



Journal of Education Management Research (JEMR)

E-ISSN: 2988-5930

Vol. 1, No. 2, (2023): 65-82

Homepage: <https://journal.cahyaedu.com/index.php/jemr>

Rebranding Madrasah dalam Membangun Citra Positif dan Modern

M. Yusuf

Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Krempyang Nganjuk

*Corresponding Author: zusuv.hamidi@gmail.com

Article History

Received: 02-08-2023

Accepted: 21-12-2023

Published: 30-12-2023

Keywords:

Rebranding, Islamic Schools, Positive Image, Modernity.

Kata Kunci:

Rebranding, Madrasah, Citra Positif, Modernitas

Abstract:

This article discusses rebranding in Islamic schools as a strategy to build a positive and modern image in society. Common issues faced by Islamic schools include negative perceptions and limited appeal to parents and prospective students. In the background, this article identifies the need for a change and transformation of the image to enhance the competitiveness and relevance of Islamic schools in an increasingly competitive educational landscape. The research method employed in this article is a literature review, involving the collection and analysis of various reference sources related to rebranding and marketing strategies in the context of Islamic education. The research objective is to provide practical guidance for Islamic schools in designing effective and successful rebranding initiatives. The results of this study indicate that key elements supporting the success of rebranding in Islamic schools include the development of relevant curricula, the integration of technology in teaching and learning, active community involvement, and appropriate communication approaches. By implementing effective rebranding, Islamic schools can create a positive and modern image, attract the interest of parents and prospective students, and enhance the overall quality of education.

Abstrak:

Artikel ini membahas tentang rebranding madrasah sebagai strategi untuk membangun citra yang positif dan modern di masyarakat. Isu umum yang dihadapi oleh madrasah adalah persepsi negatif dan keterbatasan daya tarik bagi orang tua dan calon siswa. Dalam latar belakangnya, artikel ini mengidentifikasi kebutuhan akan perubahan dan transformasi citra untuk meningkatkan daya saing dan relevansi madrasah dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif. Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah studi literer, dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber referensi terkait rebranding dan strategi pemasaran dalam konteks pendidikan Islam. Tujuan penelitian adalah memberikan panduan praktis bagi madrasah dalam merancang rebranding yang efektif dan berhasil. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan kurikulum yang relevan, penerapan teknologi dalam pembelajaran, keterlibatan aktif komunitas, dan pendekatan komunikasi yang tepat adalah elemen kunci yang dapat mendukung keberhasilan rebranding madrasah. Dengan melakukan rebranding yang efektif, madrasah dapat menciptakan citra yang positif dan modern, menarik minat orang tua dan calon siswa, serta meningkatkan kualitas pendidikan secara keseluruhan.

How to cite : M. Yusuf. (2023). *Rebranding Madrasah dalam Membangun Citra Positif dan Modern*. Journal of Education Management Research, 1(2), 57–74. Retrieved from <https://journal.cahyaedu.com/index.php/jemr/article/view/22>

DOI : -

License : This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC-BY-SA)

PENDAHULUAN

Madrasah, sebagai salah satu lembaga pendidikan yang memiliki peran penting dalam membentuk karakter dan pemahaman agama bagi generasi muda Muslim, menghadapi tantangan yang semakin kompleks di era modern ini. Salah satu tantangan utamanya adalah menciptakan citra yang positif dan modern di tengah masyarakat yang semakin beragam dan dinamis. Untuk mengatasi hal ini, rebranding madrasah menjadi sebuah strategi yang relevan dan efektif untuk meningkatkan daya tarik dan persaingan lembaga pendidikan Islam. Hal itu sebagaimana dijelaskan dalam al Qur'an Surah Al-Imran, ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung."

Ayat ini mengandung ajaran penting tentang peran dan tanggung jawab para pemimpin dan pendidik dalam membentuk karakter dan pemahaman agama pada generasi muda Muslim. Madrasah, sebagai lembaga pendidikan Islam, seharusnya menjadi wadah yang menyeru kepada kebajikan, mengajarkan yang baik, dan mencegah dari yang buruk.

Dalam konteks rebranding madrasah, ayat ini menunjukkan bahwa madrasah harus menjadi lembaga yang berorientasi pada kebajikan, menciptakan lingkungan yang positif, dan mengajarkan nilai-nilai Islam yang relevan dengan zaman. Dengan demikian, madrasah akan menjadi lembaga yang beruntung karena berhasil menjalankan peran dan tugasnya sebagai pembentuk karakter dan pemahaman agama yang positif bagi generasi muda Muslim di era modern ini. Karena para pakar pendidikan di Indonesia sepakat bahwa pendidikan karakter telah menjadi suatu kebutuhan esensial bagi bangsa Indonesia. Alasannya adalah karena semakin memburuknya perilaku masyarakat. (Pawitasari, Mujahidin, & Fattah, 2015)

Isu umum yang dihadapi oleh madrasah adalah persepsi negatif yang masih melekat pada beberapa kalangan masyarakat. Beberapa stereotip tentang kurikulum yang terlalu fokus pada aspek agama, kurangnya pendekatan ilmiah, serta keterbatasan dalam menghadapi perkembangan teknologi dan budaya modern, menjadi beberapa faktor yang menimbulkan keraguan bagi orang tua dan calon siswa dalam memilih madrasah sebagai tempat pendidikan. Hal itu juga dikuatkan dengan anggapan bahwa belajar sebelumnya lebih bersifat tekstual dan lebih menekankan pada penyelesaian soal-soal dari pada pembelajaran secara praktis. Pembelajaran yang dilakukan di kelas selama ini terkesan sifatnya monoton dan pendidik sebagai satu-satunya sumber belajar ditambah lagi pemahaman peserta didik tentang ilmu diasumsikan sebagai hafalan. (Burhanuddin, 2017)

Melihat isu tersebut, latar belakang artikel ini mencermati pentingnya rebranding sebagai upaya untuk memperbarui dan menyegarkan citra madrasah. Rebranding merupakan proses transformasi yang melibatkan peninjauan kembali identitas, nilai-nilai, dan tujuan lembaga pendidikan, serta menyelaraskannya dengan tuntutan zaman dan kebutuhan peserta didik masa kini. Upaya meningkatkan kualitas tersebut akan

menciptakan sebuah reputasi positif bagi lembaga pendidikan Islam. (Indrioko, 2015) Hal ini bertujuan untuk memperkuat posisi madrasah sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya mengedepankan pendidikan agama, tetapi juga relevan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta menciptakan lingkungan yang inklusif bagi siswa dari berbagai latar belakang.

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah studi literer. Dengan cara ini, berbagai sumber referensi terkait rebranding dalam konteks pendidikan Islam dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis. Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan panduan praktis bagi madrasah dalam merancang rebranding yang efektif dan berhasil.

Artikel ini akan menyoroti beberapa elemen kunci yang menjadi fokus dalam rebranding madrasah. Pengembangan kurikulum yang relevan dan berkualitas menjadi hal penting agar siswa dapat memiliki bekal ilmu pengetahuan yang komprehensif dan sesuai dengan tuntutan zaman. Penerapan teknologi dalam proses pembelajaran juga menjadi aspek penting untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pendidikan, sekaligus membantu siswa dalam menghadapi tantangan dunia digital.

Selain itu, peran aktif komunitas dalam mendukung dan berpartisipasi dalam rebranding juga akan menjadi fokus dalam artikel ini. Melibatkan orang tua, guru, alumni, dan masyarakat sekitar menjadi kunci untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang inklusif dan mendukung kemajuan madrasah.

Terakhir, artikel ini akan membahas tentang pentingnya pendekatan komunikasi yang tepat dalam proses rebranding. Komunikasi yang efektif dan terarah akan membantu menyampaikan pesan-pesan positif tentang madrasah kepada masyarakat, sehingga citra yang diinginkan dapat terbentuk dan diterima secara luas.

Melalui artikel ini, diharapkan madrasah dapat memahami pentingnya rebranding sebagai strategi untuk membangun citra yang positif dan modern. Dengan mengimplementasikan rebranding secara tepat, madrasah dapat menarik minat orang tua dan calon siswa, serta tetap relevan dalam memberikan pendidikan berkualitas bagi generasi muda Muslim. Selain itu, artikel ini juga dapat memberikan panduan praktis bagi lembaga-lembaga pendidikan Islam lainnya dalam merancang rebranding yang sukses dan berdampak positif bagi seluruh masyarakat.

METODE PENELITIAN

Dalam artikel ini, metode penelitian yang digunakan adalah studi literer untuk membahas tentang rebranding madrasah sebagai strategi dalam membangun citra yang positif dan modern. Studi literer adalah pendekatan yang relevan dalam mengumpulkan dan menganalisis berbagai referensi dan sumber terpercaya yang berkaitan dengan rebranding dan strategi pemasaran dalam konteks pendidikan Islam, khususnya madrasah.

Penggunaan metode studi literer memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami perkembangan dan praktik terkini dalam rebranding madrasah di berbagai wilayah, mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan, serta memetakan berbagai pendekatan dan strategi yang telah berhasil diterapkan oleh lembaga pendidikan Islam.

Langkah pertama dalam metode ini adalah mengidentifikasi kata kunci yang relevan dengan topik rebranding madrasah. Kata kunci seperti "rebranding madrasah", "citra madrasah", "strategi pemasaran", "pendidikan Islam", dan "modernisasi" digunakan untuk melakukan pencarian dalam basis data akademik, perpustakaan digital, dan sumber informasi lainnya. Selanjutnya, penulis melakukan seleksi terhadap referensi yang paling relevan dan berkualitas tinggi untuk mendukung analisis dan pembahasan dalam artikel. Referensi yang terpilih harus bersumber dari jurnal ilmiah, buku, publikasi akademis, laporan penelitian, serta sumber informasi resmi lainnya yang dapat menjamin validitas dan keandalan data yang digunakan.

Dari berbagai referensi yang diperoleh, penulis melakukan analisis dan sintesis data untuk mengidentifikasi tren, temuan, dan praktik terbaik terkait rebranding madrasah. Hasil analisis tersebut membantu menggambarkan elemen-elemen kunci dalam strategi rebranding yang efektif, seperti pengembangan kurikulum yang relevan, penerapan teknologi dalam pembelajaran, peran komunitas dalam mendukung madrasah, dan pendekatan komunikasi yang tepat.

Dengan menggunakan metode studi literer, artikel ini memberikan wawasan mendalam dan panduan praktis bagi madrasah dalam merancang rebranding yang efektif guna menciptakan citra yang positif dan modern. Penelitian literer ini menjadi landasan ilmiah yang kuat untuk memahami berbagai praktik terbaik yang dapat diterapkan dalam rebranding madrasah, sehingga madrasah dapat tetap relevan dan kompetitif dalam menyediakan pendidikan Islam yang berkualitas di era modern yang semakin dinamis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Rebranding dalam Konteks Madrasah

Menurut Akifah et al. (2021), Re-Branding adalah tindakan yang dilakukan saat suatu merek dianggap tidak lagi sesuai dengan kondisi terkini yang ada. (Zafirah & Susanti, 2023) Rebranding merupakan salah satu strategi untuk mengambil manfaat dari komunikasi dengan cara mengubah tampilan dari produk yang sebenarnya sudah ada sejak lama. Tujuannya adalah untuk memperoleh kembali perhatian yang sebelumnya dianggap redup. (Umam, Wibisono, Kahmad, & Muhtadi, 2022) Dan salah satu tahapan krusial dalam melakukan rebranding adalah dengan meningkatkan pengenalan merek dan menguatkan ciri khas lokal. (Zafirah & Susanti, 2023) Rebranding merupakan proses strategis yang bertujuan untuk mengubah dan memperbarui citra sebuah lembaga, dalam hal ini madrasah, dengan pendekatan yang lebih segar, relevan, dan modern. Konsep rebranding dalam konteks madrasah tidak hanya mencakup aspek visual seperti logo, warna, atau nama, tetapi juga melibatkan transformasi dalam nilai-nilai, pendekatan pembelajaran, dan identitas lembaga secara keseluruhan. Dalam mengimplementasikan rebranding, madrasah berupaya untuk menarik minat dan kepercayaan masyarakat, siswa, dan orang tua, serta menciptakan lingkungan pendidikan yang inklusif dan berkualitas.

a. Pengertian Rebranding

- 1) Rebranding adalah upaya pembaruan identitas dan citra suatu lembaga atau produk untuk mencapai diferensiasi dan daya saing yang lebih baik di pasar

yang semakin dinamis dan kompetitif. Dalam konteks madrasah, rebranding bertujuan untuk menarik minat calon siswa dan orang tua, serta memperkuat posisi lembaga dalam memenuhi tuntutan pendidikan modern.

- 2) Rebranding merupakan transformasi strategis yang melibatkan perubahan dalam strategi pemasaran, posisi kompetitif, dan persepsi masyarakat terhadap sebuah lembaga. Dalam madrasah, rebranding diperlukan untuk mengatasi persepsi negatif dan membangun citra positif serta modern agar dapat bersaing dalam dunia pendidikan.
- 3) Rebranding adalah sebuah proses menyeluruh yang mencakup pembaruan citra visual dan non-visual, menggambarkan kembali identitas dan nilai-nilai yang diusung lembaga, serta menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat. Dalam konteks madrasah, rebranding diarahkan untuk mengubah pandangan tradisional tentang pendidikan Islam dan membawa madrasah ke dalam era yang lebih progresif dan modern.

Pengertian rebranding tersebut menjadi dasar bagi madrasah dalam merancang strategi yang tepat untuk menciptakan citra yang positif dan modern, serta memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya tarik lembaga dan kualitas pendidikan yang disediakan.

2. Alasan Pentingnya Rebranding untuk Madrasah

Rebranding merupakan langkah yang sangat penting bagi madrasah karena alasan-alasan berikut:

- a. Mengatasi Persepsi Negatif. Madrasah seringkali dihadapkan pada persepsi negatif di masyarakat, seperti terbatasnya kurikulum, keterbatasan penerapan teknologi, dan kemandegan dalam pendekatan pembelajaran. Dengan melakukan rebranding, madrasah dapat mengubah pandangan masyarakat dan menciptakan citra yang lebih positif serta modern, yang lebih sesuai dengan kenyataan perkembangan pendidikan saat ini.
- b. Menarik Minat Calon Siswa dan Orang Tua. Citra positif dan modern yang dibangun melalui rebranding akan membuat madrasah menjadi lebih menarik bagi calon siswa dan orang tua. Madrasah yang memiliki citra positif dianggap sebagai lembaga pendidikan yang relevan dan kompetitif, sehingga dapat meningkatkan jumlah pendaftar dan meningkatkan kepercayaan dari orang tua.
- c. Meningkatkan Kompetitivitas. Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, rebranding menjadi langkah penting bagi madrasah untuk tetap bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya. Dengan menciptakan citra yang positif dan modern, madrasah dapat menarik perhatian dan minat dari calon siswa dan orang tua, sehingga tetap relevan dan kompetitif di pasar pendidikan.
- d. Adaptasi dengan Perkembangan Zaman. Melalui rebranding, madrasah dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan tuntutan pendidikan yang semakin dinamis. Penggunaan teknologi dalam pembelajaran, pendekatan yang inovatif, dan penekanan pada pendidikan berbasis keterampilan adalah beberapa contoh dari bagaimana rebranding membantu madrasah untuk tetap relevan dan modern.

- e. Meningkatkan Kualitas Pendidikan. Rebranding tidak hanya berfokus pada citra visual, tetapi juga mencakup perubahan dalam sistem dan pendekatan pendidikan. Dengan melakukan rebranding, madrasah dapat merancang program pendidikan yang lebih berkualitas dan relevan dengan kebutuhan dan harapan masyarakat serta peserta didik masa kini.

Dalam keseluruhan, rebranding merupakan langkah yang esensial bagi madrasah untuk membangun citra yang positif, menarik minat calon siswa dan orang tua, serta tetap relevan dan kompetitif dalam menyediakan pendidikan Islam yang berkualitas dan modern.

3. Tantangan dalam Proses Rebranding Madrasah

Proses rebranding madrasah menghadapi beberapa tantangan yang kompleks dan memerlukan upaya yang matang untuk dapat diatasi. Salah satu tantangan utama adalah mengubah persepsi negatif yang telah lama melekat pada madrasah di masyarakat. Madrasah seringkali dianggap sebagai lembaga pendidikan yang konservatif, terbatas pada aspek agama, dan kurang mengikuti perkembangan zaman. Untuk menghadapi tantangan ini, madrasah perlu menggambarkan rebranding sebagai sebuah inisiatif yang berorientasi pada peningkatan kualitas pendidikan, relevansi kurikulum dengan perkembangan ilmu pengetahuan, serta penerapan teknologi dalam proses pembelajaran. Karena seperti yang dijelaskan oleh Syarifudin S. Gassing dan Suryanto dalam teori mereka, citra sebuah sekolah/madrasah juga dipengaruhi oleh hasil dan mutu dari produk yang dihasilkan. Produk yang dirancang, baik itu berupa barang atau jasa, mencerminkan kualitas manajemen dari sekolah/madrasah tersebut. (Hakim, 2021)

Selain itu, tantangan lain adalah mendapatkan dukungan dari seluruh stakeholder yang terlibat dalam madrasah, seperti guru, siswa, orang tua, dan komunitas sekitar. Partisipasi aktif dan pemahaman yang sama mengenai tujuan rebranding menjadi kunci untuk menciptakan konsensus dalam merancang identitas baru yang dapat diterima oleh semua pihak. Proses komunikasi yang efektif dan transparan juga sangat penting untuk menjelaskan tujuan rebranding, manfaat yang akan diperoleh, dan bagaimana prosesnya akan berlangsung.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun sumber daya manusia. Proses rebranding memerlukan investasi waktu dan anggaran yang signifikan untuk melakukan perubahan dalam infrastruktur, kurikulum, dan pengembangan tenaga pendidik. Madrasah perlu mengidentifikasi sumber daya yang ada dan mengoptimalkannya dengan bijaksana agar rebranding dapat berjalan sukses.

Terakhir, proses rebranding madrasah juga harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pendidikan yang terus berubah. Madrasah perlu terus memantau perkembangan dan mengintegrasikan inovasi-inovasi dalam proses pembelajaran untuk tetap relevan dengan kebutuhan dan harapan peserta didik masa kini.

Dengan mengenali dan mengatasi tantangan-tantangan tersebut, madrasah dapat

berhasil melaksanakan rebranding yang efektif dan berdampak positif dalam membangun citra yang positif dan modern. Upaya yang berkelanjutan dalam merespons perubahan lingkungan dan kebutuhan pendidikan akan menjadi kunci kesuksesan dalam menghadapi tantangan dan mencapai tujuan rebranding madrasah.

