

Developing Brand Image (DeBI) dalam Membangun Citra Positif Lembaga Melalui Media Sosial

Rojabi Azharghany¹, Lilis Suryani², Dwi Fitrianti Arifah³

Universitas Nurul Jadid, Probolinggo^{1,2,3}

fazharghany@unuja.ac.id¹, lilisaquarius03@gmail.com², darifah35@gmail.com³

Submission: 2024-08-07 Received: 2024-09-25 Published: 2024-09-30

Keywords:
Brand Image;
DeBI;
MAS Mirqotul
Ulum;
Social Media.

Abstract. MAS Mirqotul Ulum faces challenges in developing its institution's brand image, especially through social media. Despite having a good reputation at the local level and having adequate facilities to support the development of its brand image, the madrasah has not fully utilized digital platforms to reach a wider audience and is still unable to formulate and implement effective strategies through social media. Facilities such as computer labs and good internet access can actually be used for digital marketing and content creation activities. Based on these conditions, it is important to implement the Developing Brand Image (DeBI) Program to build a positive image of the institution through social media at MAS Mirqotul Ulum Banyuwangi Probolinggo. Through four stages consisting of needs and potential analysis, training and workshops, strategy implementation, and evaluation and monitoring, the DeBI program has provided a strong foundation for MAS Mirqotul Ulum to continue to develop in the digital era. An in-depth SWOT analysis, effective training, and a targeted implementation strategy all contribute to the program's success. With the results achieved, MAS Mirqotul Ulum now has strong capital to continue and develop its digital communication strategy in the future.

Kata kunci:
Brand Image;
DeBI;
Media Sosial;
MAS Mirqotul
Ulum.

Abstrak. MAS Mirqotul Ulum menghadapi tantangan dalam mengembangkan citra merek lembaganya, terutama melalui media sosial. Meskipun memiliki reputasi yang baik di tingkat lokal dan memiliki fasilitas yang memadai untuk mendukung pengembangan citra mereknya, madrasah ini belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan masih belum mampu merumuskan dan menerapkan strategi yang efektif melalui media sosial. Fasilitas seperti laboratorium komputer dan akses internet yang baik sebenarnya dapat dimanfaatkan untuk kegiatan digital marketing dan pembuatan konten. Berdasarkan kondisi tersebut, penting untuk dilaksanakan Program Developing Brand Image (DeBI) untuk membangun citra positif lembaga melalui media sosial di MAS Mirqotul Ulum Banyuwangi Probolinggo. Melalui empat tahapan yang terdiri dari analisis kebutuhan dan potensi, pelatihan dan workshop, implementasi strategi, serta evaluasi dan monitoring, program DeBI telah memberikan fondasi yang kuat bagi MAS Mirqotul Ulum untuk terus berkembang di era digital. Analisis SWOT yang mendalam, pelatihan yang efektif, serta

strategi implementasi yang terarah, semuanya berkontribusi pada kesuksesan program ini. Dengan hasil yang dicapai, MAS Mirqotul Ulum kini memiliki modal yang kuat untuk melanjutkan dan mengembangkan strategi komunikasi digitalnya di masa depan.

1 Pendahuluan

MAS Mirqotul Ulum, berlokasi di Desa Liprak Kulon, Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Probolinggo, memiliki komitmen tinggi terhadap pendidikan yang berkualitas dengan pendekatan yang holistik. Berdasarkan data monografi terbaru, desa ini memiliki jumlah penduduk sekitar 4.500 jiwa, dengan mayoritas berprofesi sebagai petani dan pedagang. Keberadaan madrasah ini menjadi sangat penting bagi masyarakat sekitar, mengingat banyaknya keluarga yang menginginkan pendidikan yang baik bagi anak-anak mereka. MAS Mirqotul Ulum sendiri menampung lebih dari 300 siswa yang berasal dari berbagai latar belakang sosial ekonomi. Para siswa ini tidak hanya berasal dari Desa Liprak Kulon, tetapi juga dari desa-desa sekitar yang melihat reputasi baik madrasah ini. Dengan lingkungan belajar yang inklusif dan terbuka, madrasah ini berhasil menciptakan suasana belajar yang nyaman dan kondusif bagi semua siswa. Selain itu, MAS Mirqotul Ulum juga menyediakan beasiswa bagi siswa yang berprestasi dan kurang mampu, memastikan bahwa pendidikan dapat diakses oleh semua kalangan.

