

Strategi Promosi dan Komunikasi dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di TPQ Baitul Ghoni Kota Malang

*Ahmad Suzaki Rifa'i¹, Silvia Isna Auladah Herman², Shofia Niswah Qonita³, Luthfi Muhammad Choirul⁴, Langgeng Budiarto⁵
¹²³⁴⁵ Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

*Co-E-mail: 250101210035@student.uin-malang.ac.id

ABSTRAK

Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) merupakan lembaga pendidikan Islam nonformal yang memiliki peran penting dalam membentuk karakter religius anak sejak usia dini. Namun, perkembangan lembaga pendidikan Islam nonformal masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek promosi dan komunikasi yang berdampak pada rendahnya partisipasi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi dan komunikasi yang diterapkan di TPQ Baitul Ghoni Kota Malang, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta merumuskan upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas kepala TPQ, tenaga pendidik, orang tua peserta didik, dan tokoh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas promosi dan komunikasi di TPQ Baitul Ghoni masih menghadapi beberapa kendala, yaitu keterbatasan pemanfaatan media digital, kurang optimalnya koordinasi komunikasi internal, rendahnya keterlibatan orang tua melalui media komunikasi digital, dan belum terbentuknya strategi branding lembaga yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan optimalisasi media sosial, penguatan komunikasi internal, pemanfaatan teknologi digital, dan pengembangan jaringan kemitraan dengan masyarakat sebagai upaya meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam nonformal.

Kata Kunci: Promosi; Komunikasi; Partisipasi Masyarakat; TPQ; Pendidikan Islam Nonformal.

ABSTRACT

Al-Qur'an Education Park (TPQ) is a non-formal Islamic educational institution that plays an important role in shaping children's religious character from an early age. However, the development of non-formal Islamic educational institutions still faces various challenges, particularly in promotion and communication, which affect community participation. This study aims to analyze the promotion and communication strategies implemented at TPQ Baitul Ghoni Malang City, identify the obstacles encountered, and formulate efforts to increase community participation. This study employed a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation. Research informants consisted of the head of TPQ, teachers, parents, and community leaders. The results showed that the effectiveness of promotion and communication at TPQ Baitul Ghoni still faces several challenges, including limited utilization of digital media, ineffective internal communication coordination, low parental involvement through digital communication media, and the absence of a strong institutional branding strategy. Therefore, optimizing social media, strengthening internal communication, utilizing digital technology, and developing partnerships with the

community are necessary to increase community participation in non-formal Islamic educational institutions.

Keywords: Promotion; Communication; Community Participation; TPQ; Non-formal Islamic education

PENDAHULUAN

Lembaga pendidikan Islam nonformal memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan sumber daya manusia yang berkarakter, religius, dan berakhlak mulia. Salah satu bentuk pendidikan Islam nonformal yang berkembang di Indonesia adalah Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ). Keberadaan TPQ tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran membaca Al-Qur'an, tetapi juga sebagai media penanaman nilai-nilai keislaman, pembentukan karakter, serta penguatan moral peserta didik sejak usia dini (Rohmah et al., 2022).

Di tengah perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat, lembaga pendidikan Islam dituntut untuk mampu beradaptasi dengan berbagai perkembangan, termasuk dalam aspek promosi dan komunikasi. Pengelolaan lembaga pendidikan tidak lagi hanya berfokus pada kegiatan pembelajaran, tetapi juga memerlukan strategi komunikasi yang efektif guna membangun hubungan dengan masyarakat, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperluas akses layanan pendidikan (Cindy et al., 2025). Promosi yang efektif dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan identitas, program, serta keunggulan lembaga kepada masyarakat luas (Riyadi et al., 2023).

Komunikasi juga memiliki peran penting dalam keberlangsungan suatu lembaga pendidikan. Komunikasi yang baik akan membangun hubungan yang harmonis antara pengelola, tenaga pendidik, orang tua, dan masyarakat. Sebaliknya, komunikasi yang kurang efektif dapat menghambat penyebaran informasi dan menurunkan tingkat partisipasi masyarakat dalam mendukung program pendidikan (Nomin et al., 2025). Dalam konteks pendidikan Islam, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai upaya membangun ukhuwah, kolaborasi, dan pemberdayaan masyarakat (Rasmanhadi et al., 2025).

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola penyebaran informasi di masyarakat. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp telah menjadi sarana komunikasi yang efektif karena mampu menjangkau masyarakat secara cepat, luas, dan interaktif. Oleh karena itu, lembaga pendidikan Islam perlu memanfaatkan media digital sebagai bagian dari strategi pengembangan kelembagaan agar mampu bersaing dan menjawab kebutuhan masyarakat modern (Ramadan et al., 2026).

Sejalan dengan hal tersebut, regulasi pemerintah melalui Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam No. 91 Tahun 2020 memberikan payung hukum dan

fleksibilitas yang lebih besar bagi lembaga untuk mengoptimalkan layanan serta daya saingnya di tengah masyarakat (Hidayat & Fujiantie, 2023). Optimalisasi tersebut mencakup penerapan manajemen hubungan masyarakat yang profesional, yang berfungsi sebagai jembatan strategis untuk meningkatkan kepercayaan publik serta menjamin keberlangsungan institusi (Isnaini, 2025). Profesionalisme manajemen humas ini memungkinkan lembaga pendidikan Islam untuk lebih responsif dalam menanggapi dinamika kebutuhan masyarakat, sekaligus memperkuat eksistensi kelembagaan melalui citra positif yang konsisten (Arifin & Maqfirah, 2025; Habib et al., 2021)

TPQ Baitul Ghoni Kota Malang merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam nonformal yang berfokus pada pembentukan karakter religius anak melalui pembelajaran Al-Qur'an dan nilai-nilai keislaman. Berdasarkan hasil observasi awal, TPQ Baitul Ghoni memiliki sembilan tenaga pengajar dan 56 peserta didik yang aktif mengikuti kegiatan pembelajaran. Meskipun demikian, lembaga ini masih menghadapi berbagai tantangan dalam aspek promosi dan komunikasi yang berdampak pada rendahnya partisipasi masyarakat.

Permasalahan yang ditemukan meliputi keterbatasan metode promosi yang masih bersifat konvensional, belum optimalnya pemanfaatan media digital, kurang efektifnya koordinasi komunikasi internal, serta belum terbentuknya strategi branding lembaga yang kuat. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai program dan kegiatan TPQ belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat sehingga berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan pendidikan yang diselenggarakan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan lembaga pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Anggita dan Suistryorini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial mampu meningkatkan visibilitas dan citra lembaga pendidikan di masyarakat (Anggita & Sulistryorini, 2025). Penelitian lain oleh Diantari menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif antara lembaga pendidikan dan orang tua berkontribusi terhadap peningkatan partisipasi masyarakat dalam mendukung kegiatan pendidikan (Diantari, 2024). Selain itu, penelitian Fauzi dan Nugraha dkk. menyebutkan bahwa penguatan branding lembaga pendidikan Islam dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan (Nugraha et al., 2026). sejalan dengan hal tersebut, penerapan nilai-nilai etika Islam seperti shiddiq, amanah, dan tabligh dalam praktik kehumasan terbukti secara signifikan mampu memperkuat kepercayaan publik dan eksistensi lembaga di tengah masyarakat (Maulana et al., 2025).

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas strategi komunikasi pada lembaga pendidikan formal. Kajian mengenai promosi dan komunikasi pada lembaga pendidikan Islam nonformal, khususnya

Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ), masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian yang secara khusus mengintegrasikan strategi promosi, komunikasi digital, dan partisipasi masyarakat dalam konteks pengembangan TPQ belum banyak dilakukan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi dan komunikasi yang diterapkan di TPQ Baitul Ghoni Kota Malang, mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi, serta merumuskan upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan lembaga pendidikan Islam nonformal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif (Huberman, 1992). Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi promosi dan komunikasi yang diterapkan di TPQ Baitul Ghoni Kota Malang serta berbagai kendala yang dihadapi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Penelitian kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan kontekstual berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan.

Penelitian dilaksanakan di TPQ Baitul Ghoni Kota Malang yang merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam nonformal yang berfokus pada pembelajaran Al-Qur'an dan pembentukan karakter religius anak. Subjek penelitian terdiri atas kepala TPQ, tenaga pengajar, orang tua peserta didik, dan tokoh masyarakat yang terlibat dalam kegiatan TPQ. Fokus penelitian meliputi strategi promosi yang diterapkan, pola komunikasi internal dan eksternal, pemanfaatan media digital, serta upaya peningkatan partisipasi masyarakat dalam pengembangan lembaga.

Jenis data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara mendalam dengan informan penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur yang relevan dengan promosi, komunikasi, dan pendidikan Islam nonformal.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan kegiatan promosi dan komunikasi di lingkungan TPQ Baitul Ghoni. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali informasi mengenai pengalaman, hambatan, dan strategi yang diterapkan oleh pengelola lembaga dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data penelitian yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

atau verifikasi. Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik untuk memastikan kredibilitas dan validitas temuan penelitian.

Adapun alur penelitian dimulai dari tahap identifikasi permasalahan terkait promosi dan komunikasi di TPQ Baitul Ghoni Kota Malang, dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan analisis data, interpretasi hasil penelitian, serta penarikan kesimpulan dan penyusunan rekomendasi pengembangan lembaga.

PEMBAHASAN

Strategi Promosi TPQ Baitul Ghoni yang Masih Bersifat Konvensional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh TPQ Baitul Ghoni Kota Malang masih didominasi oleh metode konvensional, seperti pengumuman di masjid dan penyebaran selebaran kepada masyarakat sekitar. Strategi tersebut dinilai belum mampu menjangkau masyarakat secara lebih luas, khususnya kelompok orang tua muda yang cenderung memperoleh informasi melalui media digital.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala TPQ Baitul Ghoni, Ustadz M. Syahdatul Kahfi, diperoleh informasi bahwa keterbatasan pemanfaatan media digital menjadi salah satu hambatan utama dalam memperluas jangkauan promosi lembaga.

“Kami memang belum banyak memanfaatkan media digital, dan ini mungkin menjadi alasan mengapa promosi kami tidak terlalu efektif dalam menarik minat masyarakat yang lebih luas.” (Wawancara Dengan Ustadz M. Syahdatul Kahfi, Kepala TPQ Baitul Ghoni, 2025).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan masih berorientasi pada pola komunikasi tradisional. Padahal, perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku masyarakat dalam memperoleh informasi. Menurut Riyadi dkk, promosi merupakan aktivitas komunikasi yang bertujuan memperkenalkan, memengaruhi, dan membangun hubungan antara lembaga dengan masyarakat sebagai pengguna layanan (Riyadi et al., 2023). Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, promosi tidak hanya berfungsi untuk memperkenalkan program pendidikan, tetapi juga membangun kepercayaan publik terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Kurangnya pemanfaatan media digital menyebabkan informasi mengenai program TPQ tidak tersampaikan secara optimal kepada masyarakat. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan daya saing lembaga pendidikan Islam nonformal di tengah meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan transformasi strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, agar penyebaran informasi dapat dilakukan secara lebih luas, cepat, dan interaktif.

Komunikasi Internal yang Belum Terkoordinasi Secara Optimal

Komunikasi internal merupakan faktor penting dalam mendukung efektivitas pengelolaan lembaga pendidikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koordinasi antara pengelola dan tenaga pengajar di TPQ Baitul Ghoni masih belum berjalan secara optimal. Akibatnya, beberapa informasi mengenai program dan kegiatan belum tersampaikan dengan baik kepada guru maupun orang tua peserta didik.

Hal tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan Ustadzah Zahrotul Firdaus yang menyampaikan bahwa informasi yang diterima oleh tenaga pengajar sering kali belum lengkap.

“Kadang kami, para guru, tidak mendapatkan informasi yang cukup detail tentang program baru atau kegiatan tambahan dari pengurus, sehingga saat ada orang tua yang bertanya, kami tidak bisa memberikan penjelasan yang lengkap. Hal ini membuat komunikasi dengan orang tua menjadi kurang efektif, karena ada informasi yang tidak tersampaikan dengan baik.” (Wawancara Dengan Ustadzah Zahrotul Firdaus, Guru TPQ Baitul Ghoni, 2025).

Temuan tersebut menunjukkan adanya hambatan komunikasi organisasi yang dapat memengaruhi efektivitas pelayanan pendidikan. Menurut Nomin dkk, komunikasi organisasi yang efektif ditandai dengan adanya keterbukaan informasi, koordinasi yang berkelanjutan, dan kesamaan pemahaman di antara seluruh anggota organisasi (Nomin et al., 2025).

Apabila kondisi ini terus berlangsung, maka akan berdampak pada menurunnya kepercayaan orang tua terhadap lembaga. Oleh karena itu, diperlukan sistem komunikasi yang lebih terstruktur melalui rapat koordinasi rutin dan

pemanfaatan media komunikasi digital yang dapat mempercepat distribusi informasi.

Optimalisasi Media Digital dalam Meningkatkan Keterlibatan Orang Tua

Keterlibatan orang tua merupakan salah satu indikator keberhasilan pengelolaan pendidikan Islam nonformal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TPQ Baitul Ghoni belum memiliki sistem komunikasi digital yang terintegrasi sehingga keterlibatan orang tua masih relatif rendah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Maimunah selaku orang tua peserta didik, diperoleh informasi bahwa orang tua membutuhkan media komunikasi yang lebih cepat dan responsif.

“Kami jarang mendapatkan pemberitahuan sebelumnya tentang kegiatan di TPQ, misalnya jika ada perubahan jadwal. Jika ada grup WhatsApp, mungkin kami bisa lebih mudah mendapatkan informasi dan tidak ketinggalan jadwal kegiatan.” (Wawancara Dengan Ibu Siti Maimunah, Orang Tua Peserta Didik, 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa orang tua membutuhkan sistem komunikasi yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pemanfaatan WhatsApp sebagai media komunikasi dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, mempercepat respons, dan mempererat hubungan antara lembaga pendidikan dengan orang tua.

Dalam perspektif pendidikan Islam, keterlibatan orang tua merupakan bagian dari tanggung jawab bersama dalam mendukung proses pendidikan anak. Oleh karena itu, komunikasi yang terjalin secara intensif akan menciptakan kolaborasi yang lebih baik antara keluarga dan lembaga pendidikan.

Penguatan Branding Lembaga melalui Partisipasi Masyarakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TPQ Baitul Ghoni belum memiliki strategi branding yang kuat untuk memperkenalkan identitas dan keunggulan lembaga kepada masyarakat. Padahal, branding merupakan salah satu instrumen penting dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik.

Hal tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan Bapak Agus Sudarsono selaku tokoh masyarakat.

“Menurut saya salah satu cara terbaik untuk membangun jaringan dengan masyarakat adalah melalui kegiatan yang melibatkan warga sekitar sini.”
(Wawancara Dengan Bapak Agus Sudarsono, Tokoh Masyarakat, 2025).

Kegiatan seperti pengajian bersama, perlombaan islami, bakti sosial, dan peringatan hari besar Islam dapat menjadi sarana untuk memperkuat hubungan antara TPQ dan masyarakat. Semakin tinggi keterlibatan masyarakat, semakin besar pula peluang lembaga untuk memperoleh dukungan sosial yang berkelanjutan.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan lembaga pendidikan Islam nonformal tidak hanya ditentukan oleh kualitas pembelajaran, tetapi juga oleh kemampuan lembaga dalam membangun jejaring sosial, memperkuat komunikasi publik, dan meningkatkan partisipasi masyarakat.

KESIMPULAN

TPQ Baitul Ghoni Kota Malang sebagai lembaga pendidikan Islam nonformal memiliki peran penting dalam membentuk karakter religius peserta didik melalui pembelajaran Al-Qur'an dan penanaman nilai-nilai keislaman. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas promosi dan komunikasi yang diterapkan masih belum optimal. Strategi promosi yang digunakan masih didominasi oleh metode konvensional, seperti pengumuman di masjid dan penyebaran selebaran, sehingga jangkauan informasi kepada masyarakat masih terbatas.

Selain itu, komunikasi internal antara pengelola dan tenaga pengajar belum terkoordinasi secara optimal, yang berdampak pada kurang efektifnya penyampaian informasi kepada orang tua peserta didik. Rendahnya pemanfaatan media digital juga menyebabkan keterlibatan orang tua dan partisipasi masyarakat belum berkembang secara maksimal. Di sisi lain, TPQ Baitul Ghoni juga belum memiliki strategi branding yang kuat untuk memperkenalkan identitas, program, dan keunggulan lembaga kepada masyarakat.

Berdasarkan temuan penelitian, peningkatan partisipasi masyarakat dapat dilakukan melalui optimalisasi penggunaan media sosial, penguatan sistem komunikasi internal, pemanfaatan platform digital sebagai media komunikasi dengan orang tua, serta pengembangan kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung. Implementasi strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan

visibilitas lembaga, memperkuat kepercayaan masyarakat, dan mendukung keberlanjutan pengembangan TPQ Baitul Ghoni sebagai lembaga pendidikan Islam nonformal yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggita, N. R., & Sulistyorini. (2025). Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Branding Lembaga Pendidikan : Tinjauan Sistematis 2021-2024. *Didaktika : Jurnal Kependidikan*, 14(4), 6769–6786.
- Arifin, M., & Maqfirah, M. (2025). Analisis Trend Manajemen Humas Pendidikan Islam. *AKSI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 1–13.
- Cindy, Nurvita, A. S., & Ifendi, M. (2025). Strategi Promosi dan Komunikasi Jasa Pendidikan. *DIAJAR: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(1), 25–36. <https://doi.org/10.54259/diajar.v4i1.3740>
- Diantari, S. D. (2024). Peningkatan Citra dan Partisipasi Masyarakat melalui Optimalisasi Manajemen Humas di Yayasan Perintis Pendidik Nusa. *TSAQOFAH*, 5(1), 1019–1030.
- Habib, M., Sihombing, U. M., Rahmadani, U., & Wirahayu. (2021). Pentingnya Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 269–275.
- Hidayat, S. T., & Fujiantie, J. (2023). Peranan Humas di Lembaga Pendidikan Al-Qur'an (Studi Deskriptif Kualitatif Rumah Tahfizh Qur'an Al Azhar Al Syarif Manarap Tengah Kabupaten Banjar). *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 11(1), 43–55.
- Huberman, B. M. M. dan M. (1992). Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. In *Cendika Muda Islam Jurnal Ilmiah* (Vol. 2, Issue 2). Universitas Indonesia Press. <http://www.jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/cendikia/article/view/2997>
- Isnaini. (2025). Urgensi Pengelolaan Humas bagi Keberlangsungan Lembaga Pendidikan Islam. *Matan: Journal of Islam and Muslim Society*, 7(2), 146–160. <https://doi.org/10.20884/1.matan.2025.7.2.16727>
- Maulana, M. I., Nafi, M., Rohman, M. K., Hariyanto, M. S., & Hidayat, R. (2025). Etika dan Profesional Humas dalam Lembaga Pendidikan Islam: Studi Kasus di SMP Plus Darus Sholah Jember agar lembaga pendidikan Islam ini berfungsi optimal sebagai pusat pembelajaran dan dakwah . Kajian terhadap penelitian terdahulu menunjukkan berbagai. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(6), 61–74.
- Nomin, Resky, M., & Lusiana. (2025). Komunikasi dalam Manajemen Pendidikan: A Systematic Literature Review. *JlIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(8), 10162–10173.
- Nugraha, A. R., Bakti, I., & Zubair, F. (2026). The Branding and Reputation of Islamic Education: Its Impact on Public Perceptions of Islamic Schools, West Java, Indonesia. *Ianna Journal of Interdisciplinary Studies*, 8(1), 459–471.

- Ramadan, F., Syukron, M., & Mahdayeni, I. A. (2026). Strategi Pembangunan Citra Publik Lembaga Pendidikan melalui Optimalisasi Media Digital dan Partisipasi Masyarakat. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(4), 12823–12830.
- Rasmanhadi, J. P., Wati, L., & Jeffri, S. E. (2025). Model Komunikasi Pencegahan Kekerasan Anak dan Perempuan DP3AP2KB Kota Tangerang dalam Perspektif Islam. *Jurnal Kajian Ilmu Dan Budaya Islam*, 8(1).
- Riyadi, S., Darwis, M., Judijanto, L., Nicolas, D. G., & Saefudin, A. (2023). Effective Promotion Strategy of Integrated Islamic Education Institutions in Modern Society. *QALAMUNA*, 15(1), 667–676.
- Rohmah, F., Praptiningsih, & Rochmawan, A. E. (2022). Pengaruh Keikutsertaan Anak di Pendidikan Al-Qur'an (TPQ) terhadap Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam (PAI) di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(5), 7906–7912.
- Wawancara dengan Bapak Agus Sudarsono, tokoh masyarakat.* (2025).
- Wawancara dengan Ibu Siti Maimunah, orang tua peserta didik.* (2025).
- Wawancara dengan Ustadz M. Syahdatul Kahfi, Kepala TPQ Baitul Ghoni.* (2025).
- Wawancara dengan Ustadzah Zahrotul Firdaus, Guru TPQ Baitul Ghoni.* (2025).