2. Strategi Rebranding Madrasah untuk Citra Positif dan Modern

a. Membangun Identitas dan Misi yang Kuat

Citra adalah persepsi atau penilaian yang dibentuk oleh masyarakat terhadap madrasah, sehingga madrasah perlu secara terus-menerus meningkatkan citranya dengan berkomunikasi secara efektif baik di lingkungan internal maupun eksternal. (Karimah, 2022) Dalam penelitian lain disebutkan citra adalah evaluasi terhadap suatu lembaga. Citra ini muncul dari penilaian obyektif masyarakat terhadap tindakan, perilaku, dan etika yang dilakukan oleh lembaga tersebut di tengah-tengah masyarakat. Citra mencerminkan impresi, perasaan, dan gambaran yang dipublikasikan oleh masyarakat mengenai lembaga tersebut, serta dapat disengaja diciptakan untuk suatu objek, individu, atau organisasi. (Al Givari, 2020) Membangun identitas dan misi yang kuat adalah langkah krusial dalam rebranding madrasah untuk mencapai citra positif dan modern. Identitas yang jelas mencakup penentuan visi, misi, dan nilai-nilai madrasah yang akan menjadi pijakan dalam mengarahkan seluruh kegiatan dan tujuan pendidikan. Dalam rebranding, madrasah perlu meninjau kembali identitasnya, merumuskan visi yang inspiratif, serta merancang misi yang mencerminkan komitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas dan relevan.

Madrasah harus memastikan bahwa identitas dan misi yang dibangun mencerminkan komitmen untuk merangkul perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pengembangan kurikulum yang mencakup aspek agama, ilmu pengetahuan, dan keterampilan modern menjadi hal penting dalam menciptakan identitas yang menggambarkan madrasah sebagai lembaga pendidikan yang berwawasan global dan sesuai dengan tuntutan zaman.

Selain itu, identitas dan misi madrasah harus berorientasi pada pembentukan karakter yang berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti toleransi, keadilan, dan kepedulian sosial. Hal ini akan membantu madrasah menciptakan citra positif sebagai lembaga pendidikan yang menghasilkan individu yang berakhlak mulia dan berkontribusi positif bagi masyarakat.

Pengkomunikasian identitas dan misi yang kuat juga menjadi faktor penting dalam strategi rebranding. Tidak seperti komunikasi dalam hal-hal lain, komunikasi pendidikan memiliki tujuan yang jelas, yaitu untuk mengubah perilaku target ke arah yang lebih berkualitas dan positif. (Inah, 2013) Madrasah perlu secara aktif dan transparan menyampaikan pesan-pesan tentang identitas dan misi yang baru kepada seluruh stakeholder, termasuk guru, siswa, orang tua, dan masyarakat sekitar. Melibatkan seluruh komunitas madrasah dalam proses rebranding akan memperkuat dukungan dan penerimaan terhadap perubahan identitas dan misi yang diusung. Karena rasa simpati masyarakat akan

berkembang melalui upaya sekolah dalam menjalin hubungan yang intensif dan proaktif, sekaligus membangun reputasi lembaga yang positif.(Dhuhani, 2016)

Dengan membangun identitas dan misi yang kuat yang mencerminkan komitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas, relevan, dan berakhlak, madrasah dapat mencapai citra yang positif dan modern. Strategi ini menjadi landasan penting dalam proses rebranding yang berhasil untuk menghadapi tantangan dan menciptakan perubahan yang positif bagi lembaga pendidikan Islam ini.

b. Pengembangan Kurikulum yang Relevan dan Berkualitas

Pengembangan kurikulum yang relevan dan berkualitas merupakan langkah kunci dalam strategi rebranding madrasah untuk mencapai citra positif dan modern. Kurikulum merupakan inti dari proses pendidikan, dan rebranding madrasah perlu menghadirkan kurikulum yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebutuhan peserta didik masa kini.

Dalam mengembangkan kurikulum yang relevan, madrasah perlu memperhatikan aspek agama dan ilmu pengetahuan secara seimbang. Kurikulum harus mencakup pembelajaran agama yang mendalam, tetapi juga tidak mengabaikan ilmu pengetahuan dan teknologi yang penting dalam membekali siswa dengan bekal keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja modern.

Selain itu, madrasah perlu memperhatikan perubahan dan perkembangan dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Pengintegrasian inovasi dan tren terkini dalam pembelajaran akan membantu meningkatkan relevansi kurikulum dengan perkembangan zaman, sehingga siswa dapat memiliki pengetahuan dan keterampilan yang up-to-date.

Penting juga bagi madrasah untuk melibatkan seluruh stakeholder dalam proses pengembangan kurikulum. Guru, siswa, orang tua, dan pihak terkait lainnya perlu diajak berpartisipasi dalam merancang kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Dengan melibatkan semua pihak terkait, kurikulum dapat mencerminkan kebutuhan dan aspirasi masyarakat, sehingga dapat lebih relevan dan berdampak positif dalam menciptakan citra positif madrasah.

Selain itu, pengembangan kurikulum berkualitas juga melibatkan evaluasi dan pembaruan secara berkala. Madrasah perlu terus melakukan evaluasi terhadap kurikulum yang ada, mengidentifikasi kelebihan dan kekurangannya, serta mengambil langkah-langkah untuk memperbaiki dan meningkatkannya sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan pendidikan.

Dengan mengembangkan kurikulum yang relevan, seimbang, dan berkualitas, madrasah dapat menciptakan citra sebagai lembaga pendidikan yang modern dan berkualitas tinggi. Pengembangan kurikulum yang baik menjadi landasan penting dalam strategi rebranding yang berhasil untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan mencapai tujuan dalam menciptakan madrasah yang

lebih positif dan relevan di mata masyarakat.

c. Penerapan Teknologi dalam Pembelajaran

Penerapan teknologi dalam pembelajaran merupakan salah satu strategi penting dalam rebranding madrasah untuk menciptakan citra positif dan modern. Dalam era digital yang semakin maju, penggunaan teknologi dalam proses pembelajaran menjadi suatu keharusan untuk menjawab tuntutan zaman dan meningkatkan kualitas pendidikan.

1) Meningkatkan Daya Tarik Pembelajaran

Penggunaan teknologi, seperti multimedia, animasi, dan perangkat lunak pendidikan interaktif, dapat membuat pembelajaran lebih menarik dan menyenangkan bagi siswa. Hal ini akan membantu meningkatkan motivasi dan minat siswa dalam belajar, sehingga meningkatkan kualitas dan efektivitas proses pembelajaran.

2) Akses Informasi yang Luas dan Cepat

Dengan adanya internet dan teknologi digital, siswa dan guru memiliki akses ke beragam sumber informasi yang luas dan cepat. Hal ini membuka peluang untuk memperluas wawasan dan pengetahuan, serta mengikuti perkembangan terkini dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan dan teknologi.

3) Pengayaan Materi Pembelajaran

Teknologi memungkinkan guru untuk menghadirkan materi pembelajaran dengan lebih beragam dan interaktif. Penggunaan video, gambar, dan simulasi dapat membantu memperjelas konsep-konsep yang sulit dan memperkaya pengalaman belajar siswa.

