

STRATEGI KEPEMIMPINAN KOLEKTIF DALAM MENDORONG INOVASI DIGITAL PUBLIC RELATIONS PADA MADRASAH ALIYAH

Mohammad Habib Abdullah¹⁾, Nurkafidz Nizam Fahmi²⁾

^{1,2)} Universitas K.H Mukhtar Syafa'at, Banyuwangi

e-mail Correspondent: lgm070622@gmail.com

Info Artikel	Abstract
Keywords: Collective Leadership; Digital Innovation; Public Relations; Madrasah; Public Trust. Kata kunci: Kepemimpinan Kolektif; Inovasi Digital; Public Relations; Madrasah; Citra Publik	Digital transformation requires madrasahs to develop adaptive public relations strategies to strengthen communication, institutional image, and public trust. In this context, collective leadership is essential for encouraging the involvement of various stakeholders in managing digital public relations innovation. This study aims to analyze collective leadership strategies in promoting digital public relations innovation at MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo. This study employed a qualitative approach with a case study design. Data were collected through observation, interviews, and documentation and analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that collective leadership is implemented through the participation and collaboration of the principal, vice principals, teachers, administrative staff, public relations team, and students in task delegation, coordination, and problem-solving through deliberation. Digital public relations innovation is developed through creative content, including school activity videos and new student admission (PPDB) promotions, as well as the involvement of teachers and students in content production and responses to public needs. Evaluation is conducted collaboratively through plenary meetings and activity-based evaluations, although the process has not yet been fully structured and continuous. The study concludes that collective leadership based on participation, collaboration, creativity, and evaluation serves as an important strategy for strengthening digital public relations innovation and enhancing the madrasah's institutional image and public trust. Abstrak. Transformasi digital menuntut madrasah mengembangkan strategi public relations yang adaptif untuk membangun komunikasi, citra, dan kepercayaan publik. Dalam konteks tersebut, kepemimpinan kolektif diperlukan untuk mendorong keterlibatan berbagai unsur madrasah dalam pengelolaan inovasi digital public relations. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi kepemimpinan kolektif dalam mendorong inovasi digital public relations di MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan kolektif diwujudkan melalui partisipasi dan kolaborasi kepala madrasah, wakil kepala, guru, staf, tim humas, dan siswa dalam pembagian tugas, koordinasi, serta penyelesaian masalah melalui musyawarah. Inovasi digital public relations dikembangkan melalui kreativitas konten, seperti video kegiatan dan publikasi PPDB, serta pelibatan guru dan siswa dalam produksi konten dan respons terhadap kebutuhan publik. Evaluasi dilakukan secara kolaboratif melalui rapat pleno dan evaluasi kegiatan, meskipun belum sepenuhnya terstruktur dan berkelanjutan. Penelitian menyimpulkan bahwa kepemimpinan kolektif berbasis partisipasi, kolaborasi, kreativitas, dan evaluasi menjadi strategi penting dalam memperkuat inovasi digital public relations serta membangun citra dan kepercayaan publik terhadap madrasah.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah pola komunikasi lembaga pendidikan dengan masyarakat. Madrasah tidak lagi hanya mengandalkan komunikasi konvensional, tetapi dituntut memanfaatkan media digital untuk menyampaikan informasi, membangun citra, dan meningkatkan kepercayaan publik. (Akour & Alenezi, 2022) Perkembangan media sosial, platform komunikasi, dan produksi konten digital membuka peluang bagi madrasah untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas dan cepat. Namun, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan media, tetapi juga pada kemampuan kepemimpinan dalam mengoordinasikan sumber daya manusia secara partisipatif dan kolaboratif. Dalam konteks ini, digital public relations menjadi bagian strategis dalam pengelolaan komunikasi kelembagaan, khususnya bagi madrasah yang menghadapi tuntutan transparansi, kreativitas, dan persaingan antarlembaga pendidikan. (Fernández et al., 2023)

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan kolektif mampu meningkatkan kolaborasi, partisipasi, dan keterlibatan anggota organisasi dalam mencapai tujuan bersama. Dalam lingkungan pendidikan, kepemimpinan yang melibatkan kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan, siswa, dan pemangku kepentingan dapat menciptakan proses pengambilan keputusan yang lebih terbuka. Sementara itu, penelitian mengenai digital public relations menunjukkan bahwa media digital dapat digunakan untuk memperluas jangkauan komunikasi, mempromosikan program pendidikan, membangun citra positif, serta meningkatkan interaksi dengan masyarakat. (Cooper, 2025; Rachmad, 2022; (Klasmeier & Rowold, 2022) Kreativitas konten dan konsistensi komunikasi menjadi faktor penting dalam keberhasilan strategi tersebut. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kepemimpinan dan digital public relations memiliki kontribusi penting terhadap penguatan komunikasi kelembagaan pendidikan. ((Nadeem, 2024)

Meskipun demikian, penelitian terdahulu cenderung membahas kepemimpinan kolektif dan digital public relations sebagai dua aspek yang berdiri sendiri. Kajian mengenai kepemimpinan kolektif lebih banyak menekankan aspek partisipasi, kolaborasi, dan pengambilan keputusan, sedangkan penelitian digital public relations lebih berfokus pada penggunaan media, strategi komunikasi, dan pembentukan citra lembaga. Masih terbatas penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana strategi kepemimpinan kolektif dapat mendorong inovasi digital public relations dalam konteks madrasah (Gregory & Willis, 2022) Kesenjangan tersebut menjadi semakin penting karena karakteristik madrasah memiliki struktur organisasi, budaya kelembagaan, dan nilai pendidikan yang berbeda dengan lembaga pendidikan umum. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang menghubungkan praktik kepemimpinan kolektif dengan inovasi komunikasi digital secara lebih komprehensif. (Portus et al., 2024)

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan perspektif yang mengintegrasikan kepemimpinan kolektif dengan inovasi digital public relations dalam pengelolaan madrasah. Penelitian tidak hanya melihat pemanfaatan media digital sebagai sarana publikasi, tetapi juga mengkaji bagaimana partisipasi dan kolaborasi berbagai unsur madrasah membentuk proses inovasi tersebut. (Zhao & Zhang, 2025) MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo menjadi konteks penting untuk memahami praktik tersebut melalui keterlibatan kepala madrasah, wakil kepala, guru, staf, tim humas, dan siswa dalam produksi konten, koordinasi, komunikasi publik, serta evaluasi kegiatan. Perspektif ini memberikan nilai tambah karena menempatkan kepemimpinan kolektif sebagai fondasi strategis dalam membangun kreativitas, responsivitas, dan keberlanjutan digital public relations. (Nguyen et al., 2024)

