

ISSN (ONLINE) 2598-9936



INDONESIAN JOURNAL OF INNOVATION STUDIES
PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Innovation Studies

Vol. 27 No. 2 (2026): April
DOI: 10.21070/ijins.v27i2.1337

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact ^(*)



Save this article to Mendeley



^(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

The Role of Public Relations Management in Building a School's Brand: Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Branding Sekolah

Siti Fatimah, fatimahsiti9488@gmail.com (*)

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Budi Haryanto, budiharyanto@umsida.ac.id

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background: Public relations management serves as a critical strategic instrument for institutional sustainability and reputation management in modern educational organizations. **Specific Background:** Building a distinct school brand requires structured public relations strategies to manage internal collaboration, digital communication channels, and community engagement in Islamic junior high schools. **Knowledge Gap:** However, empirical analyses examining integrated public relations operational strategies alongside specific institutional challenges within Islamic-based schools remain limited. **Aims:** This study evaluated the strategic role and supporting factors of public relations management in developing school branding at SMPIT Imam Bukhari using a qualitative case study approach. **Results:** The findings demonstrate that public relations builds institutional image through active publication, program promotion, and stakeholder mediation, supported by solid internal collaboration, digital optimization, parent involvement, and unique identities such as Tahfizh Al-Qur'an. **Novelty:** This study establishes an operational public relations framework integrating Islamic educational identity with digital stakeholder management. **Implications:** Educational administrators can implement these communication strategies to strengthen parental trust, overcome institutional communication barriers, and enhance school competitiveness.

Key Findings Highlights

Public relations functions strategically through structured publication, event promotion, and stakeholder mediation to reinforce educational reputation.

Internal synergy, digital media optimization, active parental involvement, and distinctive religious identities drive successful institutional branding.

Communication centralization among homeroom teachers and digital skill gaps represent primary operational challenges in school public relations management.

Keywords: Public Relations Management, School Branding, Positive Image, Islamic Educational Institutions, Stakeholder Engagement

Published date: 2026-08-31

Pendahuluan

Berkembangnya teknologi dan komunikasi yang semakin canggih sekolah dapat menggunakan media sosial, web dan juga platform digital lainnya sebagai wadah dalam memperluas komunikasi. Sehingga hal tersebut menjadi sebuah tantangan baru untuk mengelola brand dan juga reputasi sekolah, sejalan dengan meningkatnya persaingan antara sekolah-sekolah dalam menarik siswa dan upaya mendapatkan dukungan masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Budi Haryanto bahwa *The more positive the school's brand image, the stronger the community's impression and tendency to choose it* [1] yang mana sekolah harus memiliki brand positif yang kuat agar dapat menarik masyarakat untuk memilih sekolah tersebut. Sekolah perlu membranding diri mereka agar berbeda dengan sekolah-sekolah lainya dan memberi kesan yang lebih menonjol baik bagi calon siswa maupun orangtua. Maka dari itu, sebuah lembaga pendidikan harus mempunyai kemampuan dalam mengelola sekolahnya agar mempunyai ciri khas yang berpengaruh terhadap branding sekolah [2]. Jenis praktik pemasaran yang diterapkan oleh sekolah, termasuk riset pasar dan pemantauan pasar; kosakata dan gambar yang digunakan dalam brosur serta materi publisitas lainnya; dan pencitraan merek atau branding [3].

Brand bukan sekadar nama; dalam komunikasi pemasaran, brand tidak hanya mencakup nama atau logo, melainkan juga merupakan janji dari suatu organisasi satuan kerja) kepada pelanggan untuk memenuhi prinsip-prinsip yang dipegang oleh brand tersebut [4]. Brand mempengaruhi pilihan masyarakat untuk membeli atau memiliki sesuatu [5]. Sebuah brand terbentuk melalui proses bertahap yang melibatkan berbagai elemen saling berkaitan. Kepuasan pelanggan terhadap layanan merupakan faktor utama, di mana pengalaman positif dapat meningkatkan loyalitas dan mendorong rekomendasi [6]. Branding sebuah sekolah sangat penting karena dapat meningkatkan prestasi akademik, menarik siswa baru, dan mempengaruhi kepercayaan orang tua. Saat ini branding sekolah sudah sangatlah bervariasi, ada yang melabeli lembaga pendidikan mereka dengan sehat, penghafal al qur'an [7], ada pula yang membranding dengan sekolah yang ramah untuk anak-anak [8], sekolah yang melatih kreatifitas anak dalam bidang wirausaha, mengembangkan bakat anak di bidang olahraga, atau juga sekolah membranding dengan program unggulan bidang sains [9], dan juga branding lain yang dapat meningkatkan citra sekolah. Menciptakan branding dapat menghubungkan pada berlangsungnya pembelajaran dengan cara mengajar yang menarik, aktif dan menyenangkan, melalui seragam identitas sekolah yang menarik dan berbeda dari yang lain, ataupun melalui pembiasaan yang belum diterapkan oleh sekolah lain namun dapat menjadi kebiasaan dan juga budaya sekolah. Di MP IT Al Furqon Palembang, pelaksanaan program hubungan masyarakat sekolah dilaksanakan termasuk dengan penyusunan program kerja. Humas memiliki peran penting dalam proses ini dan harus dapat mengenali potensi yang ada serta fenomena yang terjadi. Hal ini diperlukan untuk merancang program yang efektif dalam membangun citra positif sekolah [10].

Pembangunan branding sekolah sangat memerlukan peran manajemen yang baik dan kuat, salah satunya adalah manajemen hubungan masyarakat. Pendekatan manajemen yang mencakup desain, identifikasi, kontrol, dan pengawasan program yang dilakukan oleh para profesional sumber daya manusia dengan pengetahuan khusus di bidang tersebut. Untuk melakukan penilaian bukan hanya dilihat dari hasilnya namun juga menilai dari segi proses [11]. Humas berperan sebagai penghubung antara masyarakat dengan institusi pendidikan, mengenalkan institusi pendidikan melalui berbagai inisiatif seperti program yang telah dipikirkan dengan matang, memasarkan program-program tersebut kepada masyarakat, dan memamerkan prestasi siswa kepada masyarakat luas, terutama kepada para orang tua siswa [12]. Hubungan masyarakat mencakup semua komunikasi yang terencana, baik ke luar maupun ke dalam, antara organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan saling pengertian. Gagasan hubungan masyarakat terutama berkaitan dengan implementasi dukungan masyarakat [13]. Hubungan masyarakat (humas) berperan penting dalam membangun dan memelihara hubungan positif antara berbagai kelompok masyarakat atau publik yang memiliki keterkaitan dengan organisasi. Tujuan utama dari peran ini adalah untuk menciptakan lingkungan di mana terdapat kepercayaan, pemahaman, dan kerja sama antara organisasi dan para pemangku kepentingannya. Hubungan yang harmonis ini menjadi fondasi penting bagi motivasi, keterlibatan, dan partisipasi aktif publik dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan organisasi. Melalui upaya humas, komunikasi yang efektif dijalankan untuk menyampaikan visi, misi, dan nilai-nilai organisasi kepada publik secara transparan [14].

Humas bertindak sebagai perantara yang memastikan bahwa berbagai kelompok masyarakat, seperti pelanggan, mitra bisnis, pemerintah, media, dan masyarakat luas, memahami tujuan organisasi dan merasa dilibatkan dalam pencapaiannya. Hal ini bisa dicapai melalui kampanye komunikasi, kegiatan sosialisasi, kolaborasi dengan media, dan penyelenggaraan acara yang melibatkan publik. Dengan meningkatkan motivasi publik, humas membantu menciptakan iklim yang mendukung di mana individu dan kelompok merasa termotivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan organisasi sesuai dengan yang Bagea tuangkan dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Strategi Pendidikan*. Dorongan keterlibatan ini menciptakan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama yang mendukung perkembangan organisasi. Misalnya, dalam konteks lembaga pendidikan, peran humas dapat meningkatkan partisipasi orang tua dan masyarakat dalam berbagai program dan inisiatif pendidikan. Mengikutsertakan publik secara proaktif juga berarti melibatkan mereka dalam proses pengambilan keputusan atau meminta umpan balik yang dapat membantu organisasi merespons kebutuhan dan harapan mereka. Hal ini membantu menciptakan loyalitas dan memperkuat hubungan yang bermanfaat secara timbal balik, di mana publik merasa didengar dan dihargai menurut pendapat Rahmat.

Manajemen dapat dikatakan berjalan dengan baik jika semua fungsi manajemen dalam pengembangan sekolah telah terlaksana, dan pihak-pihak seperti orang tua siswa, masyarakat, komite sekolah, serta tim humas secara aktif berperan dalam mempromosikan sekolah melalui berbagai platform media sosial [15]. Namun dalam pelaksanaannya bidang kehumasan tidak dapat berjalan sendiri karena branding bukan hanya tanggung jawab dari humas saja, kehumasan dijalankan melalui "TIM yang solid" dan dikoordinir langsung oleh Kepala Madrasah dengan staf dewan madrasah [16]. Manajemen hubungan masyarakat dapat membantu sekolah dalam memenuhi harapan ini dengan menjalankan komunikasi

yang terbuka, memperkuat hubungan dengan orangtua dan masyarakat, serta memberikan informasi yang jelas tentang prestasi, kegiatan sekolah dan keunggulan sekolah yang tidak dimiliki oleh sekolah lain. Kesadaran akan pentingnya hubungan masyarakat perlu dimiliki tidak hanya oleh pimpinan organisasi atau pihak yang mengelolanya, tetapi juga oleh setiap unit di dalam organisasi atau lembaga tersebut. In the development of the school image, public relations work is carried out through the implementation of internal and external work programs. These each contribute to the development of the school image [17]. Upaya kehumasan dalam mengembangkan citra sekolah dilakukan melalui program kerja internal dan eksternal yang saling melengkapi. Program internal melibatkan kegiatan di dalam sekolah seperti komunikasi rutin, peningkatan kualitas pendidikan, penghargaan untuk siswa dan staf berprestasi, serta kegiatan ekstrakurikuler [18]. Tujuannya adalah membangun kebersamaan, motivasi, dan lingkungan belajar yang positif. Program eksternal melibatkan hubungan dengan masyarakat, seperti partisipasi dalam kegiatan sosial, promosi melalui media, kolaborasi dengan lembaga lain, dan acara seperti open house. Program ini meningkatkan visibilitas dan reputasi sekolah di mata publik [19]. Melalui kombinasi keduanya, humas membantu membangun citra positif yang memperkuat kepercayaan dan menarik minat pihak luar.

Peran strategis hubungan masyarakat dan manajemen pelayanan publik dalam meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah ialah topik yang dibahas dalam beberapa penelitian sebelumnya. Studi ini menekankan peran penting yang dimainkan oleh hubungan masyarakat humas dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Hal ini dilakukan dengan menekankan manfaat PR dalam membangun hubungan yang saling percaya dengan para pemangku kepentingan, mendorong keterlibatan orang tua, dan menawarkan dukungan yang berkesinambungan kepada para peserta didik [20]. Kajian ini menekankan pentingnya fungsi Humas dalam mengembangkan citra institusi pendidikan berbudaya di Madrasah Aliyah Negeri 1 Palembang. Penelitian ini menyoroti nilai strategis peran Humas dalam merumuskan, merencanakan, dan menjalankan program-program Humas yang dibuat secara bersama-sama dengan kepala madrasah, serta berperan sebagai penghubung yang menghubungkan antara lembaga pendidikan dan masyarakat [21]. Bagian Humas dalam proses pengembangan citra di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Tondano menyatakan bahwa fungsi utama Humas dalam membentuk citra sekolah meliputi beberapa aspek penting. Humas berperan sebagai komunikator yang efektif, pengelola hubungan publik baik internal maupun eksternal, sebagai dukungan bagi manajemen, serta sebagai pembentuk citra korporat (Corporate Image) [22]. Dalam upaya meningkatkan reputasi sekolah, metode manajemen hubungan masyarakat SMPN 1 Tellu Siattinge memperlihatkan bagaimana, dalam konteks lembaga pendidikan, hubungan masyarakat berfungsi sebagai saluran komunikasi yang efisien dan bermitra dengan orang tua peserta didik dan masyarakat [23]. Menciptakan Citra Madrasah. Penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor terpenting dalam memperkuat program sekolah di MTsN Bandar Lampung melalui Program Kelas Unggulan ialah mempunyai guru yang profesional, membentuk tim guru untuk berunding dalam setiap mata pelajaran, dan mempunyai komite sekolah yang aktif [24]. Kelima penelitian tersebut relevan dengan judul "Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Branding Sekolah" yaitu dari aspek sosialisasi, komunikasi efektif, dan membangun citra positif satuan pendidikan. Namun, fokus utama dari penelitian ini ialah bagaimana hubungan masyarakat membantu sekolah memproyeksikan citra yang baik di mata masyarakat melalui program unggulannya dan karakteristik yang berkontribusi pada kemampuan manajemen hubungan masyarakat untuk melakukannya.