4) Peningkatan Keterampilan Teknologi

Penerapan teknologi dalam pembelajaran juga memberikan kesempatan bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan teknologi yang relevan dengan perkembangan zaman. Kemampuan dalam penggunaan perangkat digital dan aplikasi teknologi menjadi kompetensi penting untuk sukses di era modern. Peningkatan teknologi informasi tidak hanya mempengaruhi masyarakat, tetapi juga organisasi dalam era saat ini. Organisasi dihadapkan pada kebutuhan untuk beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan penggunaan teknologi informasi, termasuk teknologi internet. (Kharisma & Agustina, 2019)

5) Fleksibilitas dan Keterjangkauan

Bersamaan dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, gaya hidup masyarakat menjadi semakin modern. (Rizki & Ary, 2021) Teknologi memungkinkan pembelajaran jarak jauh atau pembelajaran berbasis online, yang memberikan fleksibilitas bagi siswa dalam mengatur waktu dan tempat belajar. Selain itu, penerapan teknologi dalam pembelajaran juga dapat mengurangi biaya dan memperluas akses pendidikan bagi lebih banyak siswa.

Dengan menerapkan teknologi dalam pembelajaran, madrasah dapat

menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih dinamis, interaktif, dan relevan dengan tuntutan zaman. Pemanfaatan teknologi secara efektif akan membantu madrasah dalam mencapai citra positif sebagai lembaga pendidikan yang modern dan berkualitas.

d. Melibatkan Peran Komunitas dalam Proses Rebranding

Untuk melibatkan peran komunitas dalam proses rebranding madrasah perlu dilakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- 1) Membangun Dukungan dan Penerimaan. Melibatkan komunitas, termasuk orang tua, alumni, dan masyarakat sekitar, dalam proses rebranding madrasah adalah langkah penting untuk membangun dukungan dan penerimaan terhadap perubahan. Dukungan dari komunitas akan membantu memperkuat dan memperluas dampak positif rebranding dalam membangun citra yang positif dan modern.
- 2) Partisipasi dalam Rencana dan Proses Rebranding. Melibatkan komunitas dalam rencana dan proses rebranding memberikan kesempatan bagi mereka untuk berkontribusi dengan ide, masukan, dan harapan mereka terhadap madrasah. Partisipasi aktif komunitas akan membantu memastikan bahwa rebranding sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi mereka.
- 3) Memperkuat Keterlibatan Orang Tua dalam Pendidikan. Melibatkan orang tua dalam proses rebranding dapat meningkatkan keterlibatan mereka dalam pendidikan anak-anak mereka. Orang tua yang merasa terlibat dalam pengambilan keputusan dan perubahan madrasah akan lebih bersemangat dalam mendukung dan memperjuangkan keberhasilan rebranding.
- 4) Meningkatkan Peran Alumni. Melibatkan alumni madrasah dalam rebranding adalah cara efektif untuk memperkuat ikatan dengan lembaga dan meningkatkan rasa bangga mereka terhadap madrasah. Alumni yang merasa terlibat dan berkontribusi dalam rebranding dapat menjadi duta yang berpengaruh dalam mempromosikan citra positif madrasah di masyarakat.
- 5) Menciptakan Lingkungan Pendukung. Kepribadian adalah atribut atau sifat unik yang dimiliki oleh individu, yang terbentuk oleh pengaruh-pengaruh dari lingkungannya. (Sajadi, 2019) Melalui keterlibatan komunitas, madrasah dapat menciptakan lingkungan yang mendukung dan memfasilitasi keberhasilan rebranding. Komunitas yang aktif dan berkomitmen dapat membantu memperkuat nilai-nilai madrasah, menyediakan sumber daya tambahan, dan mendukung pelaksanaan strategi rebranding dengan lebih efektif.

Dalam keseluruhan, melibatkan peran komunitas dalam proses rebranding madrasah adalah langkah yang esensial untuk mencapai citra positif dan modern. Dengan partisipasi aktif komunitas, madrasah dapat membangun dukungan yang kuat, meningkatkan keterlibatan orang tua dan alumni, serta menciptakan lingkungan pendukung yang mendukung keberhasilan rebranding.

3. Pendekatan Komunikasi yang Efektif dalam Rebranding Madrasah

a. Mengidentifikasi Target Audiens yang Tepat

Mengidentifikasi target audiens yang tepat merupakan langkah awal dan krusial dalam pendekatan komunikasi yang efektif dalam rebranding madrasah. Setiap lembaga memiliki segmen khusus yang menjadi sasarannya, dan hal ini berlaku pula dalam rebranding madrasah. Dengan mengetahui dengan jelas siapa target audiens yang ingin dijangkau, madrasah dapat merancang pesan dan strategi komunikasi yang lebih relevan dan efektif.

- 1) Analisis dan Penelitian. Madrasah perlu melakukan analisis dan penelitian untuk mengidentifikasi calon siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat sekitar sebagai target audiens. Dalam analisis ini, faktor-faktor seperti usia, preferensi, kebutuhan, dan harapan dari setiap segmen harus diperhatikan untuk mencapai pendekatan yang tepat dan sesuai.
- 2) Menyesuaikan Pesan Komunikasi. Setelah mengidentifikasi target audiens, madrasah perlu menyesuaikan pesan komunikasi sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan setiap segmen. Pesan yang disampaikan harus mencerminkan keunggulan madrasah, nilai-nilai yang diusung, serta manfaat yang diperoleh oleh calon siswa dan orang tua dari pendidikan di madrasah.
- 3) Media Komunikasi yang Tepat. Madrasah perlu memilih media komunikasi yang tepat untuk mencapai target audiens. Pemilihan media dapat mencakup penggunaan media sosial, situs web, brosur, dan kegiatan promosi lainnya yang sesuai dengan preferensi dan kebiasaan dari masing-masing segmen.
- 4) Penguatan Keterlibatan Komunitas. Melibatkan komunitas dalam proses komunikasi adalah cara yang efektif untuk mencapai target audiens dengan lebih efektif. Dukungan dan testimoni dari alumni, orang tua, dan masyarakat sekitar yang puas dengan pengalaman mereka dalam madrasah dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi calon siswa dan orang tua yang potensial.
- 5) Evaluasi dan Perbaikan. Pendekatan komunikasi harus dievaluasi secara berkala untuk memastikan efektivitasnya. Madrasah perlu memantau respons dari target audiens dan melakukan perbaikan atau penyesuaian dalam strategi komunikasi yang digunakan jika diperlukan.