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kepemimpinan kolektif dalam mendorong inovasi digital public relations di MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo. Secara khusus, penelitian ini mengkaji bentuk partisipasi dan kolaborasi dalam kepemimpinan kolektif, strategi pengembangan kreativitas konten dan respons publik melalui media digital, serta mekanisme evaluasi kolaboratif dalam penguatan citra dan kepercayaan masyarakat. (Wang et al., 2022) Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan kajian kepemimpinan pendidikan dan digital public relations, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi madrasah dalam mengembangkan strategi komunikasi digital yang partisipatif, kreatif, responsif, dan berkelanjutan. (Wiyono et al., 2023)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai strategi kepemimpinan kolektif dalam mendorong inovasi digital public relations pada MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo (Achjar et al., 2023) Fokus penelitian diarahkan pada tiga aspek utama, yaitu praktik kepemimpinan kolektif berbasis partisipasi dan kolaborasi, inovasi digital public relations melalui kreativitas konten dan respons publik, serta evaluasi kolaboratif dalam penguatan citra dan kepercayaan masyarakat. Penelitian menempatkan madrasah sebagai satu kesatuan kasus yang dikaji secara kontekstual berdasarkan pengalaman dan praktik para pihak yang terlibat dalam pengelolaan komunikasi dan publikasi digital (Sumilih et al., 2025)

Subjek penelitian dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan dan pengetahuan mereka terhadap kepemimpinan serta pengelolaan digital public relations di madrasah. Subjek penelitian meliputi kepala madrasah, wakil kepala madrasah, guru, staf, tim humas, dan siswa yang terlibat dalam kegiatan komunikasi dan produksi konten digital. (Radianto et al., 2025) Jumlah informan ditentukan secara fleksibel sesuai kebutuhan data dan prinsip kecukupan informasi, yaitu proses pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh telah berulang dan tidak ditemukan informasi substantif baru. Teknik ini digunakan agar data yang diperoleh benar-benar merepresentasikan praktik kepemimpinan kolektif dan inovasi digital public relations di lingkungan madrasah. (Juita et al., 2025)

Penelitian dilaksanakan di MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri dengan bantuan pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, dan pedoman dokumentasi. (Amane et al., 2023) Observasi digunakan untuk mengamati pola koordinasi, partisipasi, komunikasi, serta aktivitas digital public relations. Wawancara dilakukan untuk menggali pengalaman dan pandangan informan mengenai pembagian tugas, pengambilan keputusan, produksi konten, interaksi dengan publik, dan evaluasi. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa foto kegiatan, konten digital, dokumen program, dan hasil evaluasi madrasah. (Febrianto & Siroj, 2024)

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah pra-penelitian dengan menentukan fokus, lokasi, dan informan penelitian. Tahap kedua dilakukan melalui observasi terhadap aktivitas kepemimpinan dan pengelolaan digital public relations. (Sugiyono, 2022) Tahap ketiga adalah wawancara mendalam dengan informan yang telah ditentukan untuk memperoleh informasi mengenai proses partisipasi, kolaborasi, kreativitas konten, respons publik, dan evaluasi. Tahap keempat dilakukan dengan mengumpulkan serta menelaah dokumen yang relevan sebagai data pendukung. Seluruh data hasil observasi, wawancara,

dan dokumentasi kemudian diperiksa dan dibandingkan melalui triangulasi sumber dan teknik untuk meningkatkan keabsahan data penelitian. (Mili et al., 2026)

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dikategorikan berdasarkan tema penelitian, yaitu kepemimpinan kolektif, inovasi digital public relations, kreativitas konten, respons publik, dan evaluasi kolaboratif. (Miles et al., 2014) Data yang memiliki kesamaan makna dikelompokkan untuk menemukan pola hubungan antartemuan. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian naratif dan matriks tematik untuk memudahkan interpretasi. Keabsahan temuan diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik serta pengecekan kembali informasi kepada informan yang relevan. Kesimpulan kemudian dirumuskan berdasarkan pola temuan yang konsisten dengan fokus penelitian. (Lungu, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepemimpinan Kolektif Berbasis Partisipasi dan Kolaborasi

Kepemimpinan kolektif di MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo diterapkan melalui keterlibatan berbagai unsur madrasah dalam proses pengelolaan lembaga. Kepala madrasah tidak menjadi satu-satunya pusat pengambilan keputusan, tetapi memberikan ruang kepada wakil kepala, guru, staf, tim humas, dan siswa untuk berkontribusi sesuai dengan kapasitas masing-masing. Pola tersebut menunjukkan adanya pembagian peran dan tanggung jawab yang memungkinkan setiap unsur madrasah berpartisipasi dalam mencapai tujuan bersama. Keterlibatan berbagai pihak juga menciptakan rasa memiliki terhadap program madrasah, termasuk kegiatan komunikasi dan publikasi digital. Dengan demikian, kepemimpinan kolektif berfungsi sebagai mekanisme yang menghubungkan kewenangan formal dengan kontribusi anggota organisasi.

Praktik kolaboratif terlihat dari pembagian tugas berdasarkan bidang dan kewenangan masing-masing. Setiap unsur madrasah memiliki tanggung jawab tertentu, tetapi pelaksanaan tugas tetap berada dalam kerangka koordinasi bersama. Ketika muncul persoalan, penyelesaian tidak dilakukan secara individual, melainkan melalui musyawarah dan rapat koordinasi. Mekanisme ini memungkinkan berbagai perspektif dipertimbangkan sebelum keputusan ditetapkan. Dalam konteks digital public relations, pola tersebut penting karena aktivitas publikasi membutuhkan koordinasi antara pimpinan, tim humas, guru, dan siswa. Kolaborasi juga memungkinkan madrasah mengoptimalkan sumber daya yang tersedia, terutama dalam proses penyusunan informasi, produksi konten, dan penyampaian pesan kepada masyarakat.

Komunikasi terbuka menjadi unsur penting dalam memperkuat praktik kepemimpinan kolektif di madrasah. Penggunaan grup WhatsApp sebagai media koordinasi memungkinkan informasi mengenai kegiatan, pembagian tugas, dan kebutuhan publikasi disampaikan secara cepat kepada pihak yang berkepentingan. Pola komunikasi tersebut memperpendek jarak koordinasi dan memudahkan anggota memberikan tanggapan terhadap informasi yang diterima. Dalam perspektif digital public relations, penggunaan media komunikasi internal secara efektif menjadi pendukung terciptanya respons yang lebih cepat terhadap kebutuhan publik. Namun, komunikasi digital internal tetap membutuhkan pengelolaan informasi yang terarah agar pesan yang disampaikan konsisten dengan tujuan dan citra kelembagaan madrasah. Kepemimpinan kolektif di MA Unggulan Hasyim Asy'ari tidak sekadar berupa pembagian tugas, tetapi berkembang menjadi pola kerja yang menekankan partisipasi, kolaborasi, komunikasi terbuka, dan musyawarah. Pola ini menjadi fondasi penting dalam pengelolaan digital public relations karena inovasi komunikasi membutuhkan keterlibatan berbagai aktor, bukan hanya tim humas. Keterlibatan guru dan siswa, misalnya, dapat memperluas sumber ide dan kreativitas dalam menghasilkan konten yang relevan

dengan karakter madrasah. Oleh karena itu, kepemimpinan kolektif dapat dipahami sebagai strategi organisasional yang mendukung penguatan digital public relations melalui pemanfaatan potensi bersama. Praktik tersebut sekaligus memperkuat koordinasi internal dan membuka peluang terbentuknya citra madrasah yang lebih komunikatif dan partisipatif.

Tabel 1. Praktik Kepemimpinan Kolektif dalam Penguatan Digital Public Relations di MA Unggulan Hasyim Asy'ari TegalDlimo

Aspek	Praktik Kepemimpinan Kolektif	Kontribusi terhadap Digital Public Relations
Partisipasi	Melibatkan kepala madrasah, wakil kepala, guru, staf, humas, dan siswa sesuai kapasitas masing-masing.	Membangun rasa memiliki dan memperluas sumber ide serta informasi.
Kolaborasi	Pembagian tugas berdasarkan bidang disertai koordinasi dan musyawarah.	Mempermudah penyusunan informasi, produksi konten, dan publikasi.
Komunikasi terbuka	Menggunakan grup WhatsApp untuk koordinasi, penyampaian informasi, dan pemberian tanggapan.	Mempercepat arus informasi dan respons terhadap kebutuhan publikasi.
Musyawarah	Persoalan dan keputusan diselesaikan melalui rapat serta pertimbangan berbagai pihak.	Menghasilkan keputusan publikasi yang lebih terarah dan sesuai tujuan madrasah.
Pemanfaatan potensi bersama	Guru dan siswa dilibatkan dalam pengembangan ide dan kreativitas konten.	Memperkuat kreativitas, karakter komunikasi, dan citra madrasah.

Inovasi Digital Public Relations melalui Kreativitas Konten dan Respons Publik

MA Unggulan Hasyim Asy'ari TegalDlimo memanfaatkan media digital sebagai instrumen strategis dalam menyampaikan informasi dan membangun komunikasi dengan masyarakat. Pemanfaatan media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi kegiatan, tetapi juga menjadi media untuk memperkenalkan program, prestasi, dan aktivitas madrasah kepada khalayak yang lebih luas. Strategi komunikasi digital diarahkan untuk menghasilkan informasi yang mudah diterima dan menarik perhatian publik. Penggunaan media digital juga memberikan peluang bagi madrasah untuk menyampaikan informasi secara lebih cepat dibandingkan dengan pola komunikasi konvensional. Dengan demikian, digital public relations menjadi bagian dari upaya madrasah dalam memperluas jangkauan komunikasi sekaligus membangun persepsi positif masyarakat terhadap lembaga.

Kreativitas konten menjadi salah satu bentuk inovasi yang ditemukan dalam praktik digital public relations. Madrasah memproduksi berbagai konten berupa video kegiatan, dokumentasi program, serta publikasi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Produksi konten tidak hanya dilakukan oleh tim humas, tetapi melibatkan guru dan siswa sehingga proses komunikasi menjadi lebih partisipatif. Keterlibatan tersebut memungkinkan munculnya beragam ide dan perspektif dalam menentukan materi publikasi. Konten yang menampilkan aktivitas nyata madrasah juga dapat memberikan gambaran langsung mengenai kehidupan dan program pendidikan kepada masyarakat. Dengan demikian, kreativitas dalam produksi konten berperan dalam memperkuat daya tarik informasi sekaligus memperkenalkan identitas dan karakter MA Unggulan Hasyim Asy'ari kepada publik.

Responsivitas terhadap publik menjadi aspek lain yang memperkuat inovasi digital public relations. Interaksi dilakukan melalui kanal komunikasi digital maupun koordinasi langsung dengan pihak yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat. Masukan, pertanyaan, dan persoalan yang muncul tidak hanya menjadi tanggung jawab tim humas, tetapi juga ditindaklanjuti melalui keterlibatan guru BP/BK dan wali kelas. Mekanisme tersebut menunjukkan adanya keterhubungan

antara komunikasi eksternal dan pelayanan internal madrasah. Respons terhadap publik menjadi penting karena keberhasilan public relations tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyampaikan informasi, tetapi juga kemampuan mendengarkan dan menindaklanjuti kebutuhan pemangku kepentingan. Pola ini memperlihatkan bahwa media digital digunakan sebagai ruang komunikasi dua arah.

Inovasi digital public relations di MA Unggulan Hasyim Asy'ari dibangun melalui kombinasi kreativitas, kolaborasi, dan responsivitas. Media digital berfungsi bukan hanya sebagai alat penyebaran informasi, tetapi sebagai ruang untuk memperlihatkan aktivitas madrasah dan membangun hubungan dengan masyarakat. Keterlibatan siswa dan guru dalam produksi konten memperluas sumber daya kreatif, sedangkan peran guru BP/BK dan wali kelas memperkuat tindak lanjut terhadap masukan publik. Pola tersebut menunjukkan bahwa inovasi digital public relations membutuhkan dukungan organisasi secara menyeluruh. Oleh karena itu, strategi digital yang dikembangkan madrasah dapat dipahami sebagai proses kolaboratif yang menghubungkan produksi informasi, interaksi dengan publik, dan pelayanan terhadap kebutuhan pemangku kepentingan secara berkelanjutan.

Tabel 2. Inovasi Digital Public Relations di MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo

Aspek	Bentuk Praktik	Hasil/Manfaat
Pemanfaatan media digital	Publikasi program, prestasi, kegiatan, dan PPDB melalui media digital.	Memperluas jangkauan informasi dan membangun persepsi positif publik.
Kreativitas konten	Produksi video kegiatan dan dokumentasi dengan melibatkan guru serta siswa.	Meningkatkan daya tarik informasi dan memperkuat identitas madrasah.
Kolaborasi	Guru dan siswa terlibat dalam ide, produksi, dan penyusunan konten.	Memperkaya kreativitas dan menjadikan komunikasi lebih partisipatif.
Responsivitas publik	Menindaklanjuti pertanyaan dan masukan melalui humas, guru BP/BK, dan wali kelas.	Membangun komunikasi dua arah dan meningkatkan pelayanan kepada publik.

Evaluasi Kolaboratif untuk Penguatan Citra dan Kepercayaan Publik

Evaluasi digital public relations di MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo dilakukan melalui rapat pleno setiap semester serta evaluasi berdasarkan skala kegiatan. Evaluasi diarahkan pada kegiatan strategis seperti Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), donor darah, dan produksi konten digital. Pelaksanaan evaluasi melibatkan unsur-unsur madrasah yang berkaitan dengan kegiatan sehingga proses penilaian tidak hanya dilakukan oleh pihak tertentu. Melalui mekanisme tersebut, madrasah dapat mengidentifikasi ketercapaian program, menemukan kendala, dan memperoleh masukan dari berbagai pihak. Evaluasi kolaboratif menunjukkan bahwa pengelolaan digital public relations ditempatkan sebagai tanggung jawab bersama yang membutuhkan partisipasi lintas unsur organisasi.

Proses evaluasi juga berfungsi sebagai sarana perbaikan program melalui pembahasan masalah dan perumusan solusi secara bersama. Hasil evaluasi digunakan untuk mengetahui bagian kegiatan yang telah berjalan efektif maupun aspek yang masih memerlukan pembenahan. Dalam pelaksanaan digital public relations, evaluasi terhadap konten dan kegiatan publikasi menjadi penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan tetap sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan tujuan kelembagaan. Pembahasan bersama memungkinkan madrasah memperoleh sudut pandang yang lebih beragam sehingga solusi yang dirumuskan tidak bersifat individual.

Dengan demikian, evaluasi bukan hanya kegiatan administratif, tetapi menjadi mekanisme pembelajaran organisasi untuk meningkatkan kualitas komunikasi dan pelayanan kepada publik.

Aktivitas publikasi digital yang dilakukan secara konsisten turut memberikan kontribusi terhadap pembentukan citra positif dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah. Konten yang menampilkan kegiatan, program, dan aktivitas warga madrasah memberikan gambaran mengenai identitas serta dinamika kelembagaan kepada publik. Transparansi informasi melalui media digital dapat membantu masyarakat memperoleh informasi mengenai program madrasah secara lebih mudah. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi yang dilakukan belum sepenuhnya optimal karena belum memiliki indikator yang terstruktur dan berkelanjutan untuk mengukur efektivitas digital public relations. Kondisi tersebut dapat membatasi kemampuan madrasah dalam mengetahui dampak publikasi secara objektif dan menentukan strategi komunikasi yang tepat.

Evaluasi kolaboratif merupakan bagian penting dalam strategi penguatan digital public relations, tetapi masih membutuhkan pengembangan sistem yang lebih sistematis. Madrasah perlu mengarahkan evaluasi tidak hanya pada pelaksanaan kegiatan, tetapi juga pada kualitas konten, tingkat keterlibatan publik, respons masyarakat, serta dampaknya terhadap citra dan kepercayaan publik. Evaluasi yang dilakukan secara berkala dengan indikator yang jelas dapat membantu madrasah menyesuaikan strategi komunikasi dengan perubahan kebutuhan masyarakat dan dinamika persaingan antarlembaga pendidikan. Dengan demikian, evaluasi kolaboratif dapat berkembang dari sekadar forum refleksi menjadi instrumen strategis untuk memastikan inovasi digital public relations berjalan efektif, adaptif, dan berkelanjutan.

Tabel 3. Evaluasi Digital Public Relations di MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldlimo

Aspek	Bentuk Pelaksanaan	Hasil/Kendala
Evaluasi berkala	Rapat pleno setiap semester dan evaluasi sesuai skala kegiatan.	Mengetahui ketercapaian dan kendala program.
Evaluasi kolaboratif	Melibatkan unsur madrasah yang berkaitan dengan kegiatan.	Menghasilkan beragam masukan dan solusi.
Perbaikan program	Membahas masalah dan merumuskan solusi secara bersama.	Meningkatkan kualitas komunikasi dan pelayanan publik.
Dampak publikasi	Menilai kegiatan, konten, dan penyampaian informasi digital.	Mendukung citra positif dan kepercayaan masyarakat.
Kelemahan evaluasi	Belum memiliki indikator efektivitas yang terstruktur dan berkelanjutan.	Pengukuran dampak digital public relations belum optimal.
Pengembangan evaluasi	Mengukur kualitas konten, keterlibatan publik, respons masyarakat, dan citra lembaga.	Evaluasi menjadi lebih strategis, adaptif, dan berkelanjutan.

DISCUSSION

Keberhasilan komunikasi digital madrasah tidak hanya ditentukan oleh keberadaan media digital, tetapi terutama oleh cara organisasi mengelola manusia, peran, komunikasi, dan proses pengambilan keputusan. Data penelitian menunjukkan bahwa kepala madrasah tidak menjadi satu-satunya pusat pengambilan keputusan, tetapi memberikan ruang kepada wakil kepala, guru, staf, tim humas, dan siswa untuk berkontribusi sesuai kapasitasnya. Pembagian peran tersebut memperlihatkan bahwa kepemimpinan di madrasah berlangsung sebagai praktik kolektif, bukan semata-mata sebagai fungsi individual seorang pemimpin. Temuan ini sejalan dengan perspektif distributed leadership Spillane, Halverson, dan Diamond dalam (Lyle et al., 2024) yang memandang kepemimpinan sebagai praktik yang terbentuk melalui interaksi antara pemimpin, pengikut, dan situasi organisasi. Dengan demikian, kepemimpinan kolektif pada konteks madrasah dapat dipahami sebagai pengorganisasian kapasitas bersama untuk mencapai tujuan kelembagaan.

Kesesuaian tersebut tampak lebih kuat ketika temuan penelitian dibandingkan dengan pandangan Spillane dan koleganya mengenai distribusi tanggung jawab kepemimpinan di sekolah. Dalam perspektif tersebut, pekerjaan memimpin tidak selalu dikerjakan oleh satu orang, tetapi dapat dilakukan oleh berbagai aktor sesuai dengan karakter aktivitas yang sedang dijalankan. Penelitian di MA Unggulan Hasyim Asy'ari menunjukkan pola yang serupa karena tugas diberikan berdasarkan bidang dan kewenangan masing-masing, sementara pelaksanaannya tetap berada dalam kerangka koordinasi bersama. Artinya, distribusi tugas yang terjadi bukan sekadar pembagian pekerjaan administratif, melainkan pembagian ruang untuk melakukan tindakan kepemimpinan. Harris juga menegaskan bahwa distribusi kepemimpinan yang dilakukan secara purposeful dapat berkaitan dengan pengembangan organisasi dan hasil sekolah yang lebih positif. Dalam konteks penelitian ini, distribusi tersebut terlihat dalam keterlibatan berbagai unsur madrasah pada kegiatan komunikasi dan publikasi digital.

Hasil ini sekaligus memperlihatkan bahwa kepemimpinan kolektif memiliki dimensi partisipatif yang penting bagi pengembangan inovasi. Keterlibatan guru, staf, tim humas, dan siswa memungkinkan proses pengelolaan madrasah tidak bergantung pada kapasitas satu pihak. Dalam praktik inovasi, kondisi tersebut penting karena ide dan kreativitas sering kali muncul dari interaksi berbagai pengalaman dan perspektif. Penelitian mengenai *shared leadership* dalam lingkungan yang membutuhkan kreativitas menunjukkan bahwa struktur kepemimpinan yang memungkinkan beberapa anggota memberikan pengaruh secara kolektif dapat mendukung kreativitas tim. Demikian pula, kajian mengenai *distributed leadership* dalam konteks pendidikan menekankan pentingnya visi bersama, pembagian peran yang jelas, pengambilan keputusan yang terdistribusi, komunikasi efektif, dan kepemimpinan adaptif untuk mendukung perbaikan organisasi. (Gu et al., 2022) Oleh sebab itu, partisipasi yang ditemukan di MA Unggulan Hasyim Asy'ari bukan sekadar bentuk pelibatan administratif, melainkan sumber daya organisasi untuk menghasilkan inovasi komunikasi.

Musyawarah dan rapat koordinasi yang digunakan ketika terjadi persoalan juga menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dalam kepemimpinan kolektif berlangsung melalui proses negosiasi dan pertukaran perspektif. Data penelitian memperlihatkan bahwa persoalan tidak diselesaikan secara individual, melainkan dibicarakan bersama agar berbagai pandangan dapat dipertimbangkan sebelum keputusan ditetapkan. Kepemimpinan kolektif dengan demikian tidak hanya memperluas partisipasi, tetapi juga menyediakan mekanisme untuk menyelaraskan kepentingan dan kapasitas yang berbeda. (Kent, 2023)

Penggunaan grup WhatsApp sebagai sarana komunikasi internal memperlihatkan bahwa kepemimpinan kolektif di madrasah juga memperoleh dukungan dari teknologi komunikasi. Grup tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan, pembagian tugas, dan kebutuhan publikasi sehingga koordinasi dapat berlangsung lebih cepat. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya berlangsung pada hubungan eksternal dengan masyarakat, tetapi juga pada hubungan internal organisasi. Komunikasi digital perlu ditempatkan sebagai instrumen kepemimpinan, bukan sekadar fasilitas pertukaran pesan, karena informasi tetap memerlukan pengelolaan, penyelarasan, dan penanggung jawab agar tidak terjadi perbedaan pesan antara satu bagian dengan bagian lainnya.

Keterlibatan berbagai unsur tersebut kemudian berhubungan langsung dengan temuan kedua, yaitu inovasi digital public relations melalui kreativitas konten dan respons publik. Penelitian menunjukkan bahwa media digital digunakan untuk menyampaikan kegiatan, program, prestasi, dan aktivitas madrasah kepada masyarakat. Hal ini memperlihatkan perubahan orientasi public

relations dari pola penyampaian informasi satu arah menuju pengelolaan hubungan yang lebih interaktif. Dalam teori relationship management, public relations tidak hanya ditempatkan sebagai aktivitas penyebaran pesan, tetapi sebagai proses membangun dan memelihara hubungan antara organisasi dan publik. Ledingham dalam (Ki et al., 2023) menempatkan hubungan organisasi-publik sebagai inti perspektif public relations, sehingga keberhasilan komunikasi tidak hanya diukur dari apakah pesan telah dipublikasikan, tetapi dari kualitas relasi yang berkembang antara lembaga dan pemangku kepentingannya. Temuan di MA Unggulan Hasyim Asy'ari menunjukkan kecenderungan tersebut karena media digital digunakan sekaligus sebagai sarana informasi dan interaksi.

Kreativitas konten menjadi bentuk konkret bagaimana kepemimpinan kolektif diterjemahkan ke dalam praktik digital public relations. Madrasah memproduksi video kegiatan, dokumentasi program, dan publikasi PPDB serta melibatkan guru dan siswa dalam proses produksinya. Pelibatan tersebut membuat kapasitas komunikasi organisasi menjadi lebih luas dan menghadirkan pengalaman serta perspektif warga madrasah yang lebih beragam. Konten yang menampilkan aktivitas nyata lembaga memungkinkan publik memperoleh gambaran tentang program, kehidupan, dan identitas madrasah melalui pengalaman yang divisualisasikan. Penelitian mutakhir tentang digital public relations dalam lembaga pendidikan juga menunjukkan kecenderungan penggunaan media sosial secara kreatif melalui konten visual, storytelling, live streaming, dan kolaborasi dengan warga sekolah untuk meningkatkan keterlibatan publik dan memperkuat citra lembaga.

Hasil tersebut memperkuat pandangan bahwa digital public relations tidak dapat disamakan dengan sekadar memindahkan kegiatan publikasi konvensional ke media digital. Media sosial memiliki karakter interaktif yang memungkinkan organisasi menyampaikan informasi sekaligus menerima tanggapan dari publik. Kajian (Wang et al., 2022) mengenai komunikasi dialogis di media sosial menunjukkan bahwa prinsip komunikasi dialogis berpengaruh terhadap public engagement, sedangkan penelitian lain tentang teori media sosial dalam public relations menempatkan dialogue, engagement, social presence, dan conversational human voice sebagai konsep penting untuk menjelaskan karakter komunikasi digital. Dalam konteks MA Unggulan Hasyim Asy'ari, keterlibatan guru dan siswa dalam produksi konten merupakan salah satu bentuk internalisasi logika dialogis tersebut pada tingkat organisasi.

Aspek responsivitas dalam temuan penelitian memperkuat lagi karakter dialogis tersebut. Interaksi dengan publik dilakukan melalui kanal komunikasi digital dan koordinasi langsung dengan pihak terkait, sementara guru BP/BK dan wali kelas dilibatkan untuk menindaklanjuti berbagai masukan serta persoalan. Artinya, komunikasi eksternal tidak berhenti pada aktivitas publikasi, tetapi terhubung dengan mekanisme pelayanan dan penyelesaian masalah di dalam lembaga. Public relations tidak berdiri sebagai unit yang terpisah dari layanan pendidikan, tetapi berfungsi sebagai penghubung antara komunikasi publik dan respons organisasi. Secara teoritis, pola ini sesuai dengan prinsip dialogic communication yang menekankan bahwa organisasi perlu menyediakan ruang bagi publik untuk memberikan respons serta memastikan bahwa komunikasi tidak berhenti pada penyampaian informasi. (Chen et al., 2023)

Responsivitas tersebut juga memperlihatkan adanya integrasi antara fungsi komunikasi dan fungsi pelayanan. Dalam praktiknya, masyarakat tidak selalu membedakan antara pertanyaan informasi, keluhan, kebutuhan pendampingan, atau persoalan siswa. Oleh karena itu, ketika guru BP/BK dan wali kelas ikut menindaklanjuti masukan publik, digital public relations menjadi bagian dari sistem organisasi yang lebih luas. Temuan ini menunjukkan bahwa kekuatan public relations

madrasah terletak pada kemampuannya menghubungkan informasi yang diterima dari publik dengan pihak internal yang mempunyai kompetensi untuk memberikan respons. Citra positif dalam jangka panjang lebih mungkin terbentuk ketika apa yang dikomunikasikan melalui media digital memiliki keterhubungan dengan pengalaman nyata publik ketika berinteraksi dengan lembaga.