Ketercapaian sekolah untuk memiliki keunggulan yang dapat menjadi daya tarik tidak lepas dari budaya yang diterapkan dalam lingkungan sekolah tersebut. Budaya sekolah yang diterapkan oleh SMPIT Imam Bukhari yaitu membentuk budaya yang kuat berlandaskan nilai-nilai Islam, di mana seluruh kegiatan sekolah, baik akademik maupun non-akademik, dipandu oleh prinsip-prinsip Islami. Kegiatan seperti shalat berjamaah, membaca Al-Qur'an, dan dzikir menjadi rutinitas harian bagi siswa, menanamkan budaya disiplin, sopan santun, dan tanggung jawab kepada siswa, di mana pembentukan akhlak mulia menjadi fokus utama. Hal ini terlihat dari interaksi antara siswa, guru, dan seluruh warga sekolah yang berlandaskan adab Islami. Beragam kegiatan ekstrakurikuler yang disediakan di SMPIT Imam Bukhari, seperti kegiatan pramuka, PMR, seni (MTQ), beladiri, futsal, informatika dan tahsin, semuanya bertujuan untuk mengembangkan potensi siswa dalam suasana yang tetap menjaga nilai-nilai Islam, dan juga budaya belajar di SMPIT Imam Bukhari menekankan pada kerja sama, disiplin, dan saling menghargai, menciptakan suasana yang positif dan mendukung bagi perkembangan intelektual dan spiritual siswa.

Dengan adanya budaya sekolah tersebut SMPIT Imam Bukhari merupakan sekolah yang memiliki beragam program unggulan untuk membentuk siswa yang berkarakter dan berprestasi. Salah satu program utama adalah Tahfizh Al-Qur'an, yang berfokus pada penghafalan dan pemahaman mendalam terhadap Al-Qur'an, menjadikannya sebagai landasan spiritual dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, sekolah ini juga menerapkan Islamic Curriculum, sebuah kurikulum berbasis nilai-nilai Islam yang diintegrasikan dengan pendidikan formal, sehingga mampu mengembangkan kemampuan akademik dan spiritual siswa. Tidak hanya aspek akademik, sekolah ini juga memprioritaskan Character Building sebagai bagian dari pembentukan karakter mulia siswa. Program ini mencakup pengembangan disiplin, tanggung jawab, serta etika Islami yang menjadi ciri khas SMPIT Imam Bukhari. Program Leadership dan Public Speaking turut menjadi fokus untuk melatih siswa agar memiliki kemampuan memimpin dan berkomunikasi secara efektif di berbagai situasi. Dari program unggulan dan budaya sekolah berjalan dengan baik dapat dibuktikan dengan adanya prestasi yang dimiliki oleh SMPIT Imam Bukhari baik dari akademik maupun non-akademik yang konsisten, baik di tingkat lokal maupun provinsi. Sekolah ini juga mengedepankan pendidikan karakter Islami, yang menanamkan nilai-nilai disiplin, tanggung jawab, dan akhlak mulia kepada siswa. Lingkungan pembelajaran yang kondusif dan didukung oleh fasilitas modern serta tenaga pendidik yang kompeten menjadi salah satu daya tarik utama bagi para orang tua. Keunggulan-keunggulan ini menjadikan SMPIT Imam Bukhari sebagai salah satu pilihan utama di antara sekolah berbasis Islam, sekaligus membangun branding sekolah yang kuat dan terpercaya.

Sehubungan dengan hal tersebut, humas dianggap memainkan peran penting dalam membantu menciptakan persepsi yang baik terhadap SMPIT Imam Bukhari. Selain itu, manajemen hubungan masyarakat berperan dalam menghubungkan sekolah dengan masyarakat luas dalam rangka menyebarkan informasi tentang inisiatif sekolah dan meningkatkan kesadaran akan

lembaga di kalangan masyarakat umum. Humas bukan hanya berperan menciptakan image positif lembaga pendidikan namun dapat menjalin serta menjaga hubungan baik secara internal ataupun eksternal di sekolah, menjembatani antara sekolah dengan orangtua ataupun masyarakat untuk menyampaikan informasi yang terbaru terkait sekolah [25]. Setelah mengenal lebih dekat SMPIT Imam Bukhari, akan terbentuk citra positif mengenai sekolah tersebut, yang pada gilirannya menciptakan hubungan harmonis dengan orang tua siswa dan masyarakat. Hal ini kemudian berujung pada berbagai dukungan terhadap setiap program yang diimplementasikan oleh sekolah.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut: 1. Bagaimana peran Manajemen Humas dalam membangun branding sekolah di SMPIT Imam Bukhari ? 2. Apa faktor pendukung dari peran Manajemen Humas dalam membangun branding sekolah di SMPIT Imam Bukhari ? Penelitian ini bertujuan untuk: 1. Menguraikan peran manajemen hubungan masyarakat dalam membangun branding sekolah di SMPIT Imam Bukhari, 2. Menguraikan faktor pendukung Manajemen Humas dalam membangun branding sekolah di SMPIT Imam Bukhari. Urgensi penelitian ini ialah guna memahami berbagai peran manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah dan faktor-faktor pendukung yang terlibat dalam proses tersebut. Penelitian ini bertujuan guna meningkatkan pemahaman dan persepsi, khususnya mengenai administrasi sekolah yang efektif, perbedaan, dan prestasi, mengingat persaingan yang semakin ketat di seluruh institusi pendidikan. Terdapat dua manfaat dari penelitian ini: secara teoritis dan praktis. Temuan dari penelitian ini, secara teoritis, bisa menjadi fokus penyelidikan ilmiah tambahan dan menjadi panduan untuk penelitian di masa depan tentang fungsi hubungan masyarakat dalam meningkatkan reputasi sekolah. Secara praktis, penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan mengenai cara meningkatkan kualitas pendidikan dan memberikan pedoman mengenai fungsi hubungan masyarakat dalam menciptakan brand sekolah.

Metode

Penelitian ini menerapkan metodologi studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Karena tujuan dari penelitian ini ialah mengkaji dan memahami secara menyeluruh dampak dari hubungan masyarakat dan faktor-faktor pendukung dalam mengembangkan branding sekolah di SMPIT Imam Bukhari, maka dipilihlah teknik studi kasus. Tujuan dari pendekatan kualitatif dalam penelitian ini ialah guna memahami fenomena sosial atau manusia dengan cara melukiskan gambaran yang rinci dan rumit yang dikomunikasikan secara verbal. Penelitian ini dilakukan dalam latar alamiah dan menyajikan pendapat mendalam dari para narasumber. Subjek penelitian akan melibatkan beberapa pihak yang terkait antara lain: Kepala sekolah atau pimpinan satuan Pendidikan, Petugas humas sekolah, Guru, Orang tua siswa. Data yang diperoleh merupakan hasil dari wawancara kepada narasumber, serta data pendukung lainnya seperti arsip, foto yang mendukung data utama.

Teknik Pengumpulan Data yaitu 1) Wawancara mendalam in-depth interview) dengan subjek penelitian untuk mengeksplorasi peran kehumasan, dan faktor pendukungnya. 2) Observasi partisipatif di lingkungan sekolah untuk mengamati secara langsung pelaksanaan peran kehumasan. 3) Studi dokumentasi terhadap dokumen-dokumen terkait, seperti rencana strategis, laporan kegiatan humas, dan publikasi media. Analisis tematik akan dipakai dalam memeriksa data yang dikumpulkan dari studi dokumentasi, wawancara, dan observasi. Tiga komponen analisis data utama diterapkan dalam penelitian ini: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Untuk mengkonfirmasi bahwa pengalaman peneliti sesuai dengan kenyataan, hasil wawancara dibandingkan dengan informasi dari sumber-sumber lain. Triangulasi sumber, memperpanjang masa studi observasi di lapangan, meningkatkan ketekunan melalui observasi. Selain itu, member checking juga akan dilakukan untuk memvalidasi temuan penelitian dengan subjek penelitian. Penelitian ini memperhatikan aspek etika penelitian, seperti informed consent, kerahasiaan data, dan tidak merugikan subjek penelitian. Izin penelitian juga akan dimintakan kepada pihak-pihak terkait sebelum penelitian dilaksanakan.

Hasil dan Pembahasan

A. Manajemen Humas

Manajemen hubungan masyarakat merupakan sebuah pendekatan sistematis yang dirancang untuk membangun dan mempertahankan citra positif organisasi melalui komunikasi yang terstruktur dan kerja sama dengan berbagai pihak. Manajemen hubungan masyarakat dalam lembaga pendidikan memiliki peran strategis dalam membangun hubungan yang harmonis dengan seluruh pemangku kepentingan, baik internal, seperti guru, staf, dan siswa, maupun eksternal, termasuk orang tua, komunitas, dan mitra kerja sama. Implementasi manajemen humas mencakup perancangan program komunikasi yang efektif, pengelolaan media sosial sebagai sarana informasi dan promosi, serta pelaksanaan kegiatan publikasi yang bertujuan memperkuat citra positif institusi pendidikan di mata masyarakat. Strategi ini dirancang untuk menciptakan hubungan timbal balik yang mendukung pencapaian tujuan pendidikan dan reputasi sekolah [26]. Peran Humas (Hubungan Masyarakat) dalam konteks pendidikan sangat penting yaitu

Pertama, humas sekolah harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik, baik secara lisan maupun tertulis, serta mampu berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak maupun elektronik. Komunikasi antara lembaga pendidikan dan orang tua peserta didik dapat dilakukan melalui platform daring seperti grup WhatsApp [13]. Dari sisi komunikasi hubungan masyarakat (Humas) di SMP IT Imam Bukhari belum mencapai tingkat optimal dalam penyampaian informasi, hal ini disebabkan oleh dominasi peran wali kelas dalam menyampaikan informasi dan pemberitahuan terkait institusi kepada orang tua dan siswa. Wali kelas memainkan peran strategis dalam komunikasi tersebut, sehingga tanggung jawab utama penyampaian informasi cenderung bergantung pada mereka. Kondisi ini menunjukkan perlunya penguatan sistem komunikasi institusional yang lebih terstruktur dan terintegrasi untuk mendukung fungsi Humas secara lebih efektif.

Kedua Humas berfungsi untuk membangun dan menjaga citra positif institusi pendidikan. Tugas mereka meliputi

penyampaian informasi terkait keberhasilan, prestasi, dan inisiatif positif yang dilakukan oleh siswa, guru, serta sekolah. Proses ini mendukung peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan, sekaligus menarik minat calon siswa dan orang tua untuk bergabung [20]. SMPIT Imam Bukhari telah melaksanakan publikasi dengan baik, terbukti dari konsistensi humas dalam menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah serta publikasi prestasi dan pencapaian siswa penyebaran informasi dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat melalui media sosial yang dimiliki oleh sekolah baik facebook, instagram, youtube maupun web. Peran humas didukung oleh tenaga ahli yang kompeten di bidangnya, yang memastikan penyampaian informasi berlangsung secara efektif dan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa lembaga ini memaksimalkan fungsi humas dalam meningkatkan komunikasi dan citra sekolah di mata publik. Peran humas di SMPIT Imam Bukhari sudah sejalan dengan yang diungkapkan oleh Yilfiana mengenai pentingnya peran humas sebagai publikator yang memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan hasil-hasil kegiatan institusi kepada masyarakat. Publikasi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai saluran media, baik cetak maupun digital, seperti koran, bulletin, majalah, jurnal, situs web sekolah, dan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Line. [13]. Tujuan dari publikasi ini adalah untuk memastikan bahwa prestasi yang diraih oleh siswa dapat diketahui oleh orang tua mereka, sehingga orang tua merasakan kepuasan dan kebanggaan terhadap pendidikan yang diterima anak-anak mereka di SMPIT Imam Bukhari.

Ketiga, Hubungan masyarakat (Humas) pada lembaga pendidikan berperan sebagai mediator strategis yang menghubungkan elemen internal lembaga, seperti ketua yayasan, kepala sekolah, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikan, dengan elemen eksternal, khususnya masyarakat, termasuk orang tua peserta didik. Fungsi ini bertujuan untuk memastikan adanya komunikasi yang efektif, transparan, dan saling mendukung antara lembaga pendidikan dan pemangku kepentingan eksternal guna menciptakan hubungan yang harmonis dan memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi tersebut [13]. Peran Humas sebagai pembina hubungan di SMPIT Imam Bukhari tercermin dalam upaya mereka membina hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal. Dalam hal publik internal, Humas memainkan peran penting dalam mempererat hubungan antara kepala sekolah, guru, dan tata usaha melalui kegiatan seperti kajian rutin setiap akhir bulan yang melibatkan seluruh warga sekolah, olahraga bersama setiap akhir pekan dan kegiatan perlombaan antar siswa. Dari sisi eksternal, Humas SMPIT Imam Bukhari membangun kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk orang tua siswa dan masyarakat, yang mendukung kegiatan. Meskipun demikian, upaya ini belum sepenuhnya maksimal, karena hanya sebagian kalangan tertentu yang mengahadirinya. Selain itu, SMPIT Imam Bukhari belum sepenuhnya memperoleh penilaian positif terkait pembiayaan, mengingat adanya anggapan bahwa sekolah ini tergolong mahal, terutama dalam konteks kondisi ekonomi saat ini. Sikap apatis masyarakat terhadap program keislaman hal tersebut sesuai dengan banyak masyarakat yang memandang pendidikan Islam tidak selalu relevan dengan kebutuhan praktis di dunia modern. Resistensi ini muncul karena kurangnya pemahaman terhadap manfaat pendidikan Islam terpadu dalam membentuk generasi yang tidak hanya cerdas secara intelektual tetapi juga bermoral dan berkarakter Islami. Dalam konteks ekonomi yang menantang, keluarga sering kali lebih memilih institusi pendidikan dengan biaya lebih terjangkau, meskipun programnya tidak sepenuhnya selaras dengan kebutuhan spiritual atau moral mereka.

Keempat Manajemen humas di SMPIT Imam Bukhari juga berperan strategis dalam perencanaan, pengorganisasian, dan promosi berbagai acara serta program pendidikan. Humas bertanggung jawab memastikan bahwa informasi mengenai kegiatan seperti seminar, lokakarya, ekstrakurikuler, dan festival sekolah tersampaikan secara luas, baik melalui media sosial maupun komunikasi langsung. Dengan pendekatan ini, SMPIT Imam Bukhari berhasil mengundang partisipasi aktif dari masyarakat, baik sebagai peserta maupun pendukung kegiatan, sehingga memperkuat hubungan antara sekolah dan komunitasnya. Sebagai contoh, kegiatan seperti parenting session, pengajian keluarga, hingga festival sekolah tidak hanya menjadi ajang berbagi ilmu dan nilai-nilai Islam, tetapi juga memperkuat kesan positif terhadap sekolah. Humas memastikan bahwa setiap acara dirancang untuk mencerminkan visi dan misi sekolah, sekaligus menciptakan lingkungan yang inklusif dan positif bagi semua peserta. Melalui strategi promosi yang efektif, acara-acara ini menjadi sarana untuk memperkenalkan keunggulan SMPIT Imam Bukhari kepada masyarakat luas, membangun kepercayaan, dan meningkatkan daya tarik sekolah.

Kelima, Humas juga berperan dalam menjalin hubungan dengan media massa. Peran humas dalam menjalin hubungan dengan media massa tidak hanya bertujuan untuk menyebarluaskan informasi, tetapi juga untuk memperkuat citra positif sekolah di mata publik. Dengan media sebagai mitra strategis, sekolah dapat membangun kepercayaan masyarakat, meningkatkan kesadaran tentang program-program unggulan, dan memperluas jangkauan audiens. Namun, di SMPIT Imam Bukhari, hubungan langsung dengan media massa masih menjadi area yang belum dioptimalkan. Hingga saat ini, sekolah belum memiliki kerja sama formal dengan media untuk mempublikasikan informasi atau mengelola pemberitaan. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi tim humas untuk memperluas strategi komunikasi mereka ke ranah yang lebih profesional.

B.Faktor Pendukung Manajemen Humas

Penelitian ini mengidentifikasi sejumlah faktor pendukung yang memainkan peran penting dalam mendukung manajemen hubungan masyarakat (humas) di SMPIT Imam Bukhari untuk membangun branding sekolah yang kuat dan berkelanjutan yaitu,

Pertama Kolaborasi Internal yang Solid, kunci keberhasilan dalam menciptakan branding sekolah yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat luas [2] Manajemen humas di SMPIT Imam Bukhari telah berhasil membangun kolaborasi yang solid antara tim humas, guru, dan wali kelas. Kolaborasi ini menjadi fondasi penting dalam memastikan bahwa setiap elemen sekolah berkontribusi pada penyampaian pesan yang konsisten kepada masyarakat. Tim humas berperan sebagai jembatan komunikasi utama yang merancang strategi untuk mempromosikan visi, misi, dan nilai-nilai sekolah. Di sisi lain, guru dan wali kelas menjadi pelaksana di lapangan yang memastikan pesan tersebut tersampaikan dengan baik kepada siswa dan

orang tua. Sinergi ini menciptakan harmonisasi antara komunikasi internal dan eksternal yang mendukung keberhasilan branding sekolah. Dalam prosesnya, kerja sama yang erat antara tim humas dan wali kelas memainkan peran krusial, terutama dalam membangun hubungan yang lebih personal dengan para orang tua. Wali kelas, yang berinteraksi langsung dengan siswa dan orang tua, menjadi ujung tombak dalam memperkuat hubungan emosional antara sekolah dan keluarga. Mereka tidak hanya menyampaikan informasi terkait kegiatan dan kebijakan sekolah tetapi juga menjadi pendengar aktif terhadap masukan dan kebutuhan orang tua. Peran ini didukung oleh tim humas yang menyediakan materi komunikasi seperti brosur, banner, dan media sosial yang dirancang untuk menyampaikan identitas sekolah secara menarik dan profesional.

Sinergi ini juga mencerminkan strategi manajemen humas yang proaktif dalam menciptakan citra positif di mata publik. Dengan adanya koordinasi yang baik, pesan-pesan yang disampaikan melalui berbagai media tidak hanya informatif tetapi juga mencerminkan nilai-nilai inti sekolah, seperti integritas, kemandirian, dan spiritualitas. Hal ini membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah dan meningkatkan daya tarik SMPIT Imam Bukhari sebagai institusi pendidikan berbasis Islam yang unggul. Melalui pendekatan ini, SMPIT Imam Bukhari tidak hanya berupaya menarik calon siswa tetapi juga memperkuat loyalitas orang tua yang telah mempercayakan pendidikan anaknya di sekolah ini. Komunikasi yang konsisten dan kolaboratif menjadi kunci dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Dengan terus menjaga sinergi ini, sekolah mampu mempertahankan citra positifnya sekaligus menginspirasi lingkungan sekitarnya sebagai model pendidikan Islami yang modern dan berkualitas.

Kedua Optimalisasi Teknologi Digital, kehadiran digital yang kuat meningkatkan brand loyalty dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga Pendidikan [6]. Pengelolaan media sosial secara profesional menjadi salah satu keunggulan utama dalam strategi branding SMPIT Imam Bukhari. Dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, sekolah berhasil menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk calon siswa, orang tua, hingga masyarakat umum. Media sosial menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan program-program unggulan, kegiatan siswa, serta berbagai pencapaian sekolah. Semua ini dirancang dengan tujuan memperkuat daya tarik dan meningkatkan citra positif sekolah di mata publik. Konten yang kreatif, informatif, dan relevan tidak hanya membantu menyebarkan informasi dengan cepat tetapi juga menciptakan engagement yang efektif, sehingga masyarakat merasa lebih dekat dengan sekolah. Namun, meskipun media sosial telah menjadi kekuatan dalam strategi branding sekolah, SMPIT Imam Bukhari masih menghadapi tantangan dalam pengelolaannya. Salah satu kendala utama adalah kurangnya sumber daya manusia yang memiliki kemampuan mumpuni di bidang digital. Pengelolaan media sosial membutuhkan keahlian khusus, seperti kemampuan desain grafis, penulisan konten, pengelolaan iklan digital, dan analisis data, yang semuanya berperan penting dalam menciptakan kehadiran online yang kuat. Tanpa keterampilan ini, sulit bagi sekolah untuk memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat branding yang strategis. Keterbatasan ini berdampak pada konsistensi dan kualitas konten yang dihasilkan.

Dalam beberapa kasus, postingan mungkin kurang terstruktur atau tidak menarik perhatian audiens secara optimal. Selain itu, kurangnya keahlian dalam menganalisis data media sosial juga menjadi tantangan, karena sekolah tidak dapat sepenuhnya memahami preferensi audiens atau mengevaluasi efektivitas kampanye digital mereka. Hal ini berpotensi mengurangi daya saing sekolah dalam membangun citra yang kuat di dunia digital. Untuk mengatasi tantangan ini, SMPIT Imam Bukhari dapat mempertimbangkan beberapa langkah strategis. Pertama, memberikan pelatihan kepada tim humas atau merekrut tenaga ahli di bidang digital marketing untuk meningkatkan kualitas pengelolaan media sosial. Kedua, membangun kerja sama dengan pihak eksternal, seperti konsultan media sosial atau lembaga pelatihan digital, untuk mendapatkan dukungan dalam mengelola strategi branding secara profesional. Dengan langkah-langkah ini, sekolah dapat mengoptimalkan potensi media sosial sebagai alat branding yang efektif, sekaligus menghadapi tantangan digital dengan lebih percaya diri.

Ketiga, Keterlibatan Orang Tua dan Masyarakat, keterlibatan stakeholder merupakan faktor penting dalam membangun citra positif lembaga Pendidikan [20]. Berdasarkan pendapat tersebut SMPIT Imam Bukhari sudah membuat program yang mendukung melalui program parenting session dan kegiatan komunitas seperti pengajian keluarga, SMPIT Imam Bukhari berupaya memperkuat hubungan emosional antara sekolah dan masyarakat. Program parenting session dirancang untuk memberikan pembekalan kepada orang tua mengenai pola asuh yang selaras dengan nilai-nilai pendidikan Islam. Dalam sesi ini, para orang tua tidak hanya mendapatkan wawasan baru tentang pendidikan anak tetapi juga diajak untuk memahami visi dan misi sekolah, sehingga tercipta keselarasan antara pendidikan di rumah dan di sekolah. Selain itu, kegiatan komunitas seperti pengajian keluarga menjadi wadah untuk mempererat ikatan emosional antara pihak sekolah dan masyarakat sekitar. Pengajian ini tidak hanya memberikan manfaat spiritual bagi peserta, tetapi juga membangun rasa kebersamaan dan keterlibatan antara orang tua, guru, dan pihak sekolah. Dengan melibatkan masyarakat dalam kegiatan keagamaan, sekolah dapat memperkuat posisi sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya fokus pada prestasi akademik tetapi juga pada pembentukan karakter berbasis nilai-nilai Islam. Kombinasi dari kedua program ini menciptakan hubungan yang harmonis antara sekolah dan komunitasnya. Orang tua merasa dihargai sebagai mitra dalam proses pendidikan, sementara sekolah memperoleh dukungan moral dan sosial yang penting untuk mengembangkan lingkungan belajar yang kondusif. Hubungan yang kuat ini menjadi salah satu kunci dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah, yang pada akhirnya berdampak pada penguatan citra positif sekolah di mata publik.

Keempat Keunikan Identitas Sekolah, elemen diferensiasi memainkan peran penting dalam pemasaran Pendidikan [3] Identitas sekolah yang menonjol, seperti program Tahfizh Al-Qur'an dan penggunaan buku amalan yaumiyah, menjadi pembeda utama yang memberikan diferensiasi kuat bagi SMPIT Imam Bukhari dibandingkan sekolah lain. Program Tahfizh Al-Qur'an, yang dirancang untuk membangun kecintaan siswa terhadap Al-Qur'an, tidak hanya fokus pada hafalan tetapi juga pada pemahaman makna dan penerapan nilai-nilainya dalam kehidupan sehari-hari. Program ini menjadi ciri khas sekolah yang menggambarkan komitmennya dalam mencetak generasi yang unggul secara akademik dan spiritual. Selain

itu, buku amalan yaumiyah menjadi salah satu alat penting dalam membangun kedisiplinan dan karakter Islami siswa. Buku ini digunakan untuk mencatat ibadah harian, seperti shalat lima waktu, membaca Al-Qur'an, hingga perilaku sehari-hari yang mencerminkan akhlak Islami. Dengan adanya buku ini, siswa tidak hanya diarahkan untuk konsisten dalam ibadah, tetapi juga diajak untuk melakukan refleksi diri dan mengevaluasi perkembangan spiritual mereka secara mandiri. Peran guru dan orang tua dalam memantau buku ini juga memperkuat hubungan kolaboratif antara rumah dan sekolah. Branding berbasis identitas unik ini memberikan kesan yang mendalam kepada siswa dan orang tua, serta menciptakan pengalaman pendidikan yang berkesan. Dengan fokus pada pembentukan karakter Islami melalui program-program khas tersebut, sekolah berhasil membangun citra yang kuat sebagai lembaga pendidikan yang tidak hanya mengutamakan akademik tetapi juga pembinaan akhlak. Hal ini menjadi daya tarik yang sulit ditemukan di sekolah lain, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Keunggulan identitas ini juga menjadi faktor yang mendukung terciptanya loyalitas jangka panjang dari para siswa dan orang tua. Program-program unik yang dirancang dengan penuh kesadaran terhadap kebutuhan spiritual dan akademik menjadikan SMPIT Imam Bukhari sebagai pilihan utama bagi masyarakat yang mencari pendidikan berkualitas dengan nilai-nilai keislaman yang kuat. Dengan demikian, identitas sekolah tidak hanya menjadi strategi branding yang efektif tetapi juga menjadi landasan utama dalam membangun komunitas pendidikan yang berkesinambungan.

Simpulan

Manajemen Humas di SMPIT Imam Bukhari memiliki peran yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan citra positif sekolah. Humas bertanggung jawab dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif, memperkuat hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan, serta meningkatkan reputasi sekolah di mata masyarakat. Pertama, komunikasi yang baik antara humas dan pihak internal seperti guru, staf, dan siswa, serta eksternal seperti orang tua dan komunitas, sangat krusial dalam mencapai tujuan tersebut. Meskipun di SMPIT Imam Bukhari, peran humas dalam menyampaikan informasi masih dominan melalui wali kelas, hal ini menunjukkan kebutuhan untuk memperkuat sistem komunikasi institusional yang lebih terstruktur agar fungsi humas dapat lebih efektif. Kedua, humas berperan sebagai pembangun citra positif dengan menyebarkan informasi mengenai prestasi dan kegiatan positif sekolah. Di SMPIT Imam Bukhari, humas telah berhasil memaksimalkan penggunaan media sosial untuk publikasi, yang memberikan dampak positif dalam menarik perhatian orang tua dan calon siswa. Ketiga, peran humas sebagai mediator antara pemangku kepentingan internal dan eksternal sangat penting dalam menjaga hubungan yang harmonis dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Humas SMPIT Imam Bukhari telah melaksanakan tugas ini dengan baik, meskipun masih ada tantangan dalam memperluas partisipasi masyarakat dan mengatasi pandangan negatif terkait biaya pendidikan. Keempat, peran humas dalam merencanakan dan mempromosikan acara pendidikan juga sangat strategis. Melalui kegiatan seperti parenting session dan festival sekolah, SMPIT Imam Bukhari berhasil membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat dan memperkenalkan keunggulan sekolah. Kelima, meskipun hubungan humas dengan media massa di SMPIT Imam Bukhari belum optimal, ini menjadi peluang untuk memperluas jangkauan komunikasi sekolah. Dengan kerja sama media yang lebih profesional, SMPIT Imam Bukhari dapat meningkatkan visibilitas dan memperkuat citra positif di mata publik. Secara keseluruhan, meskipun terdapat beberapa tantangan, manajemen humas di SMPIT Imam Bukhari telah menunjukkan langkah-langkah positif dalam membangun citra sekolah yang kuat dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan Masyarakat.

Empat faktor utama dalam mendukung peran manajemen humas yaitu pertama Kolaborasi Internal yang Solid, Sinergi antara tim humas, guru, dan wali kelas menjadi fondasi penting dalam memastikan penyampaian visi, misi, dan nilai-nilai sekolah secara konsisten kepada masyarakat. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat komunikasi internal tetapi juga menciptakan hubungan yang harmonis dengan orang tua dan masyarakat, mendukung citra positif sekolah sebagai institusi pendidikan Islam yang unggul. Kedua Optimalisasi Teknologi Digital Pengelolaan media sosial yang profesional telah menjadi kekuatan utama dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui platform digital seperti Instagram dan WhatsApp, sekolah berhasil mempromosikan program unggulan dan membangun engagement dengan masyarakat. Namun, tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia di bidang digital masih perlu diatasi untuk mengoptimalkan potensi media sosial sebagai alat branding strategis. Ketiga Keterlibatan Orang Tua dan Masyarakat Program seperti parenting session dan pengajian keluarga memainkan peran penting dalam mempererat hubungan emosional antara sekolah, orang tua, dan masyarakat. Melalui kegiatan ini, sekolah tidak hanya membangun dukungan moral tetapi juga menciptakan sinergi antara pendidikan di rumah dan di sekolah, memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi. Keempat Keunikan Identitas Sekolah Identitas khas seperti program Tahfizh Al-Qur'an dan buku amalan yaumiyah memberikan diferensiasi yang kuat bagi SMPIT Imam Bukhari. Program ini menggambarkan komitmen sekolah dalam mencetak generasi yang unggul secara akademik dan spiritual, menciptakan pengalaman pendidikan yang berkesan dan membangun loyalitas jangka panjang dari siswa dan orang tua.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam proses penyusunan artikel ini. Terima kasih kepada para narasumber yang telah berbagi informasi dan wawasan berharga, serta kepada rekan-rekan yang telah membantu dalam pengumpulan data dan penyuntingan. Penghargaan juga kami sampaikan kepada keluarga dan teman-teman yang memberikan motivasi dan doa selama proses penulisan. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi langkah kecil untuk terus memperluas wawasan kita bersama.

References

1. B. Haryanto, E. F. Fahyuni, and M. T. Alimova, *Branding Matters: Private Islamic Schools Struggle to Attract Students Under Educational Zoning*, vol. 1. Atlantis Press SARL, 2023. doi: 10.2991/978-2-38476-048-0_36.
2. M. J. Susilo, "Strategi Branding Sekolah dalam Meningkatkan Animo Siswa dan Awareness Masyarakat," *Jurnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, vol. 12, pp. 1-6, 2022.
3. E. Greaves, D. Wilson, and A. Nairn, "Marketing and School Choice: A Systematic Literature Review," *Review of Educational Research*, vol. 93, no. 6, pp. 825-861, 2023, doi: 10.3102/00346543221141658.
4. M. Nastain, "Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk)," *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, vol. 5, no. 1, pp. 14-26, 2017, doi: 10.12928/channel.v5i1.6351.
5. Á. J. Rojas-Lamoren, S. Del Barrio-García, and J. M. Alcántara-Pilar, "A review of three decades of academic research on brand equity: A bibliometric approach using co-word analysis and bibliographic coupling," *Journal of Business Research*, vol. 139, pp. 1067-1083, 2022, doi: 10.1016/j.jbusres.2021.10.025.
6. H. Tahir, M. Adnan, and Z. Saeed, "The impact of brand image on customer satisfaction and brand loyalty: A systematic literature review," *Heliyon*, vol. 10, no. 16, p. e36254, 2024, doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e36254.
7. Arifin and S. Setiawati, "Gambaran Strategi Pembelajaran Tahfidz Al-Quran," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 5, no. 2, pp. 4886-4894, 2021.
8. Indraswati, A. Widodo, A. N. Rahmatih, M. A. Maulyda, and M. Erfan, "Implementasi Sekolah Ramah Anak dan Keluarga di SDN 2 Hegarsari, SDN Kaligintung, dan SDN 1 Sangkawana," *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga dan Pendidikan)*, vol. 7, no. 1, pp. 51-62, 2020, doi: 10.21009/jkkp.071.05.
9. M. M. U. N. Rokhmah, "Strategi Branding Lembaga Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Daya Saing," *Muallimuna: Jurnal Madrasah Ibtidaiyah*, vol. 8, no. 1, pp. 99-112, 2022.
10. Santoso, S. E. Pramono, and A. Yusuf, "Analysis of Public Relations Program in Building School Branding (Multisite Study at SMP IT Harapan Mulia Palembang and SMP IT Al Furqon Palembang)," *Educational Management*, vol. 10, no. 3, pp. 376-383, 2021.
11. Hadi, "Perkembangan dan Konsep Dasar Manajemen Humas dalam Dunia Pendidikan: Tinjauan Historis," *At-Ta'lim: Jurnal Pendidikan*, vol. 4, no. 2, pp. 67-84, 2018, doi: 10.36835/attalim.v4i2.55.
12. S. Bahri, *Manajemen Humas Sekolah*. Serang: UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2020.
13. Yilfiana, "Peran Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan pada Masa Pandemi di SMAN 14 Bone," *Jurnal Mappesona*, vol. 4, no. 2, pp. 67-78, 2021.
14. C. Anggraini, "Peran Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Lembaga di SMP Negeri 13 Selupu Rejang," *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Curup, Curup, Indonesia*, 2024.
15. Azhar, A. L. Hutagaol, S. R. R. Manurung, E. Nazri, and A. Amiruddin, "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan," *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, vol. 4, no. 1, pp. 1451-1457, 2022, doi: 10.31004/edukatif.v4i1.2167.
16. M. Duhani, "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon," *Jurnal Altizam*, vol. 1, no. 1, pp. 31-54, 2016.
17. L. A. Zahroh, "Public Relations Management in Building School Image: A Case Study," *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, vol. 6, no. 1, pp. 501-510, 2022, doi: 10.33650/al-tanzim.v6i2.3434.
18. Asriyani, "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Orang Tua Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Negeri 2 Bandar Lampung," *Agape: Jurnal Pendidikan Agama*, vol. 15, no. 1, pp. 37-48, 2024.
19. Yanto, M. Yanto, and H. Kholilah, "Strategi Kepala Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Rejang Lebong Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di Era Globalisasi Pendidikan," *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Curup, Curup, Indonesia*, 2024.
20. S. F. Marpaung, I. Febrianti, S. F. A. Simatupang, W. Aidin, M. P. Wibowo, and R. Almaajid, "Peran Strategis Manajemen Humas dan Layanan Publik dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di Sekolah," *Academic Education Journal*, vol. 14, no. 2, pp. 556-570, 2023, doi: 10.47200/aoej.v14i2.1764.
21. S. Annur and U. Audina, "Peran Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Berbudaya di Madrasah Aliyah Negeri 1 Palembang (Studi kasus terhadap peran humas dalam membangun citra di MAN 1 Palembang)," *Nuansa: Jurnal Studi Keislaman dan Kemasyarakatan*, vol. 12, no. 2, pp. 256-267, 2020, doi: 10.29300/nuansa.v12i2.2763.
22. R. Sumendap, "Humas dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Tondano," *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, vol. 7, no. 3, pp. 1435-1442, 2021, doi: 10.37905/aksara.7.3.1435-1442.2021.
23. Ningsih, Arismunandar, and Hickmat, "Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMPN 1 Tellu Siattinge," *Jurnal Mappesona*, vol. 5, no. 1, pp. 11-21, 2022, doi: 10.30863/mappesona.v5i1.2495.
24. Hanun, "Membangun Citra Madrasah Melalui Program Kelas Unggulan di MTsN 2 Bandar Lampung," *EDUKASI: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, vol. 14, no. 3, pp. 405-424, 2016, doi: 10.32729/edukasi.v14i3.9.
25. Z. Pohan, "Peran Humas (Public Relations) dalam Lembaga Pendidikan Islam," *Jurnal Sintesa: Jurnal Kajian Islam dan Sosial Keagamaan*, vol. 18, no. 1, pp. 103-110, 2018.
26. M. N. Oktafia and U. Halwati, "Ruang Lingkup Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan," *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, vol. 5, no. 2, pp. 1279-1287, 2023, doi: 10.31004/edukatif.v5i2.5019.