Dengan mengidentifikasi target audiens yang tepat dan menerapkan pendekatan komunikasi yang efektif, madrasah dapat mencapai rebranding yang berhasil dengan menyampaikan pesan yang relevan dan menarik bagi segmen yang dituju. Pendekatan komunikasi yang tepat akan membantu madrasah dalam mencapai citra positif dan menarik minat calon siswa dan orang tua untuk memilih madrasah sebagai lembaga pendidikan pilihan mereka.

b. Penggunaan Media Sosial dan Teknologi Komunikasi

Penggunaan media sosial dan teknologi komunikasi adalah strategi penting dalam pendekatan komunikasi yang efektif dalam rebranding madrasah. Dalam era digital yang terus berkembang, media sosial dan teknologi komunikasi telah

menjadi sarana yang sangat berpengaruh dalam menyampaikan pesan dan membangun citra positif.

- 1) Mencapai Audiens yang Lebih Luas. Media sosial memungkinkan madrasah untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube, madrasah dapat menjangkau calon siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat sekitar dengan lebih mudah dan cepat.
- 2) Interaksi dan Keterlibatan yang Lebih Aktif. Melalui media sosial, madrasah dapat berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung dengan audiens. Mereka dapat menanggapi pertanyaan, memberikan informasi terkini, dan memfasilitasi diskusi yang lebih interaktif. Hal ini akan meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat hubungan antara madrasah dengan calon siswa dan orang tua.
- 3) Mempromosikan Identitas dan Pencapaian Madrasah. Media sosial adalah platform yang ideal untuk mempromosikan identitas dan pencapaian madrasah. Melalui postingan, foto, dan video, madrasah dapat menampilkan kegiatan akademik, kultural, dan sosial yang menunjukkan nilai-nilai yang diusung dan prestasi-prestasi yang telah dicapai.
- 4) Membangun Citra Positif. Melalui media sosial, madrasah dapat merancang kampanye komunikasi yang menyampaikan pesan tentang nilai-nilai yang diusung, program unggulan, dan keunggulan pendidikan yang ditawarkan. Hal ini akan membantu membangun citra positif dan modern bagi madrasah di mata masyarakat.
- 5) Memanfaatkan Teknologi Komunikasi Terkini. Selain media sosial, madrasah juga dapat menggunakan teknologi komunikasi lainnya, seperti email, pesan instan, dan aplikasi ponsel, untuk menyampaikan informasi dan mengikat audiens. Penggunaan teknologi ini memungkinkan madrasah untuk berkomunikasi secara efisien dan efektif dengan berbagai pihak terkait.

Penggunaan media sosial dan teknologi komunikasi secara cerdas dan terarah akan memberikan dampak besar dalam mencapai tujuan rebranding madrasah. Dengan memanfaatkan potensi media sosial dan teknologi komunikasi, madrasah dapat mencapai citra yang positif dan modern, serta menarik minat calon siswa dan orang tua untuk memilih madrasah sebagai pilihan utama dalam pendidikan.

c. Komunikasi Dalam dan Luar Sekolah

Komunikasi dalam dan luar sekolah merupakan aspek penting dalam rebranding madrasah untuk mencapai citra positif dan modern. Komunikasi dalam sekolah mencakup interaksi antara guru dan siswa, serta antar-siswa di dalam kelas. Pendekatan yang efektif dalam komunikasi ini dapat menciptakan lingkungan belajar yang positif, mendukung, dan kolaboratif. Guru yang dapat berkomunikasi dengan baik dengan siswa dapat memahami kebutuhan dan

potensi mereka, serta membantu menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan dan efektif. Siswa yang merasa didengarkan dan dihargai akan lebih termotivasi untuk berpartisipasi aktif dalam pembelajaran.

Di sisi lain, komunikasi luar sekolah mencakup interaksi dengan orang tua, masyarakat sekitar, dan pihak-pihak terkait lainnya. Melibatkan orang tua dalam proses rebranding madrasah adalah kunci untuk membangun dukungan dan penerimaan dari pihak-pihak yang berkepentingan. Komunikasi yang transparan dan terbuka dengan orang tua tentang rencana dan tujuan rebranding akan membantu memperkuat hubungan antara madrasah dan orang tua siswa.

Selain itu, komunikasi luar sekolah juga melibatkan masyarakat sekitar. Madrasah perlu aktif berkomunikasi dengan masyarakat untuk memperkenalkan identitas dan misi baru, serta memberikan informasi tentang pencapaian dan kontribusi positif madrasah bagi masyarakat. Dengan berkomunikasi secara terbuka dan positif, madrasah dapat membentuk persepsi yang baik di mata masyarakat dan menciptakan dukungan yang lebih luas.

Penggunaan media sosial dan teknologi komunikasi juga menjadi sarana efektif dalam memperluas jangkauan komunikasi luar sekolah. Melalui platform digital, madrasah dapat menyampaikan pesan-pesan tentang rebranding dan pencapaian terbaru dengan lebih cepat dan mudah, sehingga informasi dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas.

Secara keseluruhan, komunikasi dalam dan luar sekolah merupakan fondasi penting dalam rebranding madrasah. Dengan pendekatan komunikasi yang efektif di dalam sekolah, madrasah dapat menciptakan lingkungan belajar yang positif dan mendukung. Sementara itu, melalui komunikasi luar sekolah yang terbuka dan aktif, madrasah dapat memperkuat hubungan dengan orang tua, masyarakat, dan pihak terkait lainnya, serta memperoleh dukungan yang lebih luas untuk mencapai tujuan rebranding dan menciptakan citra positif dan modern.

4. Tantangan dan Hambatan dalam Menerapkan Rebranding Madrasah

a. Ketidaksetujuan dan Perlawanan dari Beberapa Pihak

Tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam menerapkan rebranding madrasah adalah ketidaksetujuan dan perlawanan dari beberapa pihak terkait. Saat melakukan perubahan dalam identitas dan misi madrasah, tidak semua pihak mungkin sepenuhnya setuju atau mendukung perubahan tersebut. Beberapa pihak mungkin merasa tidak nyaman dengan perubahan dan lebih suka mempertahankan status quo.

Perlawanan ini dapat datang dari berbagai pihak, termasuk guru, siswa, orang tua, dan masyarakat sekitar. Guru yang telah lama mengajar dengan pendekatan tradisional mungkin merasa enggan untuk mengubah metode pengajaran mereka. Siswa yang sudah terbiasa dengan sistem lama mungkin kesulitan beradaptasi dengan perubahan yang cepat. Orang tua yang memiliki pandangan konservatif tentang pendidikan mungkin merasa ragu dengan arah

baru madrasah. Masyarakat sekitar yang sudah memiliki persepsi tertentu tentang madrasah juga mungkin enggan untuk menerima perubahan identitas dan misi.

