lirboyo. *Tapis: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 9(1), 27–37. <https://doi.org/10.32332/tapis.v9i1.10571>
- Kretschmer, J., & Winkler, P. (2024). Prospects and risks of digitalization in public relations research: mapping recurrent narratives of a debate in fragmentation (2010–2022). *Journal of Communication Management*, 28(2), 193–210. <https://doi.org/10.1108/JCOM-02-2023-0020>
- Mariyo, Khairina, E., Dompok, T., & Salsabila, L. (2025). The Role of Public Relations in Forming Positive Perception in Society. *Proceeding of the International Conference on Social Sciences and Humanities Innovation*, 1(2), 149–162. <https://doi.org/10.70062/icsshi.v1i2.38>
- Masruhin, S., Isma, A., & Badarussyamsi, B. (2024). Kyai Leadership in the Development of Ecological System Theory in Islamic Boarding Schools. *Al-Miskawaih: Journal of Science Education*, 2(2), 373–390. <https://doi.org/10.56436/mijose.v2i2.295>
- Maulidia, M., & Sanjani, M. A. F. (2023). Enhancing Educational Impact: Exploring Effective Media And Public Relations Techniques In Educational Institutions. *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(3), 214–225. <https://doi.org/10.18860/rosikhun.v2i3.21644>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif. Diterjemahkan oleh Tjetjep Robendi Robidi*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: Sage Publications India Pvt Ltd.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Murtopo, B. A. (2025). Peran Strategis Public Relations dalam Manajemen Isu dan Krisis Organisasi. *Ar-Rihlah: Jurnal Inovasi Pengembangan Pendidikan Islam*, 10(1), 20–30. <https://doi.org/10.33507/ar-rihlah.v10i1.3132>
- Ragas, M., & Ragas, T. (2021). Understanding Agile for Strategic Communicators: Foundations, Implementations, and Implications. *International Journal of Strategic Communication*, 15(2), 80–92. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2021.1898147>
- Raya, S. L., Mulyono, M., & Iswari, H. R. (2024). Student Word of Mouth in Higher Education: A Systematic Review of Key Determinants and Implications for Underserved Regions.



*Bulletin of Management and Business*, 5(2), 90–104. <https://doi.org/10.31328/bmb.v5i2.435>

Sauki, M. (2022). Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat untuk Membangun Citra Positif Pemerintah Kabupaten Bima Bervisi “RAMAH” (Religius, Aman, Makmur, Amanah, Handal). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2), 2666–2673. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i2.3200>

Setyanto, Y., Dida, S., & Novianti, E. (2025). Public Relations as Managerial Function in University Management. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 221–231. <https://doi.org/10.24912/jk.v17i1.33884>

Shodikin, G. F., Fawaid, A., & Sholeh, L. (2023). An Analysis of Kyai’s Charisma and Leadership in The Marketing of Islamic Boarding School Institutions. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 5(1), 642–650. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i1.4629>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.



**NUZUM: Jurnal Manajemen & Administrasi Pendidikan**

is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

NUZUM: Jurnal Manajemen & Administasi Pendidikan, *Volume 1, Issue 1, 2026*, pp. 52-61