Dalam hubungan antara kepemimpinan kolektif dan inovasi digital public relations, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang saling menguatkan. Kepemimpinan kolektif menyediakan kondisi internal berupa pembagian tugas, komunikasi terbuka, musyawarah, serta pelibatan aktor yang beragam. Kondisi tersebut kemudian menciptakan ruang bagi lahirnya kreativitas konten dan responsivitas terhadap publik. Sebaliknya, aktivitas digital public relations memberikan ruang aktualisasi bagi kepemimpinan kolektif karena guru, siswa, tim humas, dan unsur lain memperoleh kesempatan untuk menjalankan peran sesuai kapasitasnya. Dengan demikian, inovasi tidak lahir semata-mata dari instruksi kepalamadrasah, tetapi dari interaksi antara struktur kepemimpinan dan praktik komunikasi. (Harris et al., 2022)

Hubungan tersebut menjadi kontribusi penting penelitian karena memperlihatkan bahwa kepemimpinan kolektif bukan hanya strategi pengelolaan internal, tetapi dapat menjadi mekanisme penggerak inovasi komunikasi eksternal. Penelitian tentang digital public relations pada lembaga pendidikan pada umumnya menekankan optimalisasi media sosial, kualitas konten, konsistensi publikasi, dan keterlibatan audiens. Kajian mengenai digital public relations pada madrasah dan sekolah menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial dapat memperkuat citra dan engagement melalui pengelolaan konten yang kreatif dan kolaboratif. Namun, temuan penelitian ini menambahkan dimensi organisasional dengan menunjukkan bagaimana proses kepemimpinan di balik produksi dan pengelolaan komunikasi digital turut menentukan kemampuan lembaga melakukan inovasi. Dengan kata lain, penelitian ini tidak hanya melihat media dan konten, tetapi juga bagaimana organisasi menggerakkan anggotanya untuk menghasilkan dan mengelola komunikasi digital.

Hasil penelitian ketiga mengenai evaluasi kolaboratif menunjukkan bahwa strategi digital public relations di MA Unggulan Hasyim Asy'ari telah memiliki mekanisme refleksi melalui rapat pleno setiap semester dan evaluasi berdasarkan skala kegiatan seperti PPDB, donor darah, dan produksi konten digital. Evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi kendala dan merumuskan solusi bersama. Dari perspektif manajemen, pola tersebut menunjukkan adanya mekanisme umpan balik yang memungkinkan organisasi belajar dari pengalaman program. Evaluasi tidak ditempatkan semata-mata sebagai tahap akhir, tetapi sebagai dasar untuk memperbaiki pelaksanaan kegiatan berikutnya. Ketika evaluasi dilakukan bersama oleh pihak yang terlibat langsung, informasi yang dihasilkan lebih kaya karena mencakup perspektif pelaksana, koordinator, dan pihak lain yang berhubungan dengan kegiatan.

Praktik tersebut dapat dipahami melalui pendekatan evaluasi program CIPP yang dikembangkan Stufflebeam dalam (Ogwudile, 2025), khususnya gagasan bahwa evaluasi harus memberikan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dan perbaikan program. Model CIPP memungkinkan evaluasi melihat konteks, input, proses, dan produk secara komprehensif serta tetap relevan untuk program pendidikan yang inovatif dan berbasis digital. Jika dibandingkan dengan temuan penelitian, evaluasi di MA Unggulan Hasyim Asy'ari telah mencerminkan unsur proses dan hasil melalui pembahasan pelaksanaan kegiatan serta identifikasi kendala dan perbaikan. Namun, evaluasi tersebut belum sepenuhnya bergerak menuju sistem evaluasi yang komprehensif karena indikator keberhasilan digital public relations belum terstruktur secara jelas.

Keterbatasan evaluasi tersebut merupakan bagian penting dari hasil penelitian karena menunjukkan adanya jarak antara praktik evaluasi yang bersifat kolaboratif dengan evaluasi yang berbasis indikator. Evaluasi kolaboratif sudah memungkinkan madrasah mengetahui apakah sebuah kegiatan telah berjalan, kendala apa yang ditemukan, dan solusi apa yang dapat dilakukan. Akan tetapi, evaluasi digital public relations perlu menjawab pertanyaan yang lebih spesifik, misalnya apakah informasi yang dipublikasikan telah menjangkau publik yang dituju, bagaimana tingkat interaksi audiens, bagaimana respons masyarakat terhadap konten, dan sejauh mana aktivitas digital berkontribusi terhadap citra serta kepercayaan publik. Studi mengenai pengelolaan digital public relations pada sekolah menunjukkan bahwa pemantauan performa media sosial menggunakan data insight dapat membantu lembaga menyusun strategikomunikasi yang lebih efektif. Artinya, evaluasi digital perlu bergerak dari evaluasi kegiatan menuju evaluasi dampak komunikasi.

Dalam kaitannya dengan citra dan kepercayaan publik, publikasi digital dalam penelitian ini memberikan kontribusi karena masyarakat memperoleh informasi mengenai kegiatan, program, dan identitas madrasah secara lebih mudah. Namun, publikasi tidak secara otomatis menghasilkan kepercayaan. Kepercayaan terbentuk melalui konsistensi antara pesan yang disampaikan dan pengalaman publik ketika berhubungan dengan lembaga. Di sinilah hubungan antara teori relationship management dan hasil penelitian menjadi relevan. Ketika madrasah menampilkan kegiatan melalui media digital dan pada saat yang sama mampu memberikan respons terhadap masukan publik melalui guru BP/BK, wali kelas, atau pihak terkait, maka komunikasi digital berpotensi memperkuat relasi yang lebih nyata. Public relations dan media sosial berperan dalam membentuk narasi positif dan meningkatkan kepercayaan, tetapi membutuhkan respons cepat serta pengelolaan yang konsisten.

Dengan demikian, citra madrasah dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai hasil dari integrasi antara apa yang dikomunikasikan, bagaimana komunikasi dilakukan, dan bagaimana organisasi merespons publik. Konten yang kreatif memang dapat memperkenalkan identitas madrasah, tetapi kepercayaan publik membutuhkan bukti bahwa identitas tersebut tercermin dalam praktik kelembagaan. Temuan mengenai keterlibatan guru dan siswa dalam produksi konten, serta peran guru BP/BK dan wali kelas dalam menindaklanjuti masukan, memperlihatkan adanya hubungan antara representasi digital dan tindakan organisasi. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa digital public relations bukan sekadar aktivitas pencitraan, melainkan bagian dari manajemen hubungan organisasi dengan publik. Dalam kerangka ini, citra positif menjadi konsekuensi yang diharapkan dari relasi yang dikelola secara konsisten.

Jika ketiga temuan penelitian dibaca sebagai satu kesatuan, terlihat suatu pola strategis yang dapat dirumuskan sebagai hubungan antara kepemimpinan kolektif, inovasi komunikasi digital, dan evaluasi kolaboratif. Kepemimpinan kolektif menyediakan fondasi partisipasi dan pembagian peran; fondasi tersebut memungkinkan lahirnya kreativitas dan kolaborasi dalam produksi konten; komunikasi digital kemudian menjadi media untuk membangun hubungan dengan publik; sementara evaluasi menyediakan umpan balik untuk memperbaiki strategi. Pola tersebut memperlihatkan bahwa digital public relations yang efektif membutuhkan ekosistem organisasi, bukan hanya kemampuan teknis menggunakan media sosial. Temuan ini sejalan dengan perkembangan kajian distributed leadership yang menempatkan shared vision, clear roles, collaborative learning, communication, dan adaptive leadership sebagai unsur penting perbaikan sekolah. Dengan demikian, inovasi digital di madrasah dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara kepemimpinan, sumber daya manusia, teknologi, dan proses pembelajaran organisasi.

Kontribusi teoritis penelitian ini terletak pada penggabungan perspektif kepemimpinan kolektif dengan teori public relations yang berorientasi pada hubungan dan dialog. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan kepemimpinan kolektif dapat digunakan untuk menjelaskan dimensi internal dari inovasi digital public relations, sementara teori dialog dan relationship management menjelaskan dimensi eksternal berupa hubungan madrasah dengan publik. Integrasi kedua perspektif tersebut menghasilkan pemahaman bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak dapat dipisahkan dari struktur partisipasi di dalam organisasi. Dengan demikian, penelitian ini memperluas penggunaan konsep *collective* atau *distributed leadership* dari isu kepemimpinan pendidikan dan perbaikan sekolah menuju ranah komunikasi kelembagaan digital. Pada saat yang sama, penelitian memperkaya kajian digital public relations pendidikan dengan menempatkan proses kepemimpinan sebagai konteks yang membentuk kemampuan lembaga menghasilkan komunikasi digital yang kreatif dan responsif.

Secara praktis, temuan penelitian memberikan implikasi bahwa madrasah perlu mempertahankan pola kepemimpinan yang memberikan ruang partisipasi kepada berbagai unsur, tetapi sekaligus memperjelas peran dan tanggung jawab dalam pengelolaan digital public relations. Pelibatan siswa dan guru dalam produksi konten perlu diarahkan melalui koordinasi dan standar komunikasi yang jelas agar kreativitas tetap sejalan dengan identitas lembaga. Penggunaan grup komunikasi internal juga perlu disertai mekanisme penyelarasan informasi untuk memastikan pesan eksternal konsisten. Sementara itu, respons terhadap publik perlu ditempatkan dalam alur kerja yang jelas antara tim humas, wali kelas, guru BP/BK, dan pimpinan. Dengan cara tersebut, madrasah dapat mengembangkan digital public relations yang tidak bergantung pada individu tertentu, tetapi menjadi kapasitas organisasi yang dapat dipelihara secara berkelanjutan.

Pada sisi evaluasi, penelitian ini memberikan rekomendasi agar madrasah mengembangkan sistem evaluasi digital public relations yang lebih terstruktur. Evaluasi dapat diarahkan pada beberapa dimensi yang saling berkaitan, yaitu kesesuaian konten dengan tujuan lembaga, kualitas dan kreativitas informasi, jangkauan publikasi, tingkat interaksi publik, kecepatan dan kualitas respons, serta perubahan persepsi publik terhadap madrasah. Pengembangan indikator tersebut tidak berarti menggantikan evaluasi kolaboratif yang telah berjalan, tetapi memperkuatnya dengan data yang lebih terukur. Dengan indikator yang jelas, rapat evaluasi dapat bergerak dari sekadar membahas apakah kegiatan telah terlaksana menuju pembahasan apakah komunikasi yang dilakukan benar-benar efektif dalam mencapai tujuan kelembagaan.

Secara keseluruhan, strategi kepemimpinan kolektif di MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldimo menjadi fondasi penting bagi pengembangan inovasi digital public relations karena mampu menghubungkan kewenangan pimpinan dengan kontribusi berbagai unsur madrasah. Partisipasi, kolaborasi, komunikasi terbuka, dan musyawarah menciptakan kondisi internal yang mendukung kreativitas konten serta respons terhadap kebutuhan publik. Di sisi eksternal, pemanfaatan media digital memperluas jangkauan komunikasi dan menyediakan ruang bagi madrasah untuk memperkenalkan identitas serta aktivitas kelembagaannya. Sementara itu, evaluasi kolaboratif berfungsi sebagai mekanisme pembelajaran organisasi, meskipun masih membutuhkan indikator yang lebih terstruktur dan berkelanjutan. Secara konseptual, inovasi digital public relations di madrasah merupakan proses organisasional yang mengintegrasikan kepemimpinan kolektif, kreativitas komunikasi, dialog dengan publik, dan evaluasi berkelanjutan. Pola integratif tersebut berpotensi memperkuat citra dan kepercayaan publik sekaligus meningkatkan kemampuan madrasah beradaptasi dalam persaingan antarlembaga pendidikan.

KESIMPULAN

Strategi kepemimpinan kolektif di MA Unggulan Hasyim Asy'ari Tegaldimo berperan penting dalam mendorong inovasi digital public relations melalui integrasi partisipasi, kolaborasi, kreativitas, responsivitas, dan evaluasi. Kepemimpinan kolektif diwujudkan melalui keterlibatan kepala madrasah, wakil kepala, guru, staf, tim humas, dan siswa dalam pembagian tugas, koordinasi, pengambilan keputusan, serta penyelesaian masalah melalui musyawarah. Pola komunikasi terbuka, termasuk penggunaan grup WhatsApp, memperkuat koordinasi internal dan mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan digital public relations. Inovasi digital public relations dikembangkan melalui pemanfaatan media digital untuk publikasi program, kegiatan, prestasi, dan PPDB, dengan melibatkan guru dan siswa dalam produksi konten kreatif sehingga komunikasi madrasah menjadi lebih partisipatif dan menarik. Respons terhadap publik juga tidak berhenti pada penyampaian informasi, tetapi ditindaklanjuti melalui keterlibatan guru BP/BK dan wali kelas, sehingga digital public relations berfungsi sebagai sarana komunikasi sekaligus penghubung antara kebutuhan publik dan pelayanan internal madrasah. Evaluasi dilakukan secara kolaboratif melalui rapat pleno dan evaluasi kegiatan untuk mengidentifikasi kendala serta merumuskan solusi bersama. Meskipun demikian, sistem evaluasi masih belum optimal karena belum didukung indikator yang terstruktur dan berkelanjutan dalam mengukur kualitas konten, keterlibatan publik, respons masyarakat, serta dampaknya terhadap citra dan kepercayaan publik. Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi digital public relations di madrasah bukan hanya persoalan penggunaan teknologi, tetapi merupakan proses organisasional yang bertumpu pada kepemimpinan kolektif, partisipasi seluruh unsur madrasah, komunikasi dialogis, kreativitas konten, dan evaluasi berkelanjutan. Penguatan sistem evaluasi berbasis indikator serta pembagian peran yang jelas diperlukan agar strategi tersebut dapat berjalan lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan dalam memperkuat citra, kepercayaan masyarakat, dan daya saing madrasah.