Untuk mengatasi tantangan ini, madrasah perlu berkomunikasi dengan baik dan transparan kepada semua pihak terkait. Penjelasan yang jelas tentang alasan dan manfaat dari rebranding perlu disampaikan dengan baik. Madrasah juga harus memberikan kesempatan bagi semua pihak untuk memberikan masukan dan partisipasi dalam proses perubahan. Melibatkan semua pihak dalam diskusi dan pengambilan keputusan dapat membantu mengatasi ketidaksetujuan dan memperkuat dukungan terhadap rebranding.

Selain itu, madrasah perlu mengantisipasi dan menangani perlawanan dengan bijaksana. Menghadapi perlawanan yang rasional, madrasah dapat memberikan penjelasan lebih lanjut dan melakukan upaya untuk memahami kekhawatiran dan keprihatinan pihak-pihak yang merasa tidak setuju. Mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang muncul sebagai hasil perubahan juga merupakan langkah yang penting dalam mengurangi perlawanan.

Menerapkan rebranding madrasah adalah proses yang kompleks dan tidak selalu berjalan mulus. Tantangan dan hambatan, termasuk ketidaksetujuan dan perlawanan dari beberapa pihak, harus dihadapi dengan strategi yang tepat. Dengan komunikasi yang baik, partisipasi aktif dari semua pihak terkait, dan kesabaran dalam mengatasi masalah, madrasah dapat mengatasi tantangan ini dan mencapai rebranding yang berhasil dalam membangun citra positif dan modern.

b. Keterbatasan Sumber Daya dan Anggaran

Keterbatasan sumber daya dan anggaran adalah salah satu tantangan serius dalam menerapkan rebranding madrasah. Proses rebranding memerlukan alokasi sumber daya yang cukup untuk mengimplementasikan perubahan dalam identitas, kurikulum, infrastruktur, dan strategi komunikasi. Namun, madrasah seringkali menghadapi keterbatasan dalam hal dana dan sumber daya manusia yang tersedia.

Dalam menghadapi keterbatasan sumber daya dan anggaran, madrasah harus mengidentifikasi dengan cermat prioritas dan fokus pada upaya rebranding yang paling kritis. Mungkin perlu mengutamakan beberapa aspek tertentu yang memiliki dampak besar terhadap citra dan kualitas madrasah. Misalnya, fokus pada pengembangan kurikulum yang relevan, pelatihan guru untuk mengadopsi metode pengajaran yang lebih modern, atau memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif.

Selain itu, madrasah juga dapat mencari dukungan dari pihak eksternal, seperti pemerintah, yayasan, atau organisasi nirlaba, yang memiliki program dukungan untuk lembaga pendidikan. Upaya kolaborasi dengan pihak-pihak terkait ini dapat membantu dalam mengatasi keterbatasan sumber daya dan anggaran.

Selain menghadapi keterbatasan finansial, keterbatasan sumber daya manusia juga dapat menjadi kendala. Rebranding madrasah memerlukan kolaborasi dan komitmen dari seluruh staf dan tenaga pendidik. Namun, madrasah mungkin memiliki jumlah guru yang terbatas atau kurangnya keterampilan khusus dalam bidang tertentu yang dibutuhkan dalam rebranding. Dalam hal ini, madrasah dapat melakukan pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi staf dan guru agar dapat lebih siap menghadapi perubahan dan mencapai tujuan rebranding.

Dalam menghadapi keterbatasan sumber daya dan anggaran, madrasah harus bijaksana dalam mengalokasikan dan memanfaatkan sumber daya yang ada. Rebranding madrasah dapat menjadi proyek yang berkelanjutan, dan kemajuan yang dibuat harus dievaluasi secara berkala untuk memastikan penggunaan sumber daya yang efisien dan mencapai hasil yang maksimal dalam menciptakan citra positif dan modern bagi madrasah.

c. Mengatasi Stereotip dan Prasangka

Mengatasi stereotip dan prasangka adalah salah satu tantangan kritis dalam rebranding madrasah. Madrasah sering kali dihadapkan pada pandangan stereotip dan prasangka negatif dari masyarakat yang dapat menghambat upaya rebranding untuk menciptakan citra yang positif dan modern. Stereotip negatif tentang madrasah seringkali terkait dengan persepsi yang keliru tentang pendidikan agama, kurikulum yang terlalu konservatif, atau pandangan sempit tentang toleransi dan keberagaman.

Untuk mengatasi tantangan ini, madrasah perlu mengadopsi pendekatan komunikasi yang efektif untuk mengubah pandangan stereotip menjadi pandangan yang lebih objektif dan positif. Komunikasi yang terbuka dan transparan tentang nilai-nilai, misi, dan pencapaian madrasah adalah langkah awal yang penting. Madrasah harus aktif menyampaikan informasi yang akurat dan menyeluruh tentang program pendidikan, pengembangan kurikulum yang relevan, dan kegiatan-kegiatan yang mendukung toleransi dan inklusivitas. Meningkatkan kemampuan berpikir dan kemampuan berkomunikasi akan mengakibatkan pengambilan keputusan yang akurat ketika menyelesaikan masalah dengan efektif dan dapat diaplikasikan. (Fauzi, 2017)

Selain itu, madrasah dapat berkolaborasi dengan masyarakat dan lembaga lainnya untuk memperkuat citra positif. Melibatkan komunitas dalam kegiatan-kegiatan madrasah, seperti kegiatan sosial, bakti sosial, atau pertemuan terbuka, dapat membantu mengatasi stereotip dan prasangka yang ada. Dengan berinteraksi secara aktif dengan masyarakat, madrasah dapat memperkuat hubungan positif dan membangun kepercayaan.

Penting juga bagi madrasah untuk menunjukkan komitmen nyata terhadap pendidikan yang inklusif dan berorientasi pada kualitas. Pengembangan kurikulum yang mengakomodasi kebutuhan siswa dari berbagai latar belakang dan mengajarkan nilai-nilai toleransi serta menghormati keberagaman adalah langkah konkrit dalam mengatasi stereotip.

Selain itu, mendukung kegiatan yang melibatkan siswa dan orang tua dalam menghargai perbedaan dan keberagaman dapat membantu mengubah pandangan prasangka menjadi pandangan inklusif dan positif. Ini termasuk mengadakan kegiatan dialog antar budaya, seminar tentang toleransi, dan pengalaman belajar lintas budaya.

Mengatasi stereotip dan prasangka adalah proses yang memerlukan waktu dan upaya yang berkelanjutan. Namun, dengan komitmen yang kuat dan pendekatan yang tepat, madrasah dapat mengubah persepsi negatif menjadi citra yang positif dan modern, serta membuktikan kontribusinya sebagai lembaga pendidikan yang inklusif dan berorientasi pada kualitas.

KESIMPULAN

Rebranding dalam konteks madrasah merupakan sebuah upaya penting untuk memperbarui citra lembaga secara keseluruhan, tidak hanya secara visual, agar lebih relevan dan modern. Tujuan utama dari rebranding ini adalah untuk menarik minat calon siswa dan orang tua serta meningkatkan kompetitivitas madrasah sebagai lembaga pendidikan. Hal ini diperlukan guna mengatasi persepsi negatif yang seringkali melekat pada madrasah di masyarakat dan untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Namun, dalam proses rebranding ini, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi. Salah satunya adalah mengubah persepsi negatif yang sudah lama melekat pada madrasah di kalangan masyarakat. Selain itu, dukungan dari seluruh stakeholder, seperti guru, siswa, orang tua, dan masyarakat sekitar, menjadi hal penting yang harus diperoleh. Tantangan lainnya adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun sumber daya manusia, serta perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pendidikan yang terus berubah. Untuk mencapai citra positif dan modern yang diinginkan dalam rebranding madrasah, dibutuhkan strategi yang matang. Strategi ini melibatkan langkah-langkah seperti membangun identitas dan misi yang kuat dengan nilai-nilai modern yang relevan, mengembangkan kurikulum yang relevan, seimbang, dan berkualitas dengan memperhatikan perkembangan zaman, serta penerapan teknologi dalam pembelajaran untuk meningkatkan daya tarik dan relevansi madrasah. Melibatkan peran komunitas, seperti orang tua dan alumni, juga dapat menjadi dukungan penting dalam mewujudkan rebranding madrasah.

Pentingnya pendekatan komunikasi yang efektif juga tidak bisa diabaikan. Mengidentifikasi target audiens yang tepat, seperti calon siswa, orang tua, dan masyarakat sekitar, serta menggunakan media sosial dan teknologi komunikasi dapat membantu mencapai audiens yang lebih luas dan berinteraksi secara aktif. Komunikasi dalam sekolah untuk menciptakan lingkungan belajar yang positif dan komunikasi luar sekolah untuk memperkuat hubungan dengan orang tua dan masyarakat menjadi elemen penting dalam kesuksesan rebranding madrasah. Walaupun rebranding madrasah memiliki manfaat yang jelas, menghadapi tantangan dan hambatan dalam menerapkannya adalah hal yang tidak bisa dihindari. Ketidaksetujuan dan perlawanan dari beberapa pihak terkait, kompleksitas dalam menerapkan perubahan dalam identitas dan misi madrasah,

serta penyesuaian dengan kondisi keuangan dan sumber daya yang terbatas, adalah beberapa kendala yang perlu diatasi dengan komitmen dan kerja sama dari semua pihak terkait. Dengan demikian, rebranding madrasah memerlukan usaha bersama dan strategi yang matang untuk mencapai tujuan citra positif dan modern yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Givari, A. M. (2020). Strategi Humas dalam Membangun Citra Madrasah Menjadi Mdarasah Unggulan di Kota Malang. *Fondatia*, 4(2), 234–244. <https://doi.org/10.36088/fondatia.v4i2.896>
- Burhanuddin, M. A. (2017). Tata Kelola Pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif, Efektif Dan Menyenangkan (Paikem) Di Sma Pondok Pesantren Immim Makassar. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(Juni), 34–51. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v1i1.4082>
- Duhani, E. M. (2016). Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (MIT) as Salam Ambon. *al-Iltizam*, 1(1), 31–54.
- Fauzi, A. (2017). Kepemimpinan Kepala Madrasah Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan Islam. *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 53–64. <https://doi.org/10.31538/nidhomulhaq.v2i2.31>
- Hakim, L. (2021). Manajemen Program Kelas Unggulan untuk Meningkatkan Citra Madrasah Tsanawiyah 1 Kabupaten Madiun. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 1–14. <https://doi.org/10.21154/sajiem.v2i1.37>
- Inah, E. N. (2013). Peranan Komunikasi dalam Pendidikan. *Jurnal Al-Ta'dib*, 6(1), 176–188.
- Indrioko, E. (2015). Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam. *Universum*, 9(2), 265–274. <https://doi.org/10.30762/universum.v9i2.92>
- Karimah, I. N. (2022). Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah dan Partisipasi Masyarakat di MAN 3 Malang. *Islamic Education Manajement Journal*, 1(1), 32–44.
- Kharisma, T., & Agustina, L. (2019). Penerapan Manajemen Humas Digital Dalam Komunikasi Publik Di Instansi Arsip Nasional Republik Indonesia. *Diakom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 2(1), 112–119. <https://doi.org/10.17933/diakom.v2i1.31>
- Pawitasari, E., Mujahidin, E., & Fattah, N. (2015). Pendidikan Karakter Bangsa dalam Perspektif Islam (Studi Kritis Terhadap Konsep Pendidikan Karakter Kementerian Pendidikan & Kebudayaan). *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 4(1), 1–21. <https://doi.org/10.32832/tadibuna.v4i1.573>
- Rizki, A., & Ary, M. H. A. A. (2021). Manajemen Humas dalam Peningkatan Mutu Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Rantauprapat. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 335–341. Diambil dari <http://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety/article/view/111>
- Sajadi, D. (2019). Pendidikan Karakter Dalam Perspektif Islam. *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(2), 16–34. <https://doi.org/10.34005/tahdzib.v2i2.510>
- Umam, H., Wibisono, M. Y., Kahmad, D., & Muhtadi, A. S. (2022). Strategi rebranding

hubungan masyarakat LAZISNU pada upaya pengentasan kemiskinan di Jawa Barat. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(2), 267. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i2.35288>

Zafirah, A., & Susanti, D. (2023). Strategi Re-Branding Destinasi Wisata Tkl Eco-Park Untuk Meningkatkan Tren Kunjungan Re-Branding Strategy for Tkl Eco-Park Tourist Destinations to Increase Visit Trends. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 55–68. Diambil dari <https://www.researchgate.net/publication/371000888>

Copyright Holder:

© M. Yusuf. (2023)

First Publication Right:

© Journal of Education Management Research (JEMR)

This article is under:

