



## Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Umi Sarifatul Wakhidah<sup>1</sup>, Nina Oktarina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

DOI: 10.15294/baej.v5i2.12967

### Sejarah Artikel

Diterima: 3 September 2024  
Disetujui: 25 September 2024  
Dipublikasikan: 25 September 2024

### Keywords:

Public Relations, Image, Educational Institutions

### Abstrak

Lembaga pendidikan harus membangun brand yang baik citra untuk mempengaruhi calon siswa dan masyarakat untuk memilih lembaga pendidikan tersebut. Branding image mencerminkan kualitas lembaga pendidikan yang unggul, akademis yang baik, program pendidikan yang berkualitas serta sarana prasarana pendukung. Tujuan dalam kajian literatur ini adalah menjelaskan peran dan strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah. Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan yang mengeksplorasi informasi dan mengolah bahan penelitian melalui rekaman peristiwa yang telah ditelaah dalam karya ilmiah berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang. Sumber data yang diteliti berupa buku, jurnal, majalah, dokumen, surat kabar, artikel laporan penelitian, dan informasi yang bersumber dari internet. Humas merupakan suatu strategi yang menyeluruh dan terpadu mengenai kegiatan utama yang ada pada suatu lembaga. Pada konteks ini, maka humas dituntut harus bisa membentuk nilai-nilai pemahaman sikap sampai perilaku publik agar searah dengan kebutuhan lembaga. Strategi yang digunakan dalam pengemasan pesan komunikasi publik yang lebih banyak mengandung tentang apa dan siapa serta apa manfaat dari keberadaan suatu lembaga. Kemampuan tersebut perlu didukung dengan program dan kegiatan humas, terutama dalam rangka membangun citra sekolah di mata masyarakat, yang terdiri dari program dan kegiatan marketing dan corporate.

### Abstract

*Educational institutions must build a good brand image to influence prospective students and the public to choose the educational institution. Branding image reflects the quality of superior educational institutions, good academic programs, qualified educators, and supporting facilities and infrastructure. The formulation of the problem in this literature review is what is the role of public relations in improving school image and how is the public relations strategy in improving school image. The writing of this article uses a literature study approach that explores information and processes research materials through recorded events that have been reviewed in scientific works in the form of writings, images, or monumental works of a person. The data sources studied were books, journals, magazines, documents, newspapers, research report articles, and information sourced from the internet. Public relations is a*

*comprehensive and integrated strategy regarding the main activities of an institution. In this context, Public Relations is required to be able to shape the values of understanding attitudes to public behaviour to be in line with the needs of the institution. The strategy used in packaging public communication messages that contain more about what who, and what are the benefits of the existence of an institution. This ability needs to be supported by public relations programs and activities, especially in order to build the image of educational institutions in the eyes of the community, which consists of marketing and corporate programs and activities. The role of public relations in educational institutions, at least, consists of several roles, namely: communicator, expert advisor, intermediary/counselling, and problem-solving facilitator.*

© 2024 Universitas Negeri Semarang

---

✉ Alamat Korespondensi  
Gedung L FEB Unnes Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229  
Email: [ifa270299@gmail.com](mailto:ifa270299@gmail.com)

**p-ISSN 2723-4495**  
**e-ISSN 2723-4487**

## **PENDAHULUAN**

Tantangan bagi institusi pendidikan dapat ditandai dengan semakin meningkat persaingan kelembagaan dan banyaknya lembaga pendidikan menawarkan layanan. Banyaknya lembaga yang ada menyebabkan tingginya daya saing masing-masing lembaga. Pendidikan terus ditingkatkan di lembaga-lembaga tersebut sehingga siswanya tertarik dan dibutuhkan. Agar menarik di mata masyarakat, lembaga pendidikan harus membangun brand yang baik citra untuk mempengaruhi calon siswa dan masyarakat untuk memilih lembaga pendidikan tersebut. Baik branding image mencerminkan kualitas lembaga pendidikan yang unggul akademis yang baik program pendidik yang berkualitas serta sarana dan prasarana pendukung (Barnawi, 2022; Arrivabene et al., 2019; Yasmin et al., 2021).

Hubungan masyarakat (hubungan masyarakat) di sekolah memiliki peran yang sangat penting dalam menjalin komunikasi antara sekolah dan masyarakat. Di Indonesia, fenomena ini mencakup berbagai kegiatan dan tantangan yang dihadapi oleh lembaga pendidikan, diantaranya: (1) Sosialisasi kepada masyarakat: sekolah sering mengadakan sosialisasi untuk menjelaskan program-program pendidikan, seperti penerimaan siswa baru melalui jalur tertentu, misalnya KIP (Kartu Indonesia Pintar). Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang kebijakan dan prosedur yang ada di sekolah; (2) Kegiatan non-akademis: humas juga berperan dalam mengorganisir kegiatan non-akademis, seperti perayaan hari nasional dan kegiatan keagamaan. Ini membantu memperkuat hubungan antara siswa, orang tua, dan masyarakat sekitar, dan (3) Penanganan kasus dan kritis: dalam menghadapi isu-isu seperti kenakalan siswa atau fenomena geng belajar, humas berfungsi untuk mengelola komunikasi dan menciptakan citra positif sekolah. Ini termasuk menjelaskan langkah-langkah yang diambil oleh sekolah untuk menangani masalah tersebut.

Humas di sekolah beberapa kali menghadapi kendala seperti keterbatasan waktu dan sumber daya dalam menjalin hubungan dengan masyarakat. Saat mengadakan ujian nasional, humas perlu berkoordinasi dengan berbagai pihak untuk memastikan semua berjalan dengan lancar. Selain itu tawuran antar pelajar juga menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh humas dalam upaya membangun citra positif sekolah. Fenomena humas di sekolah mencerminkan pentingnya komunikasi yang efektif antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Berbagai kegiatan dan tantangan yang ada, humas berperan sebagai jembatan untuk menciptakan pemahaman dan kerjasama yang baik, serta membangun citra positif sekolah dimata masyarakat.