DAFTAR PUSTAKA

- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode penelitian kualitatif: Panduan praktis untuk analisis data kualitatif dan studi kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Akour, M., & Alenezi, M. (2022). Higher education future in the era of digital transformation. *Education Sciences*, 12(11), 784. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/educsci12110784>
- Amane, A. P. O., Kertati, I., Hastuti, D., Shodiq, L. J., & Ridho'i, M. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif: Perspektif bidang ilmu Sosial*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Chen, Z. F., Ji, Y. G., & Men, L. R. (2023). Effective social media communication for startups in China: Antecedents and outcomes of organization–public dialogic communication. *New Media & Society*, 25(12), 3613–3640. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/14614448211051>
- Cooper, M. (2025). Everyday collective leadership: teachers enhancing education and care through goal-directed joint activity. *International Journal of Leadership in Education*, 28(5), 987–1009. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13603124.2022.2052757>
- Febrianto, A., & Siroj, R. A. (2024). Studi literatur: Landasan dalam memilih metode penelitian yang tepat. *Journal Educational Research and Development* | E-ISSN: 3063-9158, 1(2), 259–263. <https://doi.org/https://doi.org/10.62379/jerd.v1i2.142>

- Fernández, A., Gómez, B., Binjaku, K., & Meçe, E. K. (2023). Digital transformation initiatives in higher education institutions: A multivocal literature review. *Education and Information Technologies*, 28(10), 12351–12382. <https://doi.org/https://link.springer.com/article/10.1007/s10639-022-11544-0>
- Gregory, A., & Willis, P. (2022). *Strategic public relations leadership*. Routledge.
- Gu, Q., Liang, B., & Cooke, F. L. (2022). How does shared leadership affect creativity in teams? A multilevel motivational investigation in the Chinese context. *The International Journal of Human Resource Management*, 33(8), 1641–1669. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1783345>
- Harris, A., Jones, M., & Ismail, N. (2022). Distributed leadership: taking a retrospective and contemporary view of the evidence base. *School Leadership & Management*, 42(5), 438–456. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13632434.2022.2109620>
- Juita, F., Effendi, M., & Maryam, S. (2025). *Buku ajar mata kuliah metode penelitian kualitatif: Penelitian kualitatif untuk menilik berbagai fenomena sosial*. Penerbit NEM.
- Kent, M. L. (2023). Dialogic theory in public relations. *Public Relations Theory III: In the Age of Publics*, 9781003141396–11.
- Ki, E.-J., Huang, Y.-H. C., & Ertem-Eray, T. (2023). 24 Relationship Management Theory. *Public Relations Theory III: In the Age of Publics*.
- Klasmeier, K. N., & Rowold, J. (2022). A diary study on shared leadership, team work engagement, and goal attainment. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 95(1), 36–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/joop.12371>Digital Object Identifier (DOI)
- Lungu, M. (2022). The coding manual for qualitative researchers. *American Journal of Qualitative Research*, 6(1), 232–237.
- Lyle, A. M., Spillane, J. P., & Haverly, C. (2024). Leading elementary school science: Taking a multilevel distributed perspective to explore leadership practice. *Educational Administration Quarterly*, 60(4), 418–451. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0013161X241264794>
- Mardiyah, N., & Chairudin, M. (2026). *Implementasi Manajemen Kesiswaan Dalam Pembentukan Karakter Religius Siswa Di Sma Assa'adah Bungah Gresik*. *Jurnal Madinasika Manajemen Pendidikan dan Keguruan*, 7(2), 497-508.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. sage.
- Mili, M. Z., Daga, A. T., Ni'mah, K., Putra, R. S. P., Jayadi, H., Minggu, A. M., Hanip, R., Sihotang, S., & Abdillah, L. A. (2026). *Metodologi penelitian terpadu*. CV. Ihsan Cahaya Pustaka.
- Nadeem, M. (2024). Distributed leadership in educational contexts: A catalyst for school improvement. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 100835. <https://doi.org/https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590291124000329>
- Nguyen, D., Boeren, E., Maitra, S., & Cabus, S. (2024). A review of the empirical research literature on PLCs for teachers in the Global South: Evidence, implications, and directions. *Professional Development in Education*, 50(1), 91–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/19415257.2023.2238728>

- Ogwudile, C. L. (2025). Stufflebeam's CIPP model of evaluation. *Irish International Journal of Engineering and Scientific Studies*, 8(5), 1–24. <https://doi.org/https://eprints.gouni.edu.ng/5529/>
- Portus, R., Aarnio-Linnanvuori, E., Dillon, B., Fahy, F., Gopinath, D., Mansikka-Aho, A., Williams, S.-J., Reilly, K., & McEwen, L. (2024). Exploring the environmental value action gap in education research: A semi-systematic literature review. *Environmental Education Research*, 30(6), 833–863. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13504622.2024.2314060>
- Rachmad, Y. E. (2022). *Collaborative leadership theory*. Évora Romano Publicações Internacionais.
- Radiano, W. E. D., Murwani, F. D., Wono, H. Y., Kom, S. I., & Kom, M. M. (2025). *Metode Penelitian Studi Kasus*. Prenada Media.
- Sugiyono, D. (2022). *Metode penelitian kualitatif*.
- Sumilih, D. A., Jaya, A., Fitriarningsih, A. D. R., Nugrohowardhani, R. L. K. R., Irawan, E. P., Dirna, F. C., Rachmaningtyas, N. A., Ras, A., Pujiriyani, D. W., & Setyorini, N. (2025). *Metode penelitian kualitatif*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Wang, T., Lin, X., & Sheng, F. (2022). Digital leadership and exploratory innovation: From the dual perspectives of strategic orientation and organizational culture. *Frontiers in Psychology*, 13, 902693. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.902693>
- Wiyono, B. B., Komariah, A., Alghamdi, A. A., & Fahlevi, M. (2023). The influence of principals' leadership on the effectiveness of schools' public relations and organizational improvement. *Sustainability*, 15(2), 1296. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15021296>
- Zhao, Y., & Zhang, C. (2025). A review on the novelty measurements of academic papers. *Scientometrics*, 130(2), 727–753. <https://doi.org/https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-025-05234-0>