

**Inovasi Manajemen Humas Untuk Meningkatkan  
Daya Saing Lembaga Pendidikan****Naila Rahmah Salsabila**Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia  
naylarahmah412@gmail.com**Fisman Bedi**Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia  
bangbedi@gmail.com**Tin Amalia Fitri**Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia  
tin.amalia@radenintan.ac.id**Abstrak**

Pengaturan hubungan masyarakat mencakup posture penting pada keberhasilan suatu lembaga belajar. Di Madrasah Tsanawiyah (MTs), inovasi dalam manajemen hubungan masyarakat merupakan penting dalam menghadapi pendudukan modern dan globalisasi, seandainya tidak lebih awam irama pendudukan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah meneliti bagaimana inovasi dalam manajemen hubungan masyarakat dapat meningkatkan daya saing lembaga belajar. Penelitian ini tertuju pada MTs Rawa Selapan dengan menggunakan studi kasus sebagai disain dan metodologi kualitatif deskriptif. Kepala sekolah, hubungan masyarakat, wakil kepala sekolah buat kurikulum dan waka kesiswaan, menjadi narasumber peneliti. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis Miles *and* Huberman yaitu dengan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi inovatif MTs Rawa Selapan dalam pengelolaan hubungan masyarakat memberikan kontribusi terhadap peningkatan daya saing. Melalui strategi hubungan masyarakat yang kreatif, MTs Rawa Selapan dapat meningkatkan citra dirinya di masyarakat, meningkatkan pengikut media sosial, dan meningkatkan standar pendidikan yang ditawarkan oleh lembaganya. Percieve menilai MTs Rawa Selapan ini dari masyarakat terpercaya, sebagai hasil inovasi tersebut untuk membuka jaringan yang makin luas sekaligus Meningkatkan relevansi.

**Kata Kunci:** Hubungan Masyarakat, Inovasi, Manajemen, MTs**Abstrak**

Public relations management includes an important posture on the success of a learning institution. In Madrasah Tsanawiyah (MTs), innovation in public relations management is important in the face of modern occupation and globalization, if not more familiar to the rhythm of public occupation. The purpose of this study is to examine how innovation in public relations management can improve the competitiveness of learning institutions. This research focused on MTs Rawa Selapan using case study as the design and descriptive qualitative methodology. The principal, public relations, vice principal for curriculum and vice principal for student affairs, became the researcher's resource persons. The analysis technique in this study used Miles *and* Huberman analysis, namely by data reduction, data presentation, conclusion drawing/verification. The results of this study indicate that MTs Rawa Selapan's innovative strategy in managing public relations contributes to increasing competitiveness. Through creative public relations strategies, MTs Rawa Selapan can improve its image in the community, increase social media followers, and improve the standard of education offered by the institution. Percieve assesses MTs Rawa Selapan from the trusted community, as a result of these innovations to open a wider network while increasing relevance.

**Kata Kunci:** Public Relations, Innovation, Management, MTs**PENDAHULUAN**

Lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam mengarahkan generasi muda muncul

dan berkompeten. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan masyarakat menuntut lembaga pendidikan secara terus menerus untuk berinovasi

dan dapat bersaing baik di tingkat lokal, nasional maupun global. Salah satu aspek penting menentukan keberhasilan suatu lembaga pendidikan adalah manajemen hubungan masyarakat (Humas) (Nahdliyah & Hasanah, 2021). Fungsi humas dalam lembaga pendidikan menjadi kunci dalam menciptakan citra positif, membangun komunikasi yang efektif dengan pemangku kepentingan, serta meningkatkan daya saing lembaga (Sholeh, 2023).

Penelitian ini akan membahas inovasi manajemen humas di Madrasa Ibtidaiyah Tsanawiyah (MTs), sebuah lembaga pendidikan Islam yang selalu dihadapkan pada peluang dan tantangan ketika harus mempertahankan citra yang baik latar tidak seburam apa pun gugusan gedung-gedung Mungkin seiring berkembangnya masa globalisasi. Inovasi dalam humas menjadi sangat penting untuk membantu MTs menghadapi tantangan globalisasi, modernisasi, dan berbagai bