

MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS STRATEGY* PENDIDIKAN ISLAM DALAM MENGHADAPI TANTANGAN MULTIKULTURALISME DAN GLOBALISASI DI ERA DIGITAL

Mujiburrohman¹, Hefniy²

¹ Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Jawa Timur Indonesia
e-mail: mujiburrohman6@gmail.com

² Universitas Nurul Jadid, Probolinggo, Jawa Timur Indonesia
e-mail: hefniy@unuja.ac.id

DOI : 10.35719/leaderia.v6i1.875

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi manajemen hubungan masyarakat yang diterapkan di Pondok Pesantren Baitul Hikmah, Sumba Barat, NTT, dalam menghadapi tantangan multikulturalisme dan globalisasi di era digital. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif jenis studi kasus, penelitian ini mengkaji tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi humas yang dirancang pesantren untuk menjembatani keragaman budaya masyarakat lokal yang mayoritas Kristen sekaligus merespons dinamika global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Baitul Hikmah menerapkan pendekatan berbasis nilai-nilai Islam universal yang inklusif untuk membangun hubungan yang harmonis di lingkungan masyarakat multikultural dan mayoritas Kristen sebesar 90%. Pemanfaatan media digital sederhana seperti WhatsApp untuk berkomunikasi dengan wali santri dan masyarakat berjalan efektif, meskipun infrastruktur teknologi yang terbatas menjadi tantangan signifikan. Penggunaan platform medsos lainnya, instagram, facebook dan Youtube digunakan sebagai media dakwah dalam menyiarkan nilai-nilai Islam yang toleran, damai dan harmonis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi humas berbasis kearifan lokal yang adaptif terhadap teknologi digital dapat menjadi solusi efektif dalam menjawab tantangan multikulturalisme dan globalisasi. Meskipun tidak menghasilkan peningkatan jumlah santri baru yang signifikan, namun pendekatan yang dijalankan berhasil mencapai tujuan yang lebih penting, yaitu membangun pemahaman yang lebih baik dan harmoni sosial di kalangan masyarakat mayoritas Kristen.

Kata Kunci: Manajemen Humas, Pendidikan Islam, Multikulturalisme, Globalisasi

ABSTRACT

This study aims to explore the public relations management strategies implemented at Baitul Hikmah Islamic Boarding School, West Sumba, NTT, in facing the challenges of multiculturalism and globalization in the digital era. Using a descriptive qualitative research method of case study type, this study examines the stages of planning, implementation, and evaluation of public relations strategies designed by the Islamic boarding school to bridge the cultural diversity of the local community, which is predominantly Christian, while also responding to global dynamics. The results

of the study show that Baitul Hikmah Islamic Boarding School applies an approach based on inclusive universal Islamic values to build harmonious relationships in a multicultural and predominantly Christian community environment of 90%. The use of simple digital media such as WhatsApp to communicate with guardians of students and the community is effective, although limited technological infrastructure is a significant challenge. The use of other social media platforms, Instagram, Facebook and Youtube are used as media for preaching in broadcasting tolerant, peaceful and harmonious Islamic values. This study concludes that a public relations strategy based on local wisdom that is adaptive to digital technology can be an effective solution in responding to the challenges of multiculturalism and globalization. Although it did not result in a significant increase in the number of new students, the approach implemented succeeded in achieving a more important goal, namely building better understanding and social harmony among the Christian majority community..

Keywords: *Public Relations Management, Islamic Education, Multiculturalism, Globalization.*

PENDAHULUAN

Pendidikan Islam memiliki peran strategis dalam membentuk karakter individu dan masyarakat yang berbasis pada nilai-nilai keislaman. Di era digital yang penuh tantangan ini, lembaga pendidikan Islam, termasuk pondok pesantren, dihadapkan pada dinamika sosial dan budaya yang semakin kompleks. Salah satu tantangan signifikan adalah bagaimana pesantren mampu mengelola komunikasi dan membangun hubungan yang baik dengan masyarakat multikultural serta menghadapi globalisasi. Pondok Pesantren Baitul Hikmah di Kota Waikabubak, Sumba Barat, NTT, merupakan salah satu lembaga yang berdiri di tengah masyarakat yang memiliki keberagaman budaya, agama, dan bahasa, sehingga membutuhkan pendekatan strategis dalam manajemen humas untuk menjaga harmoni dan menyebarkan nilai-nilai Islam yang inklusif.

Data agama menunjukkan bahwa mayoritas penduduk di Nusa Tenggara Timur (NTT) beragama Katolik, dengan persentase mencapai 53,73%, diikuti oleh penganut agama Protestan sebanyak 36,16%. Islam berada dalam posisi minoritas, hanya mencakup 9,45% dari total penduduk, sementara agama-agama lain seperti Hindu, Buddha, dan Konghucu memiliki jumlah yang sangat kecil, masing-masing kurang dari 1%. Keberagaman agama ini mencerminkan tradisi dan sejarah panjang NTT yang telah dikenal sebagai daerah dengan dominasi Kristen, baik Katolik maupun Protestan, meskipun Islam juga memiliki pengikut yang setia, terutama di beberapa daerah tertentu.

Eksistensi Pondok Pesantren di NTT, dengan kondisi demikian merupakan tantangan tersendiri. Meskipun Islam adalah agama minoritas, pondok pesantren tetap berjuang untuk mempertahankan eksistensinya dengan menyediakan pendidikan agama yang berkualitas dan relevansi sosial yang tinggi. Pondok pesantren di wilayah ini tidak hanya menjadi pusat pendidikan agama, tetapi juga berperan penting dalam membangun toleransi antarumat beragama dan memperkenalkan nilai-nilai Islam yang moderat. Selain itu, banyak pondok pesantren yang bekerja sama dengan berbagai lembaga sosial dan pemerintah untuk memperkuat jaringan serta mengembangkan program-program yang bermanfaat bagi masyarakat luas, meskipun mereka berada dalam lingkungan agama mayoritas yang berbeda.

Masyarakat Sumba Barat terdiri dari berbagai latar belakang etnis dan agama, dengan tradisi yang kuat dalam adat istiadat lokal. Keberagaman ini, meskipun menjadi kekayaan budaya, juga berpotensi menimbulkan gesekan sosial bila tidak dikelola dengan baik. Pondok Pesantren Baitul Hikmah memiliki tantangan besar untuk menunjukkan eksistensinya sebagai lembaga yang tidak hanya fokus pada pendidikan keislaman, tetapi juga mampu menjadi jembatan harmoni di tengah masyarakat yang multicultural (Mujiburrohmah & Faqih, 2024). Dalam konteks ini, manajemen humas yang efektif sangat diperlukan untuk membangun citra positif, meningkatkan penerimaan masyarakat, dan menjalin kerja sama lintas budaya.

Di era digital, penggunaan teknologi informasi telah membuka peluang baru bagi pesantren untuk memperluas jangkauan komunikasi dan interaksinya dengan masyarakat global. Namun, tantangan yang muncul tidak kalah kompleks, seperti disinformasi, persepsi negatif terhadap Islam, dan keterbatasan literasi digital di masyarakat lokal. Kondisi ini memerlukan strategi humas yang adaptif, inovatif, dan berbasis teknologi agar pesantren mampu bersaing dan relevan di kancah global, sekaligus mempertahankan nilai-nilai lokal. Pesantren harus mampu memanfaatkan media digital untuk menyampaikan pesan yang inklusif dan damai sesuai ajaran Islam, sehingga mampu menarik dukungan baik dari masyarakat lokal maupun komunitas global.

Pondok Pesantren Baitul Hikmah juga harus menghadapi berbagai kendala internal, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang terampil di bidang humas dan teknologi, serta minimnya pemahaman tentang strategi humas modern di kalangan pengelola pesantren. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana manajemen public

relations strategy yang diterapkan oleh pesantren ini dapat membantu mereka menghadapi tantangan multikulturalisme dan globalisasi di era digital. Studi ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang langkah-langkah yang diambil oleh pesantren dalam merespons dinamika ini, serta potensi perbaikan untuk meningkatkan efektivitas humas di masa depan.

Penelitian tentang manajemen humas dalam pendidikan Islam telah banyak dilakukan dalam beberapa tahun terakhir, terutama terkait tantangan era digital dan kebutuhan untuk membangun citra positif lembaga pendidikan. Salah satu penelitian yang relevan adalah studi yang dilakukan oleh Muzaaki dan Ibnu Hamdan (2024), yang membahas strategi branding sekolah berbasis riset di SMAN 3 Ponorogo. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan humas melalui program berbasis inovasi akademik tidak hanya meningkatkan reputasi lembaga tetapi juga mendorong keterlibatan yang lebih baik dengan komunitas sekitar. Pendekatan ini menekankan pentingnya kombinasi antara tradisi pendidikan Islam dan teknologi modern dalam membangun hubungan yang produktif dengan masyarakat luas (Muzakki, 2024). Agustin dan Dian (2022) menyoroti pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk mendukung strategi cyber public relations oleh lembaga pendidikan Islam. Studi ini menekankan bagaimana penggunaan platform digital seperti Facebook dan Instagram mampu memperluas jangkauan komunikasi lembaga pendidikan Islam, mempromosikan nilai-nilai Islami, dan memperkuat citra organisasi di masyarakat (Agustini, 2022). Hal ini menjadi relevan dalam konteks globalisasi, di mana konektivitas digital semakin menentukan interaksi sosial dan persepsi publik terhadap lembaga keagamaan. Selain itu, Arifah (2023) mengeksplorasi bagaimana sekolah-sekolah berbasis Islam mengoptimalkan media sosial dalam strategi branding mereka. Penelitian ini berfokus pada pemasaran digital sebagai cara untuk menarik minat masyarakat terhadap pendidikan Islam, khususnya di era persaingan global yang semakin ketat. Temuan penelitian ini menyoroti bahwa inovasi dalam pemasaran dan manajemen humas berbasis digital menjadi salah satu kunci keberhasilan lembaga pendidikan Islam untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah perkembangan teknologi yang pesat (Arifah, 2023).

Kebaruan (novelty) dari penelitian ini terletak pada eksplorasi manajemen public relations strategy di Pondok Pesantren Baitul Hikmah Kota Waikabubak, yang berada dalam konteks unik wilayah Sumba Barat, NTT, dengan masyarakat yang sangat multikultural dan

mayoritas Kristen. Penelitian ini mengisi kesenjangan kajian sebelumnya yang umumnya berfokus pada pesantren di daerah urban atau wilayah mayoritas Muslim. Dalam era digital, penelitian ini menawarkan perspektif baru tentang bagaimana pesantren berbasis Islam di lingkungan minoritas Muslim dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menjembatani keragaman budaya, meningkatkan komunikasi lintas budaya, dan memproyeksikan nilai-nilai Islam yang inklusif kepada masyarakat lokal dan global. Studi ini juga menyoroti tantangan spesifik, seperti rendahnya literasi digital dan pengaruh adat lokal, yang belum banyak dibahas dalam konteks manajemen humas pesantren.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif jenis studi kasus tentang manajemen public relations strategy Pondok Pesantren Baitul Hikmah di Kota Waikabubak, Sumba Barat, menggunakan teori Miles, Huberman, dan Saldana untuk menganalisis data (Abdussamad & Sik, 2021). Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana pesantren merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi hubungan masyarakat (humas) mereka dalam menghadapi tantangan multikulturalisme dan globalisasi di era digital. Subjek penelitian meliputi pengasuh pesantren (MUN), kepala pesantren (IL), dan pengurus asrama / asatidz (INY, AW, ABD, WHD, NH), yang memberikan berbagai perspektif mengenai dinamika internal dan eksternal manajemen humas (Sarosa, 2021).

Berikut tabel informan premier sebagai sumber informasi utama dalam penelitian manajemen strategi kehumasan pendidikan Islam di Pondok Pesantren Baitul Hikmah dalam menghadapi tantangan multikulturalisme dan globalisasi di era digital dewasa ini.

Tabel 1.1 Daftar Informan Penelitian

No	Informan	Jumlah	Inisial
1	Pengasuh	1	MUN
2	Kepala Pesantren	1	IL
3	Pengurus	5	INY, AW, ABD, WHD,

Proses analisis data dimulai dengan tahap reduksi data, di mana informasi dari wawancara mendalam dan observasi dipilah untuk mengidentifikasi pola utama terkait strategi humas (Abdussamad & Sik, 2021). Temuan menunjukkan bahwa strategi humas di pesantren

ini berfokus pada pendekatan inklusif yang menghormati tradisi lokal masyarakat Sumba Barat, sambil secara perlahan mengintegrasikan teknologi digital untuk meningkatkan komunikasi dengan komunitas lokal dan global. Pada tahap penyajian data, penelitian mengelompokkan hasil ke dalam tiga dimensi utama: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi (Grunig, 2011).

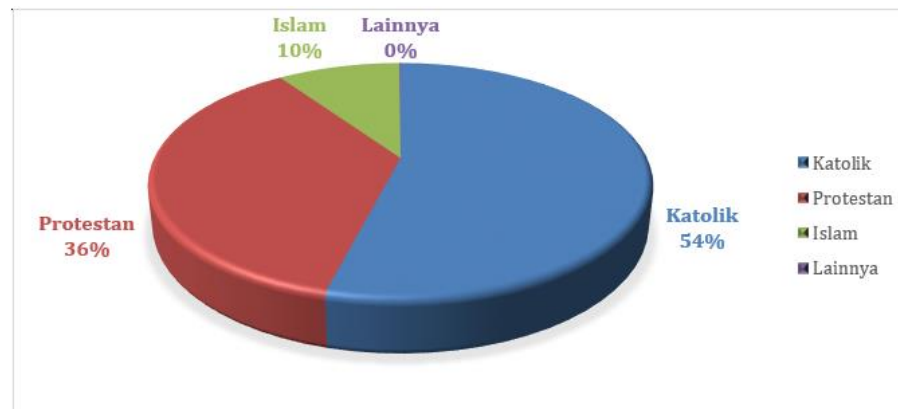
Dalam perencanaan, pengasuh pesantren (MUN) menekankan pentingnya membangun hubungan berbasis kepercayaan dengan masyarakat multikultural, yang diwujudkan melalui dialog terbuka dan penyampaian nilai-nilai Islam yang universal. Pelaksanaan dilakukan oleh kepala pesantren (IL) dan pengurus asrama dengan memanfaatkan media digital sederhana seperti grup WhatsApp untuk menyebarkan informasi kegiatan pesantren dan memperkuat hubungan dengan masyarakat lokal, namun dengan tetap mengadopsi platform media social lainnya seperti Instagram, facebook dan YouTube (Agustini, 2022).

Evaluasi terhadap strategi ini dilakukan secara berkala melalui diskusi internal antara pengasuh dan pengurus. Analisis yang dilakukan dalam tahap penarikan kesimpulan menunjukkan bahwa meskipun pesantren berhasil membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat lokal, tantangan utama seperti keterbatasan literasi digital, infrastruktur teknologi, dan kurangnya sumber daya manusia yang terampil masih menjadi hambatan dalam memperluas jangkauan humas ke tingkat global (Mujiburrohman & Faqih, 2024). Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pelatihan literasi digital dan adopsi teknologi yang lebih canggih untuk meningkatkan efektivitas manajemen humas di lingkungan pesantren.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai keberagaman agama di Nusa Tenggara Timur (NTT) menunjukkan komposisi agama yang sangat dominan oleh penganut Katolik, yang mencakup 53,73% dari total populasi, diikuti oleh agama Protestan dengan persentase 36,16%. Sementara itu, agama Islam hanya mencakup 9,45% dari jumlah penduduk NTT, menjadikannya sebagai agama minoritas di daerah ini. Agama-agama lain, seperti Hindu (0,1%), Buddha (0,01%), dan Konghucu (0,0%), memiliki peran yang sangat kecil dalam peta keberagaman agama di provinsi tersebut (BPS NTT, 2023). Data ini menggambarkan NTT sebagai daerah dengan populasi mayoritas Kristen, meskipun Islam dan agama-agama lain juga tetap ada dan berperan dalam kehidupan sosial dan budaya setempat.

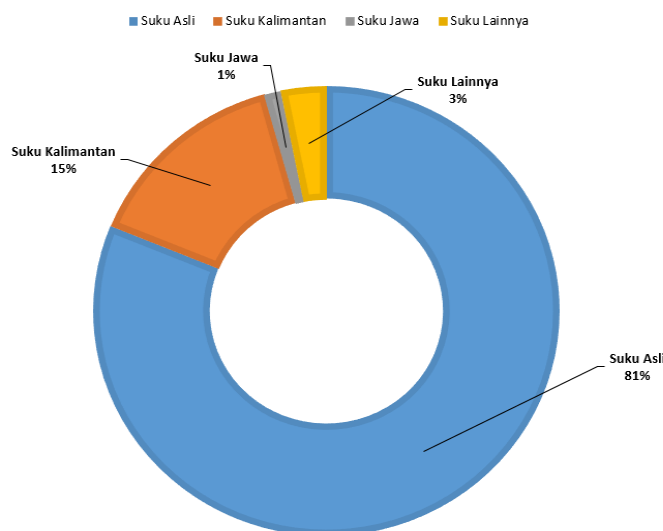
Data persentase agama di Nusa Tenggara Timur dapat disajikan dalam bentuk pie chart sebagai berikut.



Gambar 1.1 Pie Chart persentase agama di Nusa Tenggara Timur

Berdasarkan data terkini, suku asli di Nusa Tenggara Timur (NTT) mencakup sekitar 81,18% dari total populasi, dengan jumlah 3.793.242 jiwa. Beberapa suku terbesar di NTT antara lain suku Atoni yang berjumlah 927.753 jiwa (19,85%), suku Manggarai sebanyak 727.404 jiwa (15,57%), suku Sumba 643.045 jiwa (13,76%), dan suku Solor dengan 284.105 jiwa (6,08%). Selain itu, terdapat suku-suku lain seperti Ngada (274.870 jiwa/5,88%), Timor Leste (246.867 jiwa/5,28%), Rote (232.104 jiwa/4,97%), Lio (183.479 jiwa/3,93%), Alor (182.270 jiwa/3,90%), Sawu (172.916 jiwa/3,70%), dan suku-suku lain dari NTT yang berjumlah 91.345 jiwa (1,95%) (BPS NTT, 2023).

Sementara itu, suku pendatang di NTT sebagian besar berasal dari Kalimantan (678.090 jiwa/14,51%), diikuti oleh suku Jawa (54.511 jiwa/1,17%), Sulawesi (41.527 jiwa/0,89%), Bugis (22.481 jiwa/0,48%), dan suku lainnya. Suku-suku pendatang dari daerah luar NTT mencakup 14,51% dari populasi, dengan kontribusi terbesar dari Kalimantan. Total populasi Nusa Tenggara Timur tercatat sebesar 4.672.648 jiwa, dengan keberagaman etnis yang cukup kompleks, yang mencerminkan hubungan historis, sosial, dan budaya antara penduduk asli dan pendatang di wilayah ini (BPS NTT, 2023).



Gambar 1.2 Pie Chart persentase keberagaman suku di Nusa Tenggara Timur

Hasil penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus tentang manajemen *public relations strategy* di Pondok Pesantren Baitul Hikmah Kota Waikabubak, NTT, menunjukkan bahwa pengelolaan hubungan masyarakat di pesantren ini menghadapi tantangan unik dari keberagaman budaya lokal di tengah masyarakat mayoritas Kristen serta perkembangan globalisasi dan digitalisasi. Berdasarkan teori analisis data dari Miles, Huberman, dan Saldana, yang melibatkan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, penelitian ini mengungkapkan bahwa manajemen strategi humas yang diterapkan pesantren mencakup tiga dimensi utama: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi (Sarosa, 2021).

Dalam tahap perencanaan, pengasuh pesantren (MUN) bersama kepala pesantren (IL) memprioritaskan pendekatan yang harmonis dengan budaya lokal serta nilai-nilai Islam, memastikan pesan yang disampaikan relevan dengan konteks masyarakat Sumba Barat yang multikultur dan mayoritas Kristen serta berpegang teguh pada tradisi leluhur. Pelaksanaan strategi ini melibatkan pengurus asrama (INY, AW, ABD, WHD, NH) yang menggunakan media digital sederhana, seperti WhatsApp, instagram dan Facebook, untuk berkomunikasi dengan masyarakat sekaligus memperkenalkan kegiatan pesantren (Girsang, 2020)(Arifah, 2023). Namun, keterbatasan literasi digital dan infrastruktur teknologi menjadi kendala utama dalam implementasi ini.

Evaluasi yang dilakukan secara berkala menunjukkan bahwa meskipun pesantren telah mampu membangun hubungan baik dengan masyarakat lokal, keterlibatan digital dengan komunitas global masih minim. Hal ini menggarisbawahi kebutuhan pelatihan literasi digital bagi para pengurus dan pemanfaatan teknologi yang lebih optimal untuk menjawab tantangan globalisasi (Hartati & Fernadi, 2021). Penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi nilai-nilai lokal dengan teknologi modern untuk mengelola hubungan masyarakat di pesantren yang berada dalam konteks masyarakat multikultural dan global (Muzakki, 2024)(Tong, 2022). Berikut sajian data hasil wawancara kepada informan penelitian.

Tabel 1.2 Hasil Wawancara dengan Subjek Penelitian

No	Subjek	Pertanyaan	Jawaban
1	Pengasuh Pesantren (MUN)	Bagaimana pesantren merencanakan strategi humas di tengah masyarakat multikultural?	“Kami membangun kepercayaan melalui dialog inklusif, menonjolkan nilai Islam universal, dan memanfaatkan media tradisional serta digital sederhana.”
2	Kepala Pesantren (IL)	Apa tantangan utama yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi humas?	“Tantangan utama adalah rendahnya literasi digital di kalangan pengurus dan masyarakat serta keterbatasan infrastruktur teknologi di daerah kami.”
3	Pengurus Asrama (INY)	Bagaimana media digital digunakan untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat?	“Kami menggunakan WhatsApp untuk berkomunikasi dengan wali santri dan menyebarkan informasi, tetapi media sosial seperti Instagram belum efektif.”
4	Pengurus Asrama (AW)	Bagaimana pesantren mengevaluasi efektivitas strategi humas?	“Evaluasi dilakukan melalui pertemuan bulanan pengurus, membahas hasil strategi, dan mengumpulkan masukan dari masyarakat untuk perbaikan.”
5	Pengurus Asrama (ABD)	Bagaimana pesantren menghadapi globalisasi dalam pengelolaan humas?	“Kami memanfaatkan jaringan alumni untuk memperkenalkan pesantren ke luar daerah, meskipun masih dalam skala terbatas.”

6	Pengurus Asrama (WHD)	Bagaimana nilai-nilai Islam dikomunikasikan dalam konteks multikultural?	“Kami menonjolkan nilai Islam seperti perdamaian dan keadilan melalui kegiatan sosial inklusif dan diskusi dengan masyarakat.”
7	Pengurus Asrama (NH)	Apa langkah ke depan untuk meningkatkan strategi humas pesantren?	“Langkah utama adalah meningkatkan literasi digital pengurus melalui pelatihan dan mengembangkan media komunikasi seperti website resmi.”

Hasil wawancara dengan subjek penelitian di Pondok Pesantren Baitul Hikmah diintegrasikan dengan hasil observasi lapangan, menghasilkan gambaran yang komprehensif terkait manajemen *public relations strategy* pesantren melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi (Azizah & Halwati, 2023). Observasi menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Baitul Hikmah beroperasi di lingkungan masyarakat multikultural dengan latar belakang adat, agama, dan budaya yang beragam serta mayoritas Kristen. Dalam tahap perencanaan, pengasuh pesantren (MUN) menekankan pentingnya memahami kebutuhan masyarakat sekitar dan mengintegrasikan nilai-nilai Islam universal dengan tradisi lokal (Fikri, 2024). Wawancara mendukung temuan ini, di mana pengasuh pesantren menggambarkan dialog dan pendekatan inklusif sebagai elemen kunci dalam membangun kepercayaan. Strategi perencanaan juga difokuskan pada pemanfaatan media digital sederhana, seperti WhatsApp, untuk menjangkau masyarakat dengan keterbatasan infrastruktur teknologi.

Tahap pelaksanaan didukung oleh wawancara dengan kepala pesantren (IL) dan pengurus asrama (INY, AW). Kepala pesantren menyebutkan bahwa media digital digunakan secara terbatas, dengan fokus pada komunikasi internal dan penyampaian informasi kepada wali santri. Observasi mencatat bahwa meskipun media sosial seperti Instagram dan Facebook belum optimal digunakan, pesantren aktif memanfaatkan grup WhatsApp sebagai platform utama untuk berbagi informasi tentang kegiatan pesantren (Hartati & Fernadi, 2021). Pengurus asrama (INY) menambahkan bahwa keterlibatan masyarakat melalui kegiatan langsung, seperti pengajian dan kerja sosial, tetap menjadi bagian utama dari strategi humas pesantren, terutama untuk memperkuat hubungan di tingkat lokal.

Evaluasi dilakukan secara rutin melalui pertemuan bulanan antara pengasuh, kepala pesantren, dan pengurus asrama. Observasi mendukung pernyataan pengurus asrama (AW), yang menyebutkan bahwa masukan dari masyarakat lokal menjadi bahan penting dalam proses evaluasi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi pesantren telah berhasil membangun hubungan yang kuat dengan komunitas lokal, tetapi tantangan seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur teknologi masih menjadi kendala dalam menjangkau audiens yang lebih luas (Hartati & Fernadi, 2021). Hal ini sejalan dengan wawancara dengan pengurus (NH), yang menyatakan bahwa peningkatan literasi digital dan pengembangan media komunikasi yang lebih terstruktur, seperti website resmi pesantren, adalah langkah yang direncanakan untuk memperbaiki strategi di masa depan.

Integrasi wawancara dan observasi menunjukkan bahwa manajemen *public relations strategy* Pondok Pesantren Baitul Hikmah berakar pada pendekatan inklusif yang mengutamakan kearifan lokal, dengan langkah bertahap dalam adaptasi teknologi digital. Pesantren berhasil membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat sekitar, tetapi masih membutuhkan inovasi lebih lanjut untuk menghadapi tantangan globalisasi dan era digital (Budhirianto, 2020). Tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi menunjukkan kesinambungan dalam pengelolaan humas yang berfokus pada penguatan hubungan lokal sekaligus membuka peluang untuk pengembangan global. Beberapa poin bahasan utama dari penelitian tentang manajemen *public relations strategy* pendidikan Islam dalam menghadapi tantangan multikulturalisme dan globalisasi di era digital di Pondok Pesantren Baitul Hikmah, Sumba Barat, NTT (Verčič et al., 2015).

Grand teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori manajemen humas strategis oleh James E. Grunig dan Todd Hunt. Teori ini menekankan pentingnya komunikasi simetris dua arah sebagai pendekatan ideal dalam manajemen hubungan masyarakat (Grunig & Kim, 2021). Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut relevan karena menyoroti perlunya dialog inklusif dan saling memahami antara pesantren dan masyarakat multikultural di Sumba Barat. Model komunikasi simetris dua arah sesuai dengan kebutuhan Pondok Pesantren Baitul Hikmah untuk membangun hubungan harmonis melalui pendekatan kolaboratif. Pesantren menggunakan komunikasi yang terbuka, baik melalui dialog langsung maupun media digital sederhana, sebagai bentuk penerapan nilai-nilai Islam yang inklusif. Di sisi lain, pendekatan

asimetris juga digunakan secara terbatas untuk memengaruhi persepsi masyarakat, misalnya melalui penyebaran informasi pendidikan berbasis agama Islam. Pendekatan ini dikombinasikan dengan prinsip-prinsip stakeholder theory, yang memperhatikan kebutuhan dan kepentingan berbagai pihak dalam masyarakat multikultural (Grunig & Kim, 2021)(Grunig, 2011). Dalam penelitian ini, adaptasi teknologi digital juga menjadi salah satu alat strategis untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal, sesuai dengan tantangan era globalisasi.

Strategi Perencanaan Humas dalam Konteks Multikulturalisme

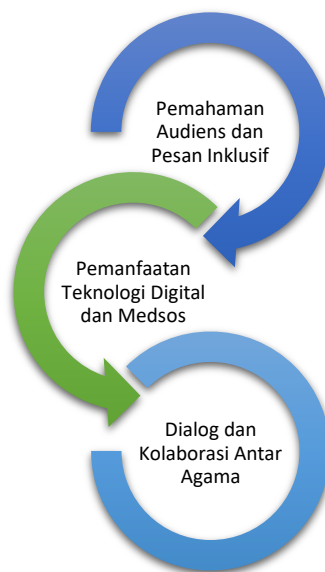
Strategi perencanaan manajemen humas pendidikan pesantren dalam konteks multikulturalisme di tengah masyarakat mayoritas Kristen di Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur (NTT) harus mencakup pendekatan yang inklusif, sensitif terhadap keberagaman, dan memperkuat dialog antaragama. Dalam merancang strategi ini, pertama-tama pesantren perlu memahami dinamika sosial dan budaya setempat, terutama dalam konteks dominasi agama Kristen. Hal ini mencakup identifikasi audiens utama, baik itu orang tua siswa, masyarakat sekitar, dan pemerintah setempat (Bahri, 2022). Penting bagi pesantren untuk membangun citra yang positif dan diterima oleh masyarakat dengan menonjolkan nilai-nilai universal seperti kedamaian, toleransi, dan saling menghormati, yang juga sejalan dengan ajaran agama Islam.

Selanjutnya, pesantren dapat memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk menyebarkan pesan-pesan positif dan mendidik masyarakat tentang peran penting pesantren dalam pengembangan karakter dan moralitas. Pemasaran sosial melalui media massa, media sosial, dan program-program kerjasama dengan organisasi sosial dan keagamaan lain di Sumba Barat, NTT bisa menjadi langkah efektif. Kampanye yang menekankan pentingnya keberagaman dan kerukunan hidup antarumat beragama akan memperkuat posisi pesantren sebagai lembaga yang tidak hanya mengajarkan ilmu agama, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial yang harmonis (Salahuddin, 2024). Selain itu, pesantren dapat melibatkan masyarakat dalam berbagai kegiatan sosial yang tidak hanya berbasis agama, seperti pelatihan keterampilan, seminar multikultural, dan kerja sama dengan sekolah-sekolah Kristen, sehingga pesantren diakui sebagai lembaga yang aktif dalam membangun jembatan pengertian antar agama dan suku di Sumba Barat, NTT.

Penelitian ini membahas bagaimana Pondok Pesantren Baitul Hikmah merancang manajemen strategi humas yang berorientasi pada keberagaman budaya dan agama masyarakat Sumba Barat. Fokus pada nilai-nilai Islam universal yang inklusif dan pendekatan yang menghormati adat lokal menjadi inti dari strategi perencanaan. Penelitian juga mengkaji upaya pesantren untuk menyesuaikan komunikasi dengan kebutuhan masyarakat yang multicultural (Mujiburrohman & Faqih, 2024). Strategi perencanaan humas Pondok Pesantren Baitul Hikmah dalam konteks multikulturalisme berfokus pada pengintegrasian nilai-nilai Islam universal dengan kearifan lokal masyarakat Sumba Barat, yang memiliki keberagaman budaya, adat, dan

agama (Taryana, 2023). Berdasarkan wawancara dengan pengasuh pesantren (MUN), perencanaan humas dilakukan dengan memahami karakter dan kebutuhan masyarakat setempat melalui pendekatan dialogis yang inklusif. Pesantren berupaya membangun kepercayaan dan rasa saling menghormati dengan komunitas lokal melalui kegiatan yang menonjolkan nilai-nilai perdamaian, keadilan, dan solidaritas (Muzakki, 2024).

Observasi di lapangan menunjukkan bahwa perencanaan ini melibatkan identifikasi tokoh masyarakat dan pemimpin adat sebagai mitra strategis dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman yang relevan dan dapat diterima secara luas. Pengasuh pesantren juga merancang strategi untuk memanfaatkan media tradisional seperti pertemuan langsung dan forum komunitas sebagai sarana komunikasi awal, yang kemudian dilengkapi dengan penggunaan media digital sederhana seperti grup WhatsApp untuk memperluas jangkauan informasi. Selain itu, kepala pesantren (IL) menekankan bahwa perencanaan humas harus mempertimbangkan sensitivitas budaya lokal agar tidak menimbulkan resistensi dari masyarakat non-Muslim di sekitar pesantren (Fikri, 2024). Pendekatan ini menunjukkan bahwa strategi humas tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai upaya membangun harmoni sosial di lingkungan yang multikultural. Strategi ini dirancang secara bertahap, menyeimbangkan antara inovasi teknologi dan penghormatan terhadap tradisi lokal.



Gambar 1.3 Langkah Strategi manajemen Humas di tengah masyarakat multikultural

Tiga langkah utama dalam manajemen strategi humas untuk menginternalisasi nilai-nilai keislaman di tengah masyarakat multicultural. (1) *Pemahaman Audiens dan Pesan Inklusif*. Memahami keragaman masyarakat dan menyusun pesan yang inklusif, mengedepankan nilai-nilai toleransi dan perdamaian. Pesan yang disampaikan harus relevan dengan kebutuhan dan sensitivitas berbagai kelompok, serta memperkenalkan nilai Islam yang moderat. (2) *Pemanfaatan Teknologi Digital dan Media Sosial*. Menggunakan platform digital seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan podcast untuk menyebarkan pesan-pesan toleransi, kerukunan antaragama, serta aktivitas pesantren yang memperkuat hubungan antara umat beragama. Interaksi langsung dengan masyarakat melalui media ini juga penting untuk membangun kepercayaan. (3) *Dialog dan Kolaborasi Antar Agama*. Mengadakan acara atau kegiatan kolaboratif dengan berbagai kelompok agama untuk memperkuat hubungan sosial, seperti seminar, diskusi lintas agama, atau proyek sosial bersama. Hal ini membantu membangun rasa saling menghormati dan memperkuat kerukunan di masyarakat yang multikultural (Quesenberry, 2020).

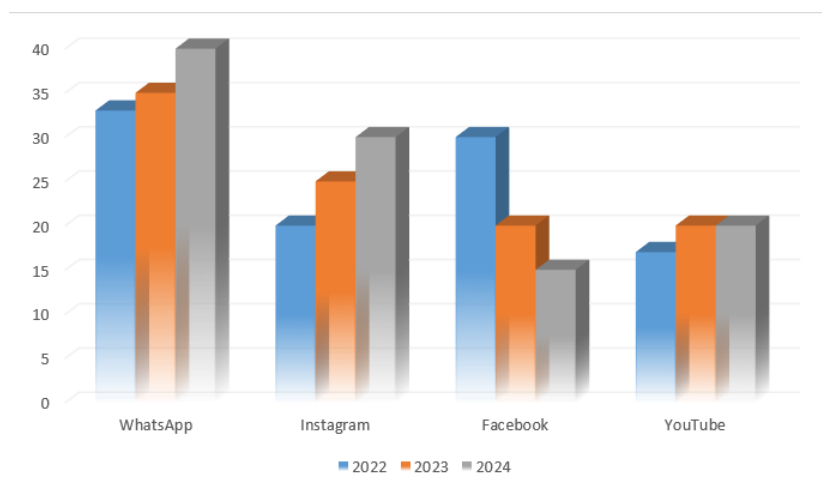
Adaptasi Teknologi Digital untuk Tantangan Globalisasi

Dalam bahasan ini, penelitian mengeksplorasi bagaimana pesantren memanfaatkan media digital untuk menjangkau masyarakat lokal dan membangun koneksi dengan komunitas yang lebih luas. Fokus diberikan pada upaya memanfaatkan platform sederhana seperti WhatsApp di tengah keterbatasan infrastruktur dan literasi digital, serta langkah-langkah adaptasi menuju pemanfaatan media sosial yang lebih strategis (Tong, 2022). Pondok Pesantren Baitul Hikmah menghadapi tantangan globalisasi dengan mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari strategi humas mereka, meskipun dalam skala yang masih terbatas. Upaya adaptasi ini terutama terlihat dalam penggunaan platform komunikasi sederhana seperti WhatsApp, yang menjadi media utama untuk menjalin hubungan dengan wali santri dan masyarakat sekitar. Observasi menunjukkan bahwa penggunaan teknologi ini disesuaikan dengan kondisi infrastruktur wilayah Sumba Barat yang terbatas dan rendahnya literasi digital di kalangan pengurus dan masyarakat lokal.

Fenomena globalisasi dan digitalisasi dewasa ini mengantarkan Pondok Pesantren Baitul Hikmah, Kota Waikabubak, Sumba Barat, NTT, mengambil langkah inovatif dalam menghadapi tantangan global dengan mengadaptasi teknologi digital untuk memperkuat nilai-

nilai Islam di tengah masyarakat multikultural (Nursiah, 2024). Dengan memahami pentingnya digitalisasi dalam era globalisasi, pesantren ini memanfaatkan berbagai platform teknologi untuk menyampaikan ajaran Islam yang moderat dan memperkenalkan pesan toleransi antarumat beragama kepada masyarakat luas (Indrawati, 2024). Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah melalui kampanye media sosial, menggunakan Instagram, Facebook, dan YouTube sebagai saluran untuk berbagi konten yang relevan dengan kehidupan sosial dan agama di tengah keberagaman budaya dan agama yang ada di NTT.

Selain itu, Pesantren Baitul Hikmah juga memanfaatkan platform podcast di radio dan YouTube channel untuk memperluas jangkauan dakwahnya. Podcast yang diproduksi atas kerjasama dengan stasiun radio local RRI Sumba Barat menawarkan wawasan lebih dalam tentang nilai-nilai Islam yang relevan dengan tantangan globalisasi dan kehidupan multikultural (Setiawan et al., 2024). Topik-topik yang dibahas dalam podcast mencakup berbagai isu kontemporer, seperti pemahaman Islam terhadap pluralisme, kontribusi Islam terhadap pembangunan sosial, serta cara-cara praktis dalam menjaga kedamaian di masyarakat yang beragam. Di YouTube, pesantren memposting ceramah-ceramah, diskusi panel, dan kuliah umum yang mengundang partisipasi dari berbagai komunitas agama dan budaya di NTT. Melalui saluran-saluran digital ini, pesantren tidak hanya menyampaikan ilmu agama kepada santri dan masyarakat, tetapi juga memperkuat peranannya sebagai lembaga pendidikan yang inklusif, moderat, dan berperan aktif dalam mempromosikan dialog antar agama di tengah masyarakat yang multikultural dan era globalisasi (Girsang, 2020).



Gambar 1.4 Grafik persentase efektivitas penggunaan medsos 3 tahun terakhir

Berdasarkan persentase penggunaan efektivitas media sosial sebagai strategi humas di Pondok Pesantren Baitul Hikmah, Sumba Barat, NTT diperoleh bahwa WhatsApp terus menjadi platform utama dalam komunikasi pribadi dan kelompok, dengan pertumbuhan yang stabil dalam 4 tahun terakhir sebesar 40%. Fitur-fitur seperti grup, siaran, dan pesan suara/video yang praktis membuat WhatsApp sangat efektif dalam penyebaran dakwah secara personal dan langsung. Pada tahun 2024, WhatsApp diperkirakan masih memegang pangsa pasar yang dominan untuk dakwah digital, terutama dalam masyarakat yang lebih tradisional atau memiliki audiens yang lebih tua.

Setelah WhatsApp, Instagram mengalami pertumbuhan yang pesat dalam 4 tahun terakhir dengan persentase sebesar 30%, terutama di kalangan generasi muda. Visualisasi yang kuat, fitur-fitur interaktif seperti Stories, Reels, dan Live membuat Instagram sangat efektif dalam menyampaikan pesan dakwah yang cepat dan menarik. Pada tahun 2024, Instagram semakin penting dalam dakwah digital karena kemampuannya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam, terutama melalui konten visual dan kampanye digital (Angin & Mukhlisiana, 2024)(Hartati & Fernadi, 2021).

Meskipun mengalami penurunan jumlah pengguna aktif di kalangan generasi muda, Facebook tetap menjadi platform yang solid dalam membangun komunitas dan interaksi yang lebih mendalam, terutama dengan audiens yang lebih tua atau lebih konservatif dengan perolehan persentase sebesar 15% (Arifah, 2023). Dalam 4 tahun terakhir, Facebook mengalami stagnasi atau penurunan penggunaan oleh generasi muda, namun masih efektif untuk dakwah yang lebih berbasis komunitas dan acara online, serta memiliki jangkauan yang luas di kalangan pengguna dewasa dan lebih senior.

Sedangkan, YouTube tetap menjadi platform penting untuk dakwah berbasis video, namun mengalami persaingan ketat dengan platform lain seperti Instagram dan TikTok yang lebih interaktif dan cepat dengan perolehan persentase sebesar 15%. Meskipun demikian, YouTube tetap relevan untuk penyebaran dakwah dalam bentuk ceramah panjang, diskusi, atau video edukatif (Rivaldy et al., 2023). Penggunaannya mengalami pertumbuhan stabil dalam 4

tahun terakhir, akan tetapi diperkirakan lebih fokus pada konten yang lebih mendalam dan terstruktur, dengan penurunan pada konten yang lebih ringan atau viral.

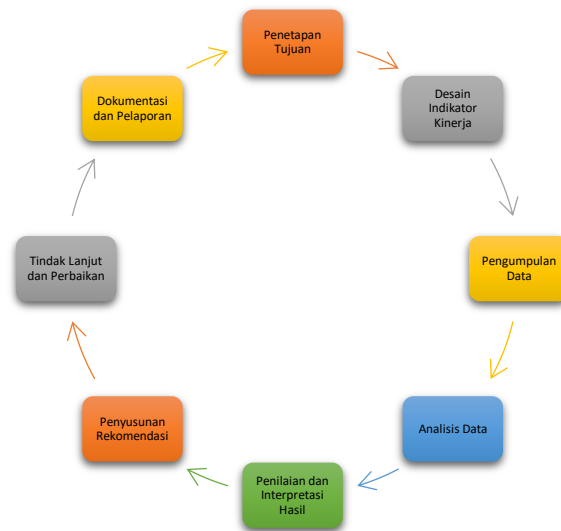
Evaluasi Efektivitas dan Perkembangan Manajemen Strategi Humas

Bahasan terakhir menyoroti proses evaluasi strategi humas pesantren yang dilakukan melalui diskusi internal dan masukan masyarakat. Penelitian mengidentifikasi keberhasilan pesantren dalam membangun hubungan lokal, tetapi juga mengungkapkan tantangan, seperti keterbatasan sumber daya digital dan rendahnya kapasitas teknologi, sebagai bahan refleksi untuk perbaikan strategi di masa depan. Evaluasi efektivitas dan perkembangan strategi humas di Pondok Pesantren Baitul Hikmah melibatkan pengasuh pesantren, kepala pesantren, dan pengurus asrama sebagai aktor utama dalam proses pengelolaan hubungan masyarakat. Evaluasi dilakukan secara rutin melalui pertemuan bulanan yang mempertemukan para pemangku kepentingan untuk membahas capaian, kendala, serta langkah strategis ke depan (Abdussamad & Sik, 2021)(Sarosa, 2021). Hasil wawancara dengan subjek penelitian menunjukkan bahwa evaluasi ini mengutamakan keterlibatan kolektif, dengan fokus pada masukan dari masyarakat sekitar sebagai indikator keberhasilan strategi humas.

Pengasuh pesantren (MUN) menekankan bahwa masukan dari komunitas lokal sangat penting untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan tetap relevan dan diterima dengan baik oleh masyarakat multikultural di wilayah Sumba Barat. Kepala pesantren (IL) menambahkan bahwa evaluasi juga mencakup pemantauan terhadap efektivitas penggunaan media digital sederhana, seperti WhatsApp, yang menjadi sarana utama komunikasi pesantren dengan wali santri dan komunitas masyarakat sekitar (Quesenberry, 2020). Dalam pertemuan evaluasi rutin internal, pengurus asrama (INY dan AW) berbagi pandangan mengenai keberhasilan strategi dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan wali santri melalui grup WhatsApp, meskipun masih terdapat kendala teknis terkait literasi digital dan keterbatasan akses teknologi (Reddi, 2019).

Observasi lapangan mencatat bahwa proses evaluasi ini tidak hanya berfungsi sebagai refleksi atas pencapaian tetapi juga sebagai sarana untuk merancang inovasi dalam strategi humas. Salah satu perkembangan signifikan yang muncul dari evaluasi adalah rencana untuk meningkatkan literasi digital pengurus melalui pelatihan khusus dan mengembangkan platform

komunikasi yang lebih formal, seperti website pesantren (Quesenberry, 2020). Langkah ini diharapkan mampu mengatasi tantangan globalisasi dengan lebih efektif dan memberikan peluang bagi pesantren untuk memperluas jaringannya di tingkat nasional dan global. Proses evaluasi ini menegaskan komitmen pesantren untuk terus beradaptasi dengan dinamika zaman, tanpa meninggalkan nilai-nilai Islam dan kearifan lokal (Verčič et al., 2015). Ketiga poin ini mencakup aspek teoritis dan praktis dari manajemen humas di lingkungan pesantren dalam menghadapi dinamika sosial dan teknologi.



Gambar 1.5: Tahapan Evaluasi efektivitas manajemen strategi humas

Evaluasi terhadap efektivitas dan perkembangan manajemen strategi humas di Pondok Pesantren Baitul Hikmah, Kota Waikabubak, Sumba Barat, NTT, menunjukkan bahwa meskipun strategi ini tidak secara signifikan meningkatkan jumlah santri baru, namun keberhasilannya terletak pada pencapaian tujuan yang lebih mendalam, yakni membangun pemahaman yang holistik di kalangan masyarakat mayoritas Kristen di wilayah tersebut. Melalui berbagai kegiatan humas yang terstruktur dengan baik, pesantren berhasil menyampaikan nilai-nilai Islam yang moderat dan toleran, yang selaras dengan nilai-nilai kerukunan hidup berdampingan antarumat beragama.

Manajemen strategi humas yang diterapkan oleh pesantren melibatkan pendekatan yang mengutamakan dialog dan komunikasi dua arah. Pesantren secara aktif menggunakan media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta kanal digital lainnya seperti YouTube dan podcast, untuk menyebarkan pesan-pesan perdamaian dan saling menghormati antarumat beragama. Hal

ini secara tidak langsung membantu mengurangi prasangka dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap ajaran Islam yang damai, mengingat mayoritas penduduk Sumba Barat adalah penganut agama Kristen (Azizah & Halwati, 2023). Dengan demikian, meskipun tidak ada lonjakan besar dalam jumlah santri, dampak jangka panjang dari strategi ini lebih terlihat dalam terciptanya hubungan yang lebih harmonis antara komunitas Muslim dan Kristen, serta terciptanya ruang yang kondusif bagi umat Islam untuk menjalankan ibadahnya dengan tenang. Kegiatan seperti seminar multikultural, perayaan hari-hari besar agama, dan program-program berbasis kerjasama lintas agama telah memperkuat hubungan antarumat beragama, memperkenalkan Islam secara lebih positif, dan menunjukkan bahwa pesantren dapat hidup berdampingan dengan masyarakat mayoritas Kristen tanpa menimbulkan konflik.

Dengan demikian, meskipun hasil yang diukur secara kuantitatif, seperti jumlah santri baru, belum menunjukkan perubahan signifikan, strategi humas yang dijalankan oleh Pondok Pesantren Baitul Hikmah telah berhasil menciptakan suasana yang lebih toleran dan saling menghargai antar umat beragama. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan utama dari manajemen humas, yakni membangun pemahaman dan harmoni sosial di tengah masyarakat multikultural, telah tercapai dengan baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian tentang manajemen *public relations strategy* pendidikan Islam dalam menghadapi tantangan multikulturalisme dan globalisasi di Era Digital di Pondok Pesantren Baitul Hikmah, Kota Waikabubak, Sumba Barat, NTT menegaskan pentingnya pendekatan yang integratif dan adaptif dalam mengelola hubungan masyarakat. Pondok Pesantren Baitul Hikmah berhasil mengadopsi strategi yang menonjolkan nilai-nilai Islam universal dan kearifan lokal untuk menjembatani perbedaan budaya, agama, dan adat istiadat di lingkungan masyarakat Sumba Barat yang multikultural. Perencanaan yang matang, berbasis dialog inklusif dan kerja sama dengan seluruh lapisan masyarakat lokal termasuk pemerintah, menjadi fondasi utama dalam membangun hubungan yang harmonis.

Dalam menghadapi globalisasi, pesantren menunjukkan kesadaran akan pentingnya teknologi digital sebagai alat komunikasi dan promosi. Meskipun keterbatasan infrastruktur dan literasi digital menjadi tantangan signifikan, penggunaan media seperti WhatsApp telah menjadi

langkah awal yang strategis, meskipun penggunaan Instagram, facebook dan YouTube juga telah dilakukan. Upaya ini dipadukan dengan pendekatan konvensional seperti diskusi langsung dan kegiatan sosial untuk menjaga kedekatan dengan masyarakat sekitar. Evaluasi rutin yang melibatkan pengasuh, kepala pesantren, dan pengurus asrama memastikan bahwa setiap strategi yang diterapkan dievaluasi secara kolektif dan diarahkan pada perbaikan yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, Pondok Pesantren Baitul Hikmah telah menunjukkan komitmen untuk beradaptasi dengan perubahan zaman tanpa meninggalkan identitas lokalnya. Langkah-langkah seperti pelatihan literasi digital dan pengembangan media komunikasi formal menjadi indikator kesiapan pesantren untuk menjawab tantangan globalisasi dengan cara yang lebih terstruktur. Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen strategi humas berbasis nilai-nilai Islam, disertai adaptasi teknologi, mampu memberikan solusi efektif dalam menghadapi kompleksitas masyarakat multikultural di era digital.

Meskipun strategi manajemen humas Pondok Pesantren Baitul Hikmah di Kota Waikabubak, Sumba Barat, NTT, tidak menghasilkan peningkatan signifikan dalam jumlah santri baru, namun pendekatan yang dijalankan berhasil mencapai tujuan yang lebih penting, yaitu membangun pemahaman yang lebih baik dan harmoni sosial di kalangan masyarakat mayoritas Kristen. Melalui penggunaan teknologi digital, seperti media sosial, YouTube, dan podcast, pesantren berhasil menyampaikan pesan-pesan Islam yang moderat, memperkenalkan nilai-nilai toleransi, dan menciptakan ruang bagi umat Islam untuk beribadah secara kondusif di tengah keberagaman. Strategi humas ini telah memperkuat hubungan antarumat beragama, menciptakan suasana yang lebih saling menghargai dan menghormati, serta menunjukkan bahwa pesantren dapat hidup berdampingan dengan masyarakat multikultural secara damai dan penuh toleransi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Agustini, D. (2022). Pemanfaatan Media Sosial dalam Manajemen Hubungan Masyarakat sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Era Pandemi. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 36–45.
- Angin, T. G. P., & Mukhlisiana, L. (2024). The Use of AI In Digital Transformation Ethics and Public Relations Strategies. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(11).
- Arifah, B. N. (2023). *Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Positif*

- Lembaga Pendidikan Islam Melalui Kegiatan Manakib (Studi Kasus Di Pondok Pesantren Al Barokah Mangunsuman Siman Ponorogo)*. IAIN Ponorogo.
- Azizah, Y., & Halwati, U. (2023). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Awereness Masyarakat. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 250–257.
- Bahri, S. (2022). Konsep pembelajaran pendidikan agama islam di era society 5.0. *Edupepedia: Jurnal Studi Pendidikan Dan Pedagogi Islam*, 6(2), 133–145.
- BPS NTT. (2023). *Persentase Pemeluk Agama (Persen)*. <https://ntt.bps.go.id/indicator/108/84/1persentase-pemeluk-agama-.html>
- Budhirianto, S. (2020). Transformasi pendekatan komunikasi publik pada humas pemerintah di era digital. *Media, Komunikasi, Teknologi Informasi Dan Komunikasi*.
- Fikri, M. A. (2024). Pendidikan Islam dan Pembentukan Identitas Muslim di Era Globalisasi. *Sasana: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 149–156.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di era digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206–225.
- Grunig, J. E. (2011). Public relations and strategic management: Institutionalizing organization–public relationships in contemporary society. *Central European Journal of Communication*, 4(06), 11–31.
- Grunig, J. E., & Kim, J.-N. (2021). 15 The four models of public relations and their research legacy. *Public Relations*, 27, 277.
- Hartati, S., & Fernadi, M. F. (2021). Difficulties And Opportunities Facing Islamic Schools In The Age Of Digital Media. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 3(2), 207–213.
- Indrawati, S. (2024). Manajemen Humas Berbasis Cyber dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru. *IHTIROM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 69–85.
- Mujiburrohman, M., & Faqih, M. M. (2024). Multicultural Education Transformation: Building Solidarity, Tolerance and Global Peace through the Global Citizenship Education (GCED). *Proceeding of International Conference on Education, Society and Humanity*, 2(2), 360–379.
- Muzakki, I. H. (2024). *Revitalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Islam Multikultural Dalam Menciptakan Kesalehan Sosial di SMAN 3 Ponorogo*. IAIN Ponorogo.
- Nursiah, N. (2024). Revitaliasi Identitas dan Moralitas Pelajar Era 5.0 Melalui Pendidikan Berbasis Nilai-Nilai Islam. *Al-Tarbawi Al-Haditsah: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(1), 69–90.
- Quesenberry, K. A. (2020). *Social media strategy: Marketing, advertising, and public relations in the consumer revolution*. Rowman & Littlefield.
- Reddi, C. V. N. (2019). *Effective public relations and media strategy*. PHI Learning Pvt. Ltd.
- Rivaldy, N., Ma'mur, I., & Firdaos, R. (2023). Membangun Reputasi Pendidikan Dasar Islam Melalui Public Relation di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi pada Sekolah Dasar Islam Terpadu di Kabupaten Bekasi). *Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 16–34.
- Salahuddin, S. P. (2024). Komunikasi Dalam Organisasi Multikultural. *Komunikasi Sosial Dan Lintas Budaya*, 2.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius.
- Setiawan, Y. L., Yendra, M., Yusnaini, Y., Musri, M., Firmansyah, F., Putra, R. H., Ginting, E.,

- Putra, R. E., Sila, G. E., & Bakhtiar, R. (2024). *Public Relations Era Digital*. CV. Gita Lentera.
- Taryana, A. (2023). Peran Humas, Media Digital, dan Manajemen Opini Publik di Pertamina Internasional EP. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 3(2), 403–414.
- Tong, S. C. (2022). Public relations practice in the digital era: trust and commitment in the interplay of interactivity effects and online relational strategies. *Journal of Marketing Communications*, 28(7), 799–819.
- Verčič, D., Verčič, A. T., & Sriramesh, K. (2015). Looking for digital in public relations. *Public Relations Review*, 41(2), 142–152.