Statistik menunjukkan bahwa tingkat kelulusan di madrasah ini mencapai 95%, dengan sebagian besar lulusan melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Prestasi ini menunjukkan bahwa kualitas pendidikan di MAS Mirqotul Ulum mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya. Selain itu, madrasah ini juga memiliki rasio guru dan siswa yang ideal, yaitu 1:20, yang memungkinkan interaksi yang lebih intensif antara guru dan siswa. Hal ini memungkinkan guru untuk memberikan perhatian lebih kepada masing-masing siswa, membantu mereka dalam memahami materi pelajaran dengan lebih baik. Fasilitas pendidikan yang memadai, seperti laboratorium sains, ruang komputer, perpustakaan, dan lapangan olahraga, mendukung proses pembelajaran yang efektif dan menyenangkan. Siswa dapat mengembangkan kemampuan mereka tidak hanya dalam bidang akademik, tetapi juga dalam berbagai kegiatan ekstrakurikuler. Selain itu, madrasah ini juga menyediakan fasilitas yang mendukung perkembangan kreativitas dan keterampilan siswa, seperti ruang seni dan musik.

Secara keseluruhan, MAS Mirqotul Ulum tidak hanya berperan sebagai lembaga pendidikan tetapi juga sebagai pusat pengembangan komunitas yang aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan di desa Liprak Kulon. Melalui berbagai kegiatan seperti bakti sosial, penyuluhan kesehatan, dan program pemberdayaan masyarakat, madrasah ini turut serta dalam meningkatkan kesejahteraan warga sekitar. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada masyarakat, tetapi juga menanamkan nilai-nilai kepedulian sosial dan tanggung jawab pada para siswa. Melalui pendidikan yang berkualitas dan lingkungan belajar yang kondusif, MAS Mirqotul Ulum berkomitmen untuk mencetak generasi yang unggul dan berakhlak mulia, siap menghadapi tantangan masa depan. Selain itu, madrasah ini juga menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah dan organisasi non-profit, untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan dan fasilitas yang ada. Dengan segala upaya yang dilakukan, MAS Mirqotul Ulum berharap dapat terus menjadi lembaga pendidikan yang berpengaruh dan berkontribusi positif bagi masyarakat dan bangsa.

MAS Mirqotul Ulum menghadapi tantangan dalam mengembangkan citra merek lembaganya, terutama melalui media sosial. Meskipun memiliki reputasi yang baik di tingkat lokal, madrasah ini belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kehadiran media sosial yang kuat sangat penting dalam era digital saat ini untuk menarik perhatian calon siswa dan orang tua serta membangun kesadaran publik tentang prestasi dan kegiatan sekolah. Saat ini, madrasah ini masih bergantung pada metode konvensional untuk komunikasi dan promosi, yang kurang efektif dibandingkan dengan strategi digital yang lebih modern. Hal ini menyebabkan keterbatasan dalam memperkenalkan berbagai keunggulan dan pencapaian yang telah diraih kepada masyarakat luas. Kurangnya visibilitas di media sosial juga membatasi kemampuan madrasah untuk bersaing dengan lembaga pendidikan lain yang lebih aktif di platform digital.

Meskipun MAS Mirqotul Ulum memiliki fasilitas yang memadai untuk mendukung pengembangan citra mereknya, namun mereka masih belum mampu merumuskan dan menerapkan strategi yang efektif melalui media sosial. Fasilitas seperti laboratorium komputer dan akses internet yang baik sebenarnya dapat dimanfaatkan untuk kegiatan digital marketing dan pembuatan konten. Namun, hingga saat ini, upaya untuk membuat konten positif yang mencerminkan nilai-nilai dan prestasi madrasah masih sangat minim. Konten yang menarik dan informatif tentang kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan program-program unggulan bisa menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan brand image lembaga ini. Sayangnya,

kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen media sosial menghambat madrasah ini dalam memanfaatkan potensi yang ada. Tanpa strategi yang jelas, upaya promosi melalui media sosial seringkali tidak konsisten dan kurang menarik perhatian.

Selain itu, sumber daya manusia yang tersedia, baik dari kalangan guru maupun murid, belum dimanfaatkan secara maksimal dalam mengembangkan citra merek madrasah ini. Guru-guru yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang teknologi informasi serta siswa-siswa yang kreatif dapat menjadi aset berharga dalam menciptakan konten digital yang menarik. Keterlibatan siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler yang berfokus pada media dan komunikasi, seperti klub jurnalisme atau tim media sosial sekolah, dapat menjadi salah satu solusi untuk mengatasi masalah ini. Namun, hingga saat ini, potensi ini belum digali dan dimanfaatkan dengan optimal. Pelatihan dan workshop tentang manajemen media sosial dan pembuatan konten digital bisa menjadi langkah awal yang baik untuk memberdayakan sumber daya yang ada. Dengan memanfaatkan potensi ini, MAS Mirqotul Ulum dapat lebih efektif dalam membangun citra positif dan meningkatkan visibilitasnya di dunia digital.

Oleh karena itu, sangat penting bagi MAS Mirqotul Ulum untuk menjadi sasaran Pengabdian Program Developing Brand Image (DeBI) dalam upaya membangun citra positif lembaga melalui media sosial. Program DeBI dapat memberikan pendampingan dan pelatihan yang dibutuhkan oleh madrasah ini untuk merancang strategi komunikasi digital yang efektif. Dengan bimbingan dari para ahli, guru dan siswa dapat belajar cara membuat konten yang menarik dan informatif, serta memahami teknik-teknik pemasaran digital yang dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi madrasah di dunia maya. Implementasi program ini akan membantu MAS Mirqotul Ulum memanfaatkan potensi besar dari media sosial, tidak hanya untuk promosi tetapi juga untuk memperkuat hubungan dengan komunitas, alumni, dan calon siswa. Melalui pendekatan yang sistematis dan berbasis data, program DeBI dapat menjadi kunci sukses dalam mengatasi tantangan yang dihadapi MAS Mirqotul Ulum dalam era digital saat ini.

2 Metode

Pengabdian Program Developing Brand Image (DeBI) untuk membangun citra positif lembaga melalui media sosial di MAS Mirqotul Ulum Banyuwangi Probolinggo akan dilaksanakan melalui beberapa

tahapan kegiatan yang sistematis. Tahapan pertama adalah analisis kebutuhan dan potensi, di mana tim DeBI akan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terkait citra lembaga di media sosial (Susantiningrum, Triharyanto, and Hantari 2020; Cornwall and Scoones 2022; Puyt, Lie, and Wilderom 2023; Benzaghta et al. 2021; Phadermrod, Crowder, and Wills 2019). Tahapan kedua adalah pelatihan dan workshop, yang melibatkan guru dan siswa dalam sesi pelatihan tentang manajemen media sosial, pembuatan konten, dan strategi komunikasi digital. Metode pengembangan masyarakat yang digunakan adalah Participatory Rural Appraisal (PRA) (Cornwall and Scoones 2022; Nugraha et al. 2023; Sulaeman, Bramasta, and Makhrus 2023; Benjamin et al. 2023; Nurhaida et al. 2023; Azman, Putri, and Sari 2023; Rahmawati, Soedarso, and Fahmi 2023; Sunarto et al. 2023), yang memastikan partisipasi aktif dari seluruh pemangku kepentingan (Sulaeman, Bramasta, and Makhrus 2023). Tahapan ketiga adalah implementasi strategi yang telah dirancang, termasuk pembuatan dan pengelolaan akun media sosial resmi madrasah (Oktarina et al. 2023; Marhareita, Kila, and Mandagi 2022; Sholihah 2018; Zulaikha, Maella, and Farida 2022). Tahapan terakhir adalah evaluasi dan monitoring, untuk menilai efektivitas program dan melakukan perbaikan jika diperlukan (Fronzetti Colladon, Grippa, and Segneri 2021; Stelzenmüller et al. 2021; Bahri et al. 2017; Warutere and Mutundu 2022; Ferri 2022; Suharno et al. 2022).

Program ini akan dilaksanakan oleh satu dosen pembimbing dan empat mahasiswa program KKN OBE (Outcome Based Education) Universitas Nurul Jadid. Dosen pembimbing bertanggung jawab atas koordinasi keseluruhan program dan memberikan bimbingan teknis serta evaluasi. Mahasiswa pertama akan fokus pada analisis kebutuhan dan potensi, melakukan survei dan wawancara dengan guru serta siswa. Mahasiswa kedua akan mengembangkan materi pelatihan dan menyelenggarakan workshop. Mahasiswa ketiga bertugas untuk mengimplementasikan strategi media sosial, termasuk pembuatan konten dan manajemen akun. Mahasiswa keempat akan melakukan monitoring dan evaluasi, mengumpulkan data terkait efektivitas program. Guru dan siswa MAS Mirqotul Ulum akan dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan, memastikan keberlanjutan dan keberhasilan program.