Humas mempunyai peran yang sangat penting dalam sebuah lembaga. Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, komunikasi yang efektif menjadi salah satu kunci kesuksesan bagi setiap organisasi, termasuk institusi pendidikan. Humas wajib bisa memakai serta menggunakan kecanggihan teknologi. Berbagai media online serta bermacam fasilitas jejaring sosial, semacam instagram, website, facebook serta sebagainya. Keseluruhan dengan media sangat efisien dalam mengantarkan pesan-pesan humas sebab guna public relations adalah berhubungan dengan orang ataupun audience luar untuk menciptakan ikatan baik serta melaksanakan pencitraan positif buat industri/lembaga (Meisani, 2023). Keberadaan humas dalam lembaga pendidikan bisa jadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dengan publik. Pada dasarnya tujuan

humas yakni untuk menyebarkan data, penghasilan, memelihara, serta membina ikatan baik yang harmonis sehingga memperoleh citra positif terhadap lembaga pendidikan tersebut. Sekolah sebagai lembaga pendidikan memiliki tanggung jawab untuk tidak hanya memberikan pendidikan yang berkualitas tetapi juga membangun dan mempertahankan citra positif di mata publik. Disinilah peran humas menjadi sangat krusial.

Humas di sekolah memiliki beberapa alasan yang signifikan baik untuk pengembangan sekolah itu sendiri maupun untuk pembelajaran siswa. Berikut beberapa alasan: (1) Pentingnya komunikasi, humas berfungsi sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan ide antara sekolah. Humas membantu menjalin komunikasi yang efektif antara sekolah, siswa, orang tua, dan masyarakat luas. Hal ini sangat penting untuk membangun kepercayaan dan pemahaman publik terhadap sekolah, (2) Membangun citra positif, humas berperan dalam membangun dan mengelola citra positif sekolah. Dengan strategi humas yang baik, sekolah dapat meningkatkan reputasinya di masyarakat, yang sangat penting mengingat orang tua semakin selektif dalam memilih sekolah untuk anak-anak mereka, (3) Menjembatani hubungan, humas di sekolah berfungsi untuk menjembatani hubungan antara berbagai pihak, seperti siswa, guru, dan orang tua. Ini membantu menciptakan lingkungan yang harmonis dan mendukung proses belajar mengajar, (4) Pengembangan keterampilan siswa, melalui kegiatan humas, siswa dapat mengembangkan keterampilan komunikasi, organisasi, dan kepemimpinan. Keterampilan ini sangat berharga untuk masa depan mereka, baik dalam pendidikan lanjutan maupun dalam dunia kerja, dan (5) Respons terhadap isu aktual, humas di sekolah juga berperan dalam menangani isu-isu aktual yang mungkin mempengaruhi sekolah. Dengan memahami dan merespons isu-isu ini, sekolah dapat menjaga hubungan baik dengan masyarakat dan menghindari potensi konflik.

Fenomena-fenomena terkait humas bisa kita lihat di berita dan disekitar kita seperti: pertama, SMAN 2 Surabaya meluncurkan aplikasi untuk orang tua siswa, SMAN 2 Surabaya terus berinovasi dalam bidang komunikasi dengan orang tua siswa. Sekolah tersebut baru saja meluncurkan aplikasi mobile yang memudahkan orang tua untuk memantau perkembangan belajar anak, mendapat informasi baru tentang sekolah, serta berinteraksi dengan guru. Humas sekolah berharap aplikasi tersebut dapat meningkatkan keterlibatan orang tua dalam proses pendidikan anak. Kedua, SMAN 1 Bandung menjalin kerja sama dengan Universitas Padjadjaran dalam bidang pendidikan dan penelitian. Kerjasama ini ditandai dengan penandatanganan nota kesepahaman oleh kedua belah pihak. Humas SMAN 1 Bandung mengatakan bahwa kerjasama ini memberikan banyak manfaat bagi siswa, seperti kesempatan untuk mengikuti program pertukaran pelajar dan terlibat dalam penelitian bersama. Ketiga, Humas SMP Harapan Bangsa bantah isu bullying di sekolah, menanggapi beredarnya video yang diduga terjadi kasus bullying di lingkungan SMP Harapan Bangsa, pihak sekolah melalui humas memberikan klarifikasi menegaskan bahwa pihak sekolah telah melakukan investigasi mendalam dan tidak menemukan bukti adanya tindakan bullying seperti yang dituduhkan. Sekolah juga berkotminmen untuk menciptakan lingkungan belajar yang aman dan nyaman bagi seluruh siswa: Orang tua protes kebijakan baru sekolah, berita ini menyoroti adanya kesenjangan komunikasi antara sekolah dan orang tua siswa. Miskomunikasi ini sering memicu konflik dan membuat citra sekolah menjadi buruk.

Humas sekolah dituntut untuk mampu membangun komunikasi yang efektif dan transparan dengan orang tua siswa. Skandal di sekolah swasta ternama guncang dunia pendidikan, berita ini membahas kasus-kasus korupsi, penyalahgunaan wewenang, atau pelanggaran etika yang dilakukan oleh pihak sekolah. Peristiwa semacam ini dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap sekolah dan menjadi tantangan besar bagi humas dalam memulihkan citra lembaga. SDN di Ponorogo tak dilirik oleh masyarakat hingga tidak mendapat siswa baru, praktisi pendidikan memandang fenomena tersebut disebabkan pergeseran preferensi masyarakat terhadap kualitas pendidikan. Lembaga pendidikan swasta lebih dipilih daripada sekolah negeri karena swasta dapat mengikuti arus perubahan baik itu kebutuhan kurikulum keagamaan, kualitas pendidikan, dan kedekatan hingga perhatian guru ke siswa. Dan itu menjadi daya tarik masyarakat untuk menyekolahkan anak mereka ke sekolah swasta, (Suryosubroto, 2012) Mengungkapkan bahwa, "Kegiatan humas yang dilaksanakan di lembaga-lembaga pendidikan atau badan penyelenggaraan pendidikan dimaksudkan untuk mengabdikan pada kepentingan kependidikan." Keberadaan humas erat hubungannya dengan perkembangan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat melalui proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Humas bertindak sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat luas, termasuk siswa, orang tua, guru, staf, alumni, dan pihak eksternal lainnya. Hubungan ini diwujudkan melalui berbagai strategi-strategi tersebut ditempuh untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra sekolah.

Humas sekolah memiliki berbagai kendala yang dihadapi dapat mempengaruhi efektivitas tugas dan fungsinya. Beberapa kendala utama yang sering dihadapi adalah: (1) Komunikasi yang tidak efektif, salah satu tantangan terbesar adalah kesulitan menjalin komunikasi yang baik antara sekolah dan masyarakat. Hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman dan ketidakjelasan informasi, yang pada gilirannya mempengaruhi hubungan antara sekolah dan orang tua atau wali murid, (2) Keterbatasan sumber daya, humas sering kali beroperasi dengan sumber daya yang terbatas, baik dari segi anggaran maupun personel. Ini dapat menghambat kemampuan mereka untuk melaksanakan program-program yang lebih luas dan efektif, (3) Persepsi publik yang negatif, terkadang humas harus menghadapi persepsi negatif dari masyarakat terhadap sekolah. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk isu-isu yang muncul di media atau kurangnya transparansi dalam pengelolaan sekolah. (4) Fokus terbatas pada tugas administrasi, banyak humas sekolah terjebak dalam tugas-tugas administrasi yang tidak memberikan dampak signifikan terhadap hubungan masyarakat. Mereka sering kali hanya berfungsi sebagai moderator atau notulen dalam rapat, yang membuat peran mereka terlihat kurang penting. (5) Kurangnya dukungan dari pihak manajemen, tanpa dukungan yang kuat dari pimpinan sekolah, humas mungkin merasa terisolasi dan tidak memiliki kekuatan untuk mengambil inisiatif dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan masyarakat.

Peran humas dalam meningkatkan citra sekolah mencakup berbagai aspek, mulai dari komunikasi yang efektif, manajemen reputasi, hingga penyelenggaraan acara yang membangun kebanggaan dan keterlibatan komunikasi. Sutarno (2006:2) berpendapat bahwa, "Citra mencerminkan kemauan dan kemampuan dalam melakukan berbagai kegiatan, seperti tugas dan kewajiban yang menjadi tanggung jawab, serta tanggung jawab sosial" (Hendrawanto, 2017). Keberadaan humas yang berfungsi secara optimal,

sekolah dapat menyampaikan pesan-pesan penting, mengelola opini publik, dan menanggapi isu-isu kritis dengan cepat dan tepat. Semua ini bertujuan untuk membangun hubungan dan harmonisasi yang saling menguntungkan antara sekolah dan seluruh pemangku kepentingannya.

Memilih topik humas karena di Indonesia kondisi humas di sekolah masih dianggap kurang baik. Banyak sekolah, terutama sekolah negeri yang kurang peduli terhadap pentingnya membangun citra positif sekolah. Di Pedesaan masih terdapat pegawai yang gaptak tentang teknologi, itu bisa menghambat sekolah untuk mendapatkan citra yang baik di masyarakat. Karena saat ini teknologi sangat membantu sekolah untuk mempromosikan melalui media sosial. Selain itu, peran humas dalam mengelola komunikasi dan informasi sering kali tidak maksimal, yang mengakibatkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang kegiatan dan prestasi sekolah. Humas bertugas untuk menjalin komunikasi yang baik antara sekolah dan masyarakat, serta mengelola informasi yang disampaikan kepada publik. Dengan adanya humas efektif, sekolah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menarik perhatian orang tua serta calon siswa. Jadi penting untuk meningkatkan pemahaman dan praktek humas di sekolah-sekolah di Indonesia agar dapat berfungsi secara optimal dalam membangun hubungan yang baik dengan publik dan menciptakan citra positif yang berkelanjutan.

Citra yang positif sangat penting karena dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari semua pemangku kepentingan, yang ada pada gilirannya akan berkontribusi pada keberhasilan dan perkembangan sekolah. Dewi (2013:30) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa, "Humas memiliki kemampuan membangun citra yang akan berkontribusi pada terwujudnya reputasi organisasi. Singkat kata baik buruknya sebuah organisasi dipengaruhi seberapa maksimal peran humas" (Hendrawanto, 2017). Reputasi yang baik pada suatu organisasi timbul karena adanya kerjasama, saling percaya, dan citra yang baik. (Ruslan Rosady, 2016) mengungkapkan, "Citra sendiri itu adalah tujuan utama dan sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat atau public relations". Menurut terjemahan Collins English Dictionary yang dikutip dalam novel Strategi Public Relations tentang definisi citra selaku sesuatu cerminan tentang mental, serta ide yang dihasilkan oleh imajinasi ataupun karakter yang ditunjukkan kepada publik oleh seorang, organisasi, serta sebagainya (Anggil Risnawati Akmal, Haryati, 2023).

Memilih tentang humas sekolah memiliki beberapa motivasi, berikut beberapa alasan: (1) Pentingnya komunikasi, humas berperan sebagai jembatan antara sekolah dan masyarakat. Dapat mengeksplorasi bagaimana komunikasi yang efektif dapat meningkatkan hubungan antara sekolah, siswa, dan orang tua. Sangat penting untuk menciptakan lingkungan belajar yang positif dan mendukung. (2) Pengembangan citra sekolah, citra sangatlah penting, strategi humas yang dapat digunakan untuk membangun dan mempertahankan citra positif sekolah dimata masyarakat. Kegiatan yang melibatkan publik internal dan eksternal, yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat. (3) Interaksi dua arah, humas tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk mendengarkan umpan balik dari masyarakat. Pentingnya komunikasi dua arah dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara sekolah dan masyarakat. (4) Mendorong partisipasi publik, dapat menjelaskan bagaimana humas dapat mendorong keterlibatan orang tua dan masyarakat dalam

mendukung program-program pendidikan. (5) Relevansi dalam pendidikan, membahas bagaimana humas dapat membantu sekolah dalam menghadapi isu-isu terkini dan menyampaikan informasi yang penting kepada publik.

Citra adalah gambaran atas perilaku di mata orang lain dan masyarakat tentang kelompok, perusahaan atau instansi. Selain itu, citra merupakan kesan yang diterima oleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta yang didapat melalui informasi. Pada dasarnya citra itu abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari hasil penilaian atas baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan positif maupun negatif atas pendapat masyarakat luas. Upaya membangun citra tidak dapat dicoba pada dikala tertentu saja, namun ialah sesuatu proses yang panjang. Sebab citra ialah seluruh anggapan ataupun objek yang dibangun oleh konsumen dengan metode memproses data dari bermacam-macam sumber selama waktu (Supada, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka perumusan masalah dalam kajian literatur adalah Bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah? Tujuan penulisan ini adalah untuk mendeskripsikan strategi humas dalam membangun citra sekolah. Motivasi penulis menulis jurnal karena penulis ingin menambah wawasan dan pengetahuan di bidang humas pendidikan, khususnya dalam konteks peningkatan citra sekolah. Sekolah tidak hanya dikenal sebagai lembaga pendidikan yang unggul dalam bidang akademik, tetapi juga sebagai institusi yang memiliki hubungan baik dengan komunikasinya dan berkomitmen terhadap nilai-nilai positif yang mendukung perkembangan siswa dan masyarakat secara keseluruhan.

## **METODE**

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan yang mengeksplorasi informasi dan pengolahan bahan penelitian melalui rekaman peristiwa yang telah ditelaah dalam karya ilmiah dalam bentuk tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang (Sugiyono, 2016). Menurut Imam Bawawi, ciri khas metode studi kepustakaan, sumber data yang diteliti berupa buku, jurnal, majalah, dokumen, surat kabar, artikel laporan penelitian, dan informasi yang bersumber dari internet (Bawawi, 2016). Untuk menemukan referensi yang tepat untuk masalah tersebut, penulis mencari berbagai referensi yang relevan atau up to date untuk menyelesaikan permasalahan yang dipelajari. Tujuan dari studi kepustakaan adalah memperkuat masalah konseptual yang digunakan sebagai bahan referensi untuk studi teoritis, sehingga dapat menjadi dasar untuk desain penelitian pada peran dan strategi humas dalam membangun citra sekolah.

Diawali dengan melihat jurnal yang direferensikan dalam bibliografi artikel di bidang humas. Melihat referensi naskah untuk mencari tahu jurnal atau artikel yang dikutip itu diterbitkan. Mencari jurnal-jurnal melalui google, google scholar, scopus, dan publish and perish. Keyword yang digunakan saat awal mencari jurnal adalah peran humas dalam meningkatkan citra sekolah, humas, peran humas, meningkatkan citra, dan citra sekolah. Kriteria yang digunakan untuk memilih dan membandingkan jurnal yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan melihat tujuan dan ruang lingkup jurnal dan membandingkan artikel yang serupa pada jurnal. Untuk menemukan jurnal yang relevan dilakukan analisis

setiap jurnal untuk menemukan kesamaan dan perbedaan, membaca abstrak dan kesimpulan dari jurnal untuk menilai apakah isi jurnal tersebut relevan dengan topik.

Dari berbagai macam sumber terkumpul 43 jurnal, setelah membaca dan memahami jurnal tersebut disaring menjadi 22 jurnal yang valid. Jurnal yang valid yang sudah terindeks di database seperti Scopus, Google Scholar, setiap jurnal ilmiah yang resmi memiliki International Standard Serial Number (ISSN), diterbitkan oleh penerbit yang terpercaya, artikel yang dimuat dalam jurnal yang valid harus melalui proses peer review yaitu evaluasi oleh para ahli di bidang yang sama untuk memastikan kualitas dan orisinalitas penelitian, jurnal yang baik memiliki pedoman penulisan yang jelas dan konsisten, serta mengikuti standar etika publikasi ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

Humas dalam suatu lembaga, baik lembaga pendidikan, non-pendidikan disebut juga dengan *Public Relation*. Masyarakat (publik) adalah sekelompok orang yang mempunyai perhatian pada sesuatu objek yang sama, mempunyai keinginan dan kepentingan yang sama. Masyarakat (publik) bisa juga didefinisikan sebagai grup kecil, yang terdiri atas beberapa orang dengan jumlah yang sedikit (kelompok kecil) dan dapat juga kelompok besar. Istilah *public relation* merupakan terjemahan ke dalam bahasa Indonesia, istilah tersebut merupakan arti hubungan dengan masyarakat (Puspokusumo, 2011). Sedangkan istilah *relation* (dengan istilah jamak) adalah adanya timbal balik atau *two-way-communication* (Hidayah et al., 2022).

Menurut Meksiko (*The Mexican Statement*), praktek Kehumasan adalah suatu seni sekaligus ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekuensinya, memberi masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, serta menerapkan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayaknya. Fungsi dari *Public Relation* adalah untuk mencapai target yang telah disusun dan pada awalnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari kenyataan yang aktual, merencanakan, mengkomunikasikan sehingga pada akhirnya mengevaluasi hasil-hasil apa saja yang telah berhasil diraih (Artis, 2011).

Humas mempunyai posisi yang sangat penting dalam suatu lembaga. Humas merupakan salah satu bagian dari organisasi. Humas bertugas dalam interaksi dengan masyarakat. Masyarakat adalah suatu kesatuan yang didasarkan pada ikatan-ikatan yang telah teratur dan boleh dikatakan stabil (Baharun & Awwaliyah, 2017). Eksistensi humas dalam suatu lembaga atau instansi merupakan jembatan (mediasi) penyambung antara lembaga dan publiknya. Humas harus mempunyai banyak media. Media merupakan fasilitas atau sarana yang digunakan dalam menunjang setiap aktivitas yang dilakukan. Rumanti menyebutkan bahwa humas harus memiliki berbagai macam sarana penghubung yang digunakan humas (mewakili organisasi) dengan publiknya, yaitu internal maupun eksternal untuk membantu pencapaian (Rumanti & Evelina, 2002).

Perencanaan humas adalah proses yang sistematis dan terorganisir, yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik. Berikut beberapa aspek dari perencanaan humas: pertama, tujuan yang jelas, setiap

program humas harus memiliki tujuan yang spesifik dan terukur. Ini membantu dalam mengarahkan semua aktivitas ke arah pencapaian hasil yang diinginkan. Kedua, analisis situasi sebelum merencanakan penting untuk melakukan analisis mendalam mengenai perilaku publik dan hubungan organisasi dengan lingkungan. Ini termasuk memahami opini publik baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ketiga, strategi komunikasi perencanaan harus mencakup strategi komunikasi yang jelas, menggunakan berbagai saluran media untuk menyampaikan pesan kepada publik. Ini termasuk hubungan dengan media, yang merupakan aspek krusial dalam membangun citra organisasi. Keempat, manajemen krisis organisasi harus siap dengan tim manajemen krisis yang permanen untuk menangani situasi darurat yang dapat mempengaruhi reputasi. Kelima evaluasi dan penyesuaian proses perencanaan humas harus bersifat sirkuler, yang berarti harus ada evaluasi berkala untuk menilai efektivitas program dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Jenis-jenis media humas dalam sekolah menurut Nasution dibedakan menjadi dua yaitu media internal dan media eksternal humas (Nasution et al., 2006), antara lain:

1. Media internal humas, antara lain: warta atau buletin, papan informasi, papan foto, spanduk dan baliho, kotak saran, presentasi video dan slide, stasiun radio sendiri, kaset video dan LCD, komunikasi tatap muka, acara kekeluargaan, klub sosial, literatur pengenalan/informasi dan jaringan telepon internet.
2. Media eksternal humas, antara lain: jurnal eksternal, media audio visual, literatur edukatif, komunikasi lisan, pameran, seminar dan konferensi, sponsor, media cetak, media elektronik, media tatap muka atau secara langsung, media cetakan, spanduk dan umbul-umbul, *company profile* (profil lembaga pendidikan), *special event* (kegiatan khusus dalam humas), dan media internet.

Dalam pelaksanaannya, humas melibatkan beberapa kegiatan strategis, seperti:

1. Perencanaan komunikasi: menyusun rencana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada publik.
2. Pengelolaan acara: mengorganisir dan mensukseskan acara, baik secara daring maupun luring, yang melibatkan interaksi dengan publik.
3. Pengembangan informasi: mengembangkan dan menyebarkan informasi yang relevan untuk meningkatkan pemahaman publik tentang organisasi.

Humas dalam perkembangannya bertujuan untuk tiap-tiap organisasi dalam publik perlu mendesain hubungannya dengan berbagai elemen masyarakat, agar tercapai hubungan yang serasi dan harmonis. Humas merupakan salah satu hal yang bisa mengakomodasi semua kebutuhan suatu relasi dan berkomunikasi dengan orang lain. *Public relation* yang baik wajib dimiliki oleh semua anggota publik pada umumnya terutama masyarakat organisasi pada khususnya membantu untuk kelancaran hubungan kerja yang baik pada organisasi tersebut (Farouk, 2009).

Nasution (2010:32) menyebutkan tujuan yang hendak dicapai humas pada sekolah sebagai berikut: pertama, mengembangkan pemahaman kepada masyarakat tentang maksud-maksud dan sasaran dari sekolah. Kedua, memberikan penilaian program kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sekolah. Menjalinkan dan meningkatkan hubungan harmonis antara orang tua siswa dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik.

Ketiga, memberikan penilaian program kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sekolah.

Humas memiliki posisi yang begitu urgen pada setiap institusi, karena salah satu strategi dalam membentuk citra baik hal itu positif maupun negatif menjadi peran utama humas. Dalam penelitian mengenai kegiatan humas (*public relation*), ada tiga tugas dalam kegiatan humas yaitu peran sebagai teknisi dan sebagai manajemen. Humas menjalankan tiga peran sekaligus. Pertama, yaitu sebagai penasehat dalam mendefinisikan masalah, menyarankan pilihan dan memantau implementasi kebijakan. Kedua, sebagai mediasi komunikasi, yaitu adalah orang yang bertugas dalam suatu institusi yang berhubungan langsung dengan lingkungan yang berperan untuk menjaga hubungan komunikasi dua arah. Ketiga, sebagai sarana pemecah masalah, yaitu orang yang mempunyai mitra dengan atasan untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah. Hubungan masyarakat atau sering diistilahkan dengan humas merupakan suatu seni dalam membuat pemahaman masyarakat yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan masyarakat terhadap lembaga (Afkarina, 2018).

Tugas sekolah bukan hanya sekedar mengantarkan peserta didik menggapai cita-cita yang diharapkan. Tetapi sekolah juga harus mampu memberikan kontribusi terhadap masyarakat dalam penyelenggaraan kebijakan yang dilakukan oleh sekolah. Sekolah memiliki tanggung jawab bagi sekolah untuk mengkomunikasikan setiap kebijakan, ini menjadi tanggung jawab bagi sekolah untuk meningkatkan komunikasi, mengenai kebijakan yang dibuat sekolah terhadap masyarakat luas. Selain itu sekolah juga harus dapat mempromosikan potensi yang dimiliki oleh sekolah kepada masyarakat umum seiring dengan meningkatnya kebutuhan keterbukaan informasi, sehingga masyarakat akan dapat mudah dalam mendapatkan informasi yang diinginkan mengenai sekolah. Kemudian masyarakat dapat memberikan dukungan terhadap kebijakan yang dibuat oleh sekolah, serta masyarakat akan dapat mudah memberikan masukan kepada sekolah terkait dengan kebijakan sekolah.

Proses evaluasi dalam manajemen humas sangat penting karena berfungsi sebagai langkah akhir dan awal dari setiap program. Evaluasi membantu menilai tingkat keberhasilan atau kegagalan program yang telah dilaksanakan. Dengan mengetahui hasil evaluasi, praktisi humas dapat merancang program yang lebih baik di masa depan. Evaluasi juga berfungsi untuk memastikan efisiensi biaya dan mendukung manajemen yang baik dengan menetapkan sasaran yang jelas. Evaluasi humas di sekolah dapat dilakukan melalui beberapa tahapan, antara lain:

1. Evaluasi persiapan, menilai kecukupan informasi yang melatarbelakangi program humas.
2. Evaluasi implementasi, mengkaji apa yang telah dilakukan oleh praktisi humas dalam melaksanakan program, termasuk pendokumentasian materi komunikasi yang telah diproduksi.

Melalui evaluasi sekolah dapat: mengidentifikasi hal-hal yang tidak relevan dan menghilangkannya, memfasilitasi pertanggungjawaban atas hasil yang dicapai, mengantisipasi kemungkinan masalah yang mungkin muncul selama pelaksanaan program. Jadi evaluasi humas di sekolah tidak hanya penting untuk meningkatkan kualitas komunikasi, tetapi juga untuk membangun citra positif sekolah dimata masyarakat.

## PEMBAHASAN

Sebuah lembaga pendidikan berusaha untuk maju dan berkembang harus mampu menciptakan *image* (citra) positif pada hati publik merupakan keharusan yang tidak boleh tidak harus dilaksanakan, sehingga publik mampu memberi keputusan untuk mendaftarkan para anak-anak mereka dan ikut serta dalam berpartisipasi aktif terhadap pengembangan lembaga pendidikan tersebut. Sehingga selain juga dengan melalui pengembangan kualitas juga membutuhkan kegiatan hubungan politik yang produktif berdasarkan visi misi yang jelas (Anggil Risnawati Akmal, Haryati, 2023). Pembangunan pendidikan akan berjalan dengan efektif bilamana semua aspek dan semua unsur yang terkait termasuk instansi di suatu lembaga pendidikan bekerjasama dalam mensukseskan lembaga (Harini & Karwanto, 2014).

Program sekolah akan berjalan lancar apabila mendapatkan dukungan dari masyarakat oleh karena itu sekolah harus terus menerus membangun hubungan yang baik antara sekolah dengan masyarakat. Nasution (2010:17) berpendapat "untuk menjaga image positif sekolah, dibutuhkan profesionalisasi petugas humas di lembaga pendidikan tersebut, karena peran dan fungsi humas tidak terlepas dari opini publik". Sekolah perlu banyak memberikan informasi terhadap masyarakat mengenai program dan masalah yang sedang dihadapi, agar masyarakat dapat mengetahui dan memahami masalah yang dihadapi sekolah. Dari pemahaman dan pengertian ini diharapkan adanya umpan balik yang berguna bagi pengembangan program sekolah lebih lanjut. Diharapkan pula akan timbul timbal balik yang baik antara masyarakat luas, baik masyarakat pada umumnya serta para pelaku usaha atau pelaku industri dengan pihak sekolah sehingga menciptakan kepercayaan opini serta citra yang baik yang diberikan pada masyarakat terhadap sekolah.

Peran humas dalam memelihara citra lembaga pendidikan, terdiri dari beberapa peran, yaitu: Pertama komunikator, dalam hal ini humas bertugas menjadi pembicara atau menjembatani komunikasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Humas dituntut untuk ahli dalam menulis, mengedit pemberitaan dan berita yang diterbitkan di koran, majalah, website, konten youtube, instagram, facebook, dan whatsapp (Nurjan, 2021). Kedua penasehat ahli humas bertugas untuk mewakili lembaga pendidikan dalam mendefinisikan permasalahan mengembangkan program dan bertanggung jawab penuh atas implementasinya serta harus bersikap *fast respon* dalam menghadapi sesuatu yang sedang terjadi di lembaga pendidikan (Nasution, 2010). Ketiga, perantara/konseling antara lembaga pendidikan dan masyarakat dalam hal ini humas pada lembaga pendidikan bertindak sebagai pendengar yang peka dan perantara komunikasi dan juga dituntut untuk menjadi fasilitator dalam menjembatani komunikasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat (Sitepu, 2011). Keempat, fasilitator dalam memberikan *problem-solving* dalam hal ini *public relations* pada lembaga pendidikan bekerjasama dengan pimpinan dan elemen lainnya untuk memecahkan permasalahan, serta membantu kepala sekolah lembaga pendidikan dalam memberikan *problem-solving* atas permasalahan yang terjadi secara profesional dan rasional (Syam & Hidayat, 2019).

Pada lembaga pendidikan humas merupakan serangkaian pengelolaan yang berhubungan dengan kegiatan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dimaksudkan untuk mendukung proses pembelajaran di lembaga pendidikan yang bersangkutan sehingga dapat meningkatkan mutu pembelajaran. Murid yang memiliki

motivasi belajar yang tinggi akan terlibat aktif tekun dan semangat dalam pembelajaran sehingga pembelajaran akan menjadi lebih aktif dan bermakna serta pencapaian kualitas hasil belajar (Baharun, 2015). Dalam hal ini fungsi humas di lembaga sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 bahwa "sistem pendidikan nasional harus menjamin pemerataan kesempatan pendidikan peningkatan mutu serta relevansi dan efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan perubahan lokal nasional dan global". Mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk manusia atau tenaga kerja proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan pelanggan atau konsumen (Afkarina, 2018).

Humas pada lembaga pendidikan, harus memiliki beberapa kemampuan mendasar, agar mampu merealisasikan peningkatan kerjasama dan hubungan yang harmonis dan baik dengan masyarakat internal dan eksternal, antara lain berkomunikasi, memimpin, bergaul, berkepribadian, dan kreatif. Kemampuan dasar tersebut, perlu didukung dengan program dan kegiatan humas, terutama dalam rangka membangun citra lembaga pendidikan di mata masyarakat, yang terdiri dari program dan kegiatan *marketing* dan *corporate*. Citra yang positif pada lembaga pendidikan akan mudah terbangun dan terbentuk, jika humas didukung secara penuh dan konsisten oleh seluruh elemen lembaga pendidikan, melalui beberapa strategi jitu dan diimplementasikan secara kontinyu, sehingga citra yang positif tersebut dapat terbangun, dan terpelihara dengan baik. Humas dalam membangun citra lembaga pendidikan, haruslah mampu berperan secara aktif dalam citra lembaga pendidikan, haruslah mampu berperan secara aktif dalam melaksanakan tugasnya berdasarkan program dan kegiatan yang telah direncanakan.

Pertama, program dan kegiatan marketing, terdiri dari: membangun kepercayaan (*confidence and trust*) di mata masyarakat secara luas; mengenalkan, mempromosikan kelebihan-kelebihan program unggulan dan favorit dari lembaga pendidikan kepada masyarakat, melibatkan dan menggerakkan masyarakat dalam menyebarluaskan program unggulan dan favorit dari lembaga pendidikan kepada khalayak masyarakat yang lebih luas (Rahmat, 2016). Memperluas jangkauan promosi dan informasi tentang lembaga pendidikan dengan menyebarkan berita tentang aktivitas yang telah dilaksanakan oleh lembaga pendidikan, memanfaatkan media sosial (whatsapp, twitter, instagram, youtube, line, facebook, website, dan lain sebagainya) sebagai media informasi dan komunikasi kepada masyarakat, dan membuat iklan yang lebih berbunyi atau mudah dipahami oleh masyarakat (Fadhli & Fadlilah, 2017).

Kedua, program dan kegiatan yang bersifat corporate, terdiri dari: menjalin hubungan dan kerjasama dengan pihak pemerintah yang terkait, dalam rangka memperoleh dukungan moral maupun pendanaan untuk mendukung peningkatan kualitas lembaga pendidikan, menjalin hubungan dan kerjasama dengan masyarakat (*stakeholder*) baik internal dan eksternal terkait dengan masalah yang terjadi di lembaga pendidikan maupun yang terjadi di masyarakat (Deddiliawan & Arafat, 2019). Seperti masalah keamanan, masalah lainnya, menjalin hubungan dan kerjasama dengan pihak media, dan wartawan; menjalin hubungan dan kerjasama dengan seluruh elemen di lembaga pendidikan yang sederajat, dan menjalin kerjasama dan hubungan dengan seluruh pihak internal lembaga pendidikan dalam mengatasi seluruh permasalahan yang terjadi di lembaga pendidikan (O'Reilly & Matt, 2013).

Citra atau *image* adalah suatu istilah yang baru, yang menarik serta menjadi perbincangan masyarakat saat ini bahkan menjadi topik internasional. Di dalamnya terdapat prinsip kepentingan bersama yang merupakan esensi dari kegiatan *public relation*. Mempunyai cara yang jelas dalam bekerja dan menggunakan dua pihak (*two-way communications*) (Indrawan, 2017: 171). Tugas inti dari seorang *public relation* adalah sinkronisasi antara informasi dari suatu institusi dengan reaksi dan tanggapan publik terhadapnya sehingga mencapai suasana akrab, saling mengerti dan tercipta pula suasana yang menyenangkan dalam interaksi institusi dengan publik. Persesuaian yang akan menciptakan hubungan harmonis di mana satu dan yang lainnya saling memberi dan saling menerima keuntungan kedua belah pihak (Utari, 2015: 12).

Citra sebuah organisasi terlihat ketika organisasi tersebut dalam melaksanakan perannya. Baik buruk citra organisasi akan tercerminkan setiap kegiatan yang dilaksanakan apakah memperoleh timbal balik atau tidak dari masyarakat, (Nasution, 2010) Menentukan peran humas dalam lembaga pendidikan, kemudian akan menjadi acuan dalam meningkatkan citra sekolah sebagai berikut:

1. Membina hubungan harmonis kepada publik internal dan hubungan kepada publik eksternal.
2. Membina komunikasi dua arah kepada publik internal dan publik eksternal dengan menyebar pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian, dan berbagai kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada di lembaga pendidikan maupun yang ada di masyarakat.
4. Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang terdapat dalam masyarakat.

Ruslan (2000) menjelaskan bahwa citra lembaga pendidikan atau sekolah yang harus mendapat perhatian dan pengawalan dari humas terbagi menjadi lima, yaitu: pertama, *Mirror image*, yaitu merupakan citra yang dibentuk melalui keyakinan dan kepercayaan seluruh elemen yang ada di lembaga pendidikan, terutama pimpinannya yang tidak percaya pada kesan-kesan dari luar lembaga pendidikan yang dipimpinnya. Kedua, *Current image* adalah citra yang diperoleh dari masyarakat tentang lembaga pendidikan, yang didasarkan pada pengalaman masyarakat yang baik dan tidak baik. Ketiga, *Wish image* merupakan citra yang ingin dan diharapkan untuk dicapai oleh lembaga pendidikan dan merupakan reputasi yang benar-benar ingin dicapai di masa yang akan datang. Keempat, *Corporate image* merupakan citra yang berhubungan dengan lembaga pendidikan itu sendiri, bukan pada program unggulan maupun jasa pendidikan yang akan diberikan kepada masyarakat. Kelima, *Multiple image* merupakan citra yang bersifat bebas, diciptakan dan dibentuk oleh perwakilan lembaga pendidikan yang tidak mewakili reputasi lembaga pendidikan secara keseluruhan.

Peran yang sering muncul di setiap jurnal ialah; penghubung, humas bertindak sebagai jembatan antara sekolah dengan berbagai stakeholder, seperti orang tua, siswa, alumni, media, dan masyarakat. Mereka membangun dan menjaga hubungan baik dengan semua pihak yang berkepentingan; komunikator, humas bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi yang akurat dan relevan tentang sekolah kepada publik. Mereka juga berperan dalam mengelola citra sekolah, baik melalui komunikasi internal maupun

eksternal; manajer krisis, humas memiliki peran yang sangat penting dalam mengatasi masalah, memberikan informasi yang tepat, dan melindungi reputasi sekolah; inovator, humas harus terus berinovasi dalam menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk mencapai audiens yang lebih luas dan relevan. Mereka juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren komunikasi.

## **KESIMPULAN**

Humas mempunyai peran yang sangat penting dalam suatu lembaga pendidikan. Humas merupakan suatu strategi yang menyeluruh dan terpadu mengenai kegiatan utama yang ada pada suatu lembaga pendidikan atau non pendidikan untuk menentukan keberhasilannya. Aktivitas komunikasi dengan masyarakat pada dasarnya berkaitan dengan sikap sosialisasi dan pendidikan terhadap masyarakat. Komunikasi dengan masyarakat tidak hanya berpusat pada masyarakat yang diluar lembaga, melainkan bagaimana masyarakat internal juga harus diperhatikan. Keharmonisan antara masyarakat internal dan eksternal jika tidak terwujud maka akan berdampak buruk pada citra lembaga pendidikan tersebut. Pada konteks ini maka humas dituntut harus bisa membentuk nilai-nilai pemahaman sikap-sikap sama perilaku publik baik internal maupun eksternal agar searah dengan kebutuhan lembaga. Strategi yang digunakan dapat berupa pengemasan pesan-pesan komunikasi publik yang lebih mengandung tentang apa dan siapa serta apa manfaat dari keberadaan suatu lembaga.

Humas pada lembaga pendidikan, harus memiliki beberapa kemampuan dasar agar mampu merealisasikan peningkatan kerjasama dan hubungan yang harmonis dan baik dengan masyarakat internal dan eksternal, antara lain berkomunikasi, memimpin, bergaul, berkepribadian, dan kreatif. Kemudian kemampuan dasar tersebut, perlu didukung dengan program humas, terutama dalam rangka membangun citra lembaga pendidikan di mata masyarakat, yang terdiri dari program dan kegiatan *marketing* dan *corporate*. Citra yang positif pada lembaga pendidikan melalui beberapa strategi jitu dan diimplementasikan secara berkala, sehingga citra yang positif tersebut dapat terbangun dan terpelihara dengan baik. Maka humas dalam membangun citra lembaga pendidikan, haruslah mampu berperan secara aktif dalam melaksanakan tugasnya berdasarkan program dan kegiatan yang telah direncanakan. Peran humas pada lembaga pendidikan setidaknya terdiri dari beberapa peran yaitu; komunikator, penasihat ahli, perantara/konseling dan fasilitator *problem-solving*.

Dalam humas di sekolah terdapat beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya; pertama peran humas dalam penanganan kasus bullying, penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana humas sekolah berperan dalam mengelola komunikasi terkait kasus bullying; kedua penelitian dapat dilakukan untuk memahami bagaimana humas dapat meningkatkan keterlibatan orang tua dalam sekolah; ketiga evaluasi efektivitas komunikasi humas, menilai seberapa efektif komunikasi yang dilakukan oleh humas media yang digunakan dan respons dari audiens.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Afkarina, N. I. (2018). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan. *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 50–63.

<https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5124>

- Anggil Risnawati Akmal, Haryati, Z. (2023). Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Organisasi. *Jrpp*, 6(1), 4139–4142. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/mmp/article/view/13574>
- Arrivabene, L. S., Vieira, P. R. da C., & Mattoso, C. L. de Q. (2019). Impact of Service Quality, Satisfaction and Corporate Image on Loyalty: A Study of a Publicly Traded for-Profit University. *Services Marketing Quarterly*, 40(3), 189–205. <https://doi.org/10.1080/15332969.2019.1630174>
- Artis. (2011). Strategi Komunikasi Public Relations. *Sosial Budaya*, 8(02), 184–197. <https://books.google.co.id/books?id=krbWDgAAQBAJ&lpg=PR6&dq=komunikasi&lr&pg=PR1#v=onepage&q=komunikasi&f=true>
- Baharun, H. (2015). Penerapan Pembelajaran Active Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa di Madrasah. *Pendidikan Pedagogik*, 01, 34–46.
- Baharun, H., & Awwaliyah, R. (2017). Pendidikan Multikultural dalam Menanggulangi Narasi Islamisme di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies)*, 5(2), 224. <https://doi.org/10.15642/jpai.2017.5.2.224-243>
- Barnawi, O. Z. (2022). *Branding in Transnational English Medium Instruction-Oriented Universities in The Arabian Gulf: Implications for Language Policy*. 8(1), 58–72.
- Bawawi, I. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan Islam* (1 ed.). Khazanah Ilmu Sidoarjo.
- Deddiliawan, A., & Arafat, Y. (2019). Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Kredibilitas Sekolah. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 84. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2478>
- Fadhli, M., & Fadlilah. (2017). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dan Blog Sebagai Sarana Publikasi Bustanul Athfal Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 18–24. <https://journal.umpo.ac.id/index.php/adimas/article/view/611/593>
- Farouk, U. (2009). Peran Public Relations Di Perguruan Tinggi Negeri (Ptn) Dalam Era Badan Hukum Pendidikan Tinggi. *Jiakp*, 6(1), 68–77. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/dialogue/article/view/425>
- Harini, I. N., & Karwanto. (2014). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP Al Hikmah Surabaya). *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 04(04), 8–20. <https://static-fip.unesa.ac.id/index.php/37/article/view/7429/7876>
- Hendrawanto, G. (2017). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMA Negeri 7 Kota Tangerang Selatan. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 408–420. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Hidayah, N., Sulastini, R., & Handayani, S. (2022). Implementasi Manajemen Kurikulum Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Program Keunggulan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 3(1), 9–15. <https://doi.org/10.35672/afeksi.v3i1.37>

- Meisani. (2023). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia Di Kabupaten Garut). *Gastronomía ecuatoriana y turismo local.*, 1(69), 5–24.
- Nasution, Mondry, & Effendy, M. (2006). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- Nasution, Z. (2010). *Manajemen humas di lembaga pendidikan: konsep, fenomena, dan aplikasinya*. Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Nurjan, S. (2021). *Tantangan dan Peluang Islam Dalam Menghadapi Era New Normal dan Era Digitalisasi* (A. R. Syam). Calina Media.
- O'Reilly, F. L., & Matt, J. J. (2013). Public Relations Opportunities for Schools Utilizing Innovations in Virtual Communities. *Journal of Education and Learning*, 2(2), 139–143. <https://doi.org/10.5539/jel.v2n2p139>
- Puspokusumo, A. (2011). Peranan Management Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan: Studi Kualitatif pada Re-Opening Hotel Mandarin Oriental, Jakarta. *Binus Business Review*, 2 (1), 202. <https://doi.org/10.21512/bbr.v2i1.1128>
- Rahmat, A. (2016). *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Ekonomi.
- Rumanti, M., & Evelina, L. (2002). *Dasar Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ruslan Rosady. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Revisi). Rajawali Pers.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. USU Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Supada, W. (2020). Peran Public Relations Dalam Memangun Pencitraan Positif Organisasi. *Communicare*, 1 (1), 92–100. <https://jurnal.stahnmpukuturan.ac.id/index.php/communicare/article/view/762>
- Suryosubroto, B. (2012). *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat* (Edisi Pert). Rineka Cipta.
- Syam, A. R., & Hidayat, M. C. (2019). Peran Bagian Public Relations Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan di Era Otonomi Pendidikan. *Pendidikan Islam*, 8. <https://doi.org/10.30651/td.v8i1.3144>
- Yasmin, F., Li, S., Zhang, Y., Poulouva, P., & Akbar, A. (2021). Unveiling the international students' perspective of service quality in Chinese higher education institutions. *Sustainability (Switzerland)*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13116008>