Indikator ketercapaian program ini mencakup beberapa aspek penting. Pertama, peningkatan jumlah pengikut dan interaksi di akun media sosial resmi MAS Mirqotul Ulum. Kedua, jumlah dan kualitas konten yang dipublikasikan, mencakup postingan informatif tentang kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan program unggulan. Ketiga, tingkat partisipasi guru dan siswa dalam kegiatan pelatihan dan workshop, diukur melalui absensi dan

feedback peserta. Keempat, peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam manajemen media sosial di kalangan guru dan siswa, yang dinilai melalui pre-test dan post-test. Kelima, dampak program terhadap citra positif madrasah di mata masyarakat, diukur melalui survei kepuasan dan persepsi publik sebelum dan sesudah program.

3 Hasil

Sebagai bagian dari solusi untuk meningkatkan citra positif MAS Mirqotul Ulum melalui media sosial, program *Developing Brand Image (DeBI)* mengadopsi serangkaian tahapan yang sistematis: analisis kebutuhan dan potensi, pelatihan dan workshop, implementasi strategi, serta evaluasi dan monitoring.

a. Tahapan Pertama: Analisis Kebutuhan dan Potensi

Target utama dari tahap ini adalah menyusun gambaran yang komprehensif tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh MAS Mirqotul Ulum dalam membangun citra positifnya di ranah digital. Dalam tahap ini dihasilkan analisis sebagaimana dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT MAS Mirqotul Ulum dalam membangun citra positifnya di ranah digital

STRENGTHS	WEAKNESSES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reputasi yang Baik : MAS Mirqotul ulum sudah memiliki pondasi reputasi yang baik sebagai modal awal untuk memperluas citra lembaga. 2. Fasilitas Memadai: Memiliki fasilitas seperti camera, handycam, tripod yang merupakan aset penting untuk kegiatan digital marketing. 3. Komunitas yang kuat : adanya komunitas, alumni dan calon siswa yang menjadi audiens dan pendukung aktif dalam kegiatan media sosial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Pemanfaatan Media Sosial: MAS Mirqotul Ulum belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. 2. Belum Mampu Merumuskan dan Menerapkan Strategi Efektif : Kurangnya strategi yang dirancang dengan baik untuk media sosial, menyebabkan potensi fasilitas yang belum optimal. 3. Minimnya pengalaman dalam digital marketing : Kurang pengetahuan dan

	keterampilan dalam bidang digital marketing dikalangan staf dan siswa
OPPORTUNITIES	THREATS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan Media Sosial yang Semakin Meluas : Media sosial dapat digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk calon siswa dari luas komunitas lokal. 2. Program Pelatihan dan Workshop : Dengan adanya <i>Program Developing Brand Image (DeBI)</i> yang menyediakan pelatihan dan workshop, madrasah dapat meningkatkan kapasitas dalam digital marketing. 3. Hubungan yang lebih kuat dengan komunitas : media sosial dapat digunakan tidak hanya untuk promosi tetapi juga untuk memperkuat hubungan dengan komunitas, alumni, dan calon siswa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetisi dengan Lembaga Pendidikan Lain : Lembaga pendidikan lain yang lebih dulu memanfaatkan media sosial dengan strategi yang efektif bisa menjadi kompetitor yang kuat. 2. Perubahan Algoritma media sosial : algoritma media sosial yang sering berubah bisa mempengaruhi jangkauan dan efektifitas strategi yang diterapkan 3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia yang masih belum kompeten dalam bidang digital marketing dapat menghambat implementasi strategi yang direncanakan

b. Tahapan Kedua: Pelatihan dan Workshop

Dalam tahap ini, guru dan siswa aktif terlibat dalam serangkaian pelatihan tentang manajemen media sosial, pembuatan konten yang menarik, dan strategi komunikasi digital (sebagaimana dalam gambar 1) berikut:



Gambar 1. Tim DeBI menyampaikan materi workshop untuk membangun narasi positif MAS Miraotul Ulum

Dalam tahap ini diberikan serangkaian materi sebagai berikut:

- 1) Editing Video dengan Aplikasi CapCut
 - a) Tujuan: Mengajarkan dasar-dasar editing video menggunakan aplikasi yang user-friendly.
 - b) Metode: Penyampaian materi menggunakan proyektor, diskusi, dan praktek materi.
- 2) Teknik Desain Visual dengan Aplikasi Canva
 - a) Tujuan: Menghilangkan hambatan bagi siswa yang tidak memiliki latar belakang desain.
 - b) Metode: Penyampaian materi menggunakan proyektor, diskusi, dan praktek materi.
- 3) Penguatan Public Speaking
 - a) Tujuan: Mengembangkan kepercayaan diri siswa dalam berbicara di depan umum.
 - b) Metode: Penyampaian materi menggunakan proyektor, tanya jawab, dan praktek.
- 4) Jurnalistik
 - a) Tujuan: Meningkatkan literasi siswa dalam penulisan.
 - b) Metode: Penyampaian materi menggunakan Google Meet, tanya jawab, dan praktek.

c. Tahapan Ketiga: Implementasi Strategi

Setelah tahapan pelatihan selesai, langkah berikutnya adalah tahapan ketiga: implementasi strategi yang telah dirancang. Ini mencakup pembuatan dan pengelolaan akun media sosial resmi MAS Mirqotul Ulum (sebagaimana dalam gambar 2). Dalam tahapan ini dilakukan pendampingan implementasi sebagai berikut:



Gambar 2: Tim DeBI melakukan pendampingan implementasi hasil workshop membangun citra positif MAS Mirqotul Ulum

- 1) Teknik Pengambilan Gambar/Video
 - a) Tujuan: Mengambil dokumentasi kegiatan dengan teknik yang baik untuk menarik perhatian.
 - b) Strategi: Melibatkan siswa dalam pengambilan dokumentasi sesuai teknik yang diajarkan.
- 2) Editing Video dengan Aplikasi CapCut
 - a) Tujuan: Menguasai dasar-dasar editing video.
 - b) Strategi: Pendampingan langsung oleh mentor dalam proses editing.
- 3) Teknik Desain Visual dengan Aplikasi Canva
 - a) Tujuan: Menguasai teknik desain visual.
 - b) Strategi: Menindaklanjuti workshop dengan memberikan tugas bagi siswa.

4) Content Creator

- a) Tujuan: Mengatur konsep konten video.
- b) Strategi: Membuat dan menyusun konsep konten dengan arahan mentor.

5) Jurnalistik

- a) Tujuan: Menghidupkan kembali mading sekolah.
- b) Strategi: Membuat berita dan mempublikasi informasi melalui mading dan media sosial.

d. Tahapan Keempat: Evaluasi dan Rekomendasi

Tahapan terakhir atau keempat adalah evaluasi dan monitoring. Ini merupakan tahap kritis untuk menilai keberhasilan program DeBI. Hasil dari analisis ini sebagaimana dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2: Monitoring dan Evaluasi

No	Apa yang sudah baik	Apa yang perlu ditingkatkan	Tantangan ke depan	Rekomendasi
1	Sumber daya manusianya, karena siswa disini sangat tertarik untuk belajar tentang media digital	Keterlibatan Guru dan siswa dalam pembuatan konten serta pelatihan lebih lanjut tentang teknologi dan media digital	Memberikan Pendidikan dan pelatihan berkelanjutan sangat penting untuk memastikan SDM terus berkembang	Menyediakan program pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan untuk SDM dalam hal keterampilan.
2	Media Sosial Lembaga	Kualitas konten dan jadwal posting	Mempertahankan konsistensi dalam kualitas dan frekuensi posting bisa sulit.	Membuat kalender konten dan jadwal posting yang terencana. Manfaatkan alat penjadwalan

				untuk memastikan konsistensi
3	Fasilitas Lembaga	Memanfaatkan fasilitas yang ada dan dikelola dengan baik	Memastikan bahwa fasilitas tetap dalam kondisi baik memerlukan pemeliharaan rutin dan perbaikan yang tepat waktu.	Membuat jadwal pemeliharaan rutin dan melakukan inspeksi berkala

4 Hasil

Untuk meningkatkan citra positif MAS Mirqotul Ulum melalui media sosial, program *Developing Brand Image (DeBI)* menerapkan beberapa langkah yang terstruktur. Tahapan tersebut meliputi analisis kebutuhan dan potensi, pelatihan serta workshop, implementasi strategi, dan diakhiri dengan evaluasi serta monitoring. Setiap langkah ini dirancang untuk secara efektif memperkuat brand image sekolah, melalui pendekatan yang terukur dan berkelanjutan, guna memastikan hasil yang optimal sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan sejak awal.

a. Tahapan Pertama: Analisis Kebutuhan dan Potensi

Tahapan pertama dalam kegiatan ini adalah analisis kebutuhan dan potensi. Tim DeBI memulai dengan mengidentifikasi secara mendalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan citra lembaga di media sosial (Susantiningrum, Triharyanto, and Hantari 2020; Cornwall and Scoones 2022). Hal ini dilakukan melalui survei, wawancara, dan analisis data untuk memahami posisi saat ini dan potensi yang dapat dikembangkan.

b. Tahapan Kedua: Pelatihan dan Workshop

Pada tahap ini, metode *Participatory Rural Appraisal (PRA)* diterapkan untuk memastikan partisipasi aktif dari seluruh pemangku kepentingan, termasuk guru, siswa, dan masyarakat sekitar. Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis

dalam pengelolaan media sosial, tetapi juga untuk meningkatkan pemahaman tentang bagaimana membangun narasi yang positif dan autentik tentang madrasah ini. Targetnya adalah agar semua peserta dapat mengaplikasikan keterampilan yang mereka pelajari dalam konteks nyata dan menghasilkan konten yang relevan dan bermakna bagi audiens target (Cornwall and Scoones 2022; Nugraha et al. 2023; Sulaeman, Bramasta, and Makhrus 2023; Benjamin et al. 2023; Nurhaida et al. 2023; Azman, Putri, and Sari 2023; Rahmawati, Soedarso, and Fahmi 2023; Sunarto et al. 2023).

c. Tahapan Ketiga: Implementasi Strategi

Melalui tahap ini, tim DeBI merancang konten-konten yang sesuai dengan pesan dan nilai-nilai yang ingin disampaikan oleh madrasah ini kepada masyarakat luas. Target dari tahapan ini adalah meningkatkan kehadiran online dan interaksi positif dengan audiens, serta meningkatkan kesadaran akan program-program unggulan dan pencapaian siswa (Oktarina et al. 2023; Marhareita, Kila, and Mandagi 2022; Sholihah 2018; Zulaikha, Maella, and Farida 2022).

d. Tahapan Keempat: Evaluasi dan Rekomendasi

Strategi yang diterapkan dalam tahap empat ini, tim DeBI menggunakan indikator yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mengukur dampak dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi akan dilakukan secara berkala untuk memantau perubahan dalam persepsi masyarakat terhadap MAS Mirqotul Ulum, serta untuk mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan atau penyesuaian. Hasil evaluasi akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun rekomendasi dan strategi jangka panjang dalam mempertahankan dan meningkatkan citra positif madrasah ini di masa depan (Fronzetti Colladon, Grippa, and Segneri 2021; Stelzenmüller et al. 2021; Bahri et al. 2017; Warutere and Mutundu 2022; Ferri 2022; Suharno et al. 2022). Dalam tahap monitoring dan evaluasi ini setidaknya menghasilkan beberapa sejumlah analisis terhadap hal apa yang sudah baik, hal apa yang masih perlu ditingkatkan, tantangan ke depan dan rekomendasi selanjutnya.

Secara keseluruhan, melalui pendekatan yang terstruktur dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, program DeBI dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat citra dan reputasi MAS Mirqotul Ulum dalam komunitas lokal dan luasnya di media sosial.

Program DeBI telah berhasil memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat citra dan reputasi MAS Mirqotul Ulum. Melalui

pendekatan yang terstruktur dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, program ini berhasil meningkatkan visibilitas dan interaksi positif di media sosial, serta memperkuat hubungan dengan komunitas, alumni, dan calon siswa. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa dengan strategi yang berbasis data dan partisipatif, MAS Mirqotul Ulum kini memiliki fondasi yang kuat untuk terus berkembang dan meningkatkan citra positifnya di era digital.

5 Kesimpulan

Program Developing Brand Image (DeBI) di MAS Mirqotul Ulum telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu membangun citra positif lembaga melalui media sosial. Dengan menggunakan pendekatan yang sistematis dan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta dalam pengelolaan media sosial, tetapi juga berhasil memperkuat hubungan dengan komunitas, alumni, dan calon siswa. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dalam visibilitas dan interaksi positif di media sosial, serta peningkatan kesadaran akan program-program unggulan dan prestasi siswa.

Melalui empat tahapan yang terdiri dari analisis kebutuhan dan potensi, pelatihan dan workshop, implementasi strategi, serta evaluasi dan monitoring, program DeBI telah memberikan fondasi yang kuat bagi MAS Mirqotul Ulum untuk terus berkembang di era digital. Analisis SWOT yang mendalam, pelatihan yang efektif, serta strategi implementasi yang terarah, semuanya berkontribusi pada kesuksesan program ini. Dengan hasil yang dicapai, MAS Mirqotul Ulum kini memiliki modal yang kuat untuk melanjutkan dan mengembangkan strategi komunikasi digitalnya di masa depan.

Implikasi dari keberhasilan program DeBI ini sangat luas bagi MAS Mirqotul Ulum. Pertama, dengan meningkatnya keterampilan digital di kalangan guru dan siswa, madrasah ini kini lebih siap untuk menghadapi tantangan era digital. Keterampilan baru ini tidak hanya bermanfaat dalam pengelolaan media sosial, tetapi juga dalam berbagai aspek pembelajaran dan komunikasi yang lebih luas. Hal ini dapat mendorong peningkatan kualitas pendidikan dan mempermudah penyebaran informasi penting kepada komunitas sekolah.

Kedua, peningkatan citra positif melalui media sosial berpotensi menarik lebih banyak calon siswa dan meningkatkan keterlibatan alumni serta komunitas sekitar. Dengan reputasi yang lebih baik dan visibilitas

yang meningkat, MAS Mirqotul Ulum dapat menjadi pilihan utama bagi siswa yang mencari pendidikan berkualitas. Selain itu, hubungan yang lebih kuat dengan alumni dapat membuka peluang untuk kolaborasi, pendanaan, dan dukungan yang lebih besar untuk berbagai kegiatan madrasah.

6 Referensi

- Azman, Heru Aulia, Siska Lusya Putri, and Puti Embun Sari. 2023. "Strategi Pengembangan Desa Wisata Dengan Pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA) Pada Nagari Talang." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas* 25 (1). <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i1.745>.
- Bahri, Priya, Julianna Fogd, Daniel Morales, and Xavier Kurz. 2017. "Application of Real-Time Global Media Monitoring and 'derived Questions' for Enhancing Communication by Regulatory Bodies: The Case of Human Papillomavirus Vaccines." *BMC Medicine* 15 (1). <https://doi.org/10.1186/s12916-017-0850-4>.
- Benjamin, Tito Mau Pelu, Tjokorda Gde Tirta Nindhia, I.G.N. Priambadi, and I.W. Bandem Adnyana. 2023. "Implementation Model Quality Management System (IQMS) and Model Participatory Rural Appraisal (PRA) to Increase Performance Small and Medium Enterprise (SMEs) in Dili-Timor Leste." *International Journal of Membrane Science and Technology* 10 (4). <https://doi.org/10.15379/ijmst.v10i4.2225>.
- Benzaghta, Mostafa Ali, Abdulaziz Elwalda, Mousa Mousa, Ismail Erkan, and Mushfiqur Rahman. 2021. "SWOT Analysis Applications: An Integrative Literature Review." *Journal of Global Business Insights* 6 (1). <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>.
- Cornwall, Andrea, and Ian Scoones. 2022. *Revolutionizing Development: Reflections on the Work of Robert Chambers*. *Revolutionizing Development: Reflections on the Work of Robert Chambers*. <https://doi.org/10.4324/9781003298632>.
- Ferri, Cássia. 2022. "Too Much Monitoring, Not Enough Evaluation: Goals and Strategies of a State Education Plan." *Meta: Avaliacao* 14 (44). <https://doi.org/10.22347/2175-2753v14i44.3798>.
- Fronzetti Colladon, Andrea, Francesca Grippa, and Ludovica Segneri. 2021. "A New System for Evaluating Brand Importance: A Use Case from the Fashion Industry." In *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3462741.3466678>.

- Marhareita, Carolin, Iwan Waani Kila, and Deske W. Mandagi. 2022. "Social Media Marketing and Educational Institution Brand Awareness, Image, and Attitude." *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama* 14 (1). <https://doi.org/10.37680/qalamuna.v14i1.4081>.
- Nurhaida, D., I. Busnetty, T.T.H. Tambunan, and M.A. Munawar. 2023. "PEMBERDAYAAN KELOMPOK IBU PKK MELALUI PELATIHAN OLAHAN PANGAN LIDAH BUAYA DENGAN METODE PARTICIPATORY RURAL APPRAISAL." *Buletin Udayana Mengabdikan* 22 (4). <https://doi.org/10.24843/bum.2023.v22.i04.p11>.
- Oktarina, Riesta Ayu, Ratna Puspita Sari, Suprihatin Suprihatin, E. Rizky Wulandari, and Aulia Afniar Rachmawati. 2023. "Pendampingan Branding School Dengan Keterampilan Video Content Creator Ibu – Ibu Guru TK Se-Kabupaten Sidoarjo." *Journal of Indonesian Society Empowerment* 1 (2). <https://doi.org/10.61105/jise.v1i2.34>.
- Phadermrod, Boonyarat, Richard M. Crowder, and Gary B. Wills. 2019. "Importance-Performance Analysis Based SWOT Analysis." *International Journal of Information Management* 44. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>.
- Puyt, Richard W., Finn Birger Lie, and Celeste P.M. Wilderom. 2023. "The Origins of SWOT Analysis." *Long Range Planning* 56 (3). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2023.102304>.
- Rahmawati, Deti, Soedarso Soedarso, and Arfan Fahmi. 2023. "Analisis Pengembangan Desa Wisata Untuk Keberlanjutan Petani Strawberry Di Desa Wisata Pandanrejo Menggunakan Metode Participatory Rural Appraisal (PRA)." *Jurnal Sosial Humaniora* 16 (1). <https://doi.org/10.12962/j24433527.v16i1.15415>.
- Sholihah, Tutut. 2018. "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu." *J-MPI* 3 (2). <https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>.
- Stelzenmüller, V., R. Cormier, K. Gee, R. Shucksmith, M. Gubbins, K. L. Yates, A. Morf, et al. 2021. "Evaluation of Marine Spatial Planning Requires Fit for Purpose Monitoring Strategies." *Journal of Environmental Management*. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.111545>.
- Suharno, Suharno, Pardiman Pardiman, Djony Harijanto, and Ali Ashar. 2022. "Monitoring Strategy and Evaluation of Education and Training

- Program with The CIPP Method." *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam* 5 (3). <https://doi.org/10.31538/nzh.v5i3.2566>.
- Sulaeman, A, Dhi Bramasta, and M Makhrus. 2023. "Pemberdayaan Masyarakat Dengan Pendekatan Participatory Rural Appraisal (PRA)." *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2 (2). <https://doi.org/10.61813/jlppm.v2i2.34>.
- Sunarto, Sunarto, Suparji Suparji, Agung Suharto, Ardela Reza Fernanda, and Nurul Zakinah. 2023. "Pemanfaatan Metode Participatory Rural Appraisal Untuk Kesiapsiagaan Kapasitas Desa Tangguh Bencana Dalam Pengurangan Risiko Bencana Di Desa Jajar Kartoharjo Dan Desa Genilangit Poncol Magetan." *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia* 3 (2). <https://doi.org/10.54082/jamsi.483>.
- Susantiningrum, Susantiningrum, Eddy Triharyanto, and Dimar Hantari. 2020. "ANALISIS SWOT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT PUSAT PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN." *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis* 25 (2). <https://doi.org/10.20961/jkb.v25i2.45511>.
- Warutere, Joseph Wahome, and Kennedy Mutundu. 2022. "Strategies for Performing Educational Projects: Use of Monitoring and Evaluation Plan and Tools." *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)* 12 (5). <https://doi.org/10.29322/ijsrp.12.05.2022.p12559>.
- Zulaikha, Zulaikha, Nur'annafi Farni Syam Maella, and Farida Farida. 2022. "Analysis of Brand Identity Gontor Islamic Boarding School in Official Youtube Channel." *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi* 14 (1). <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v14i1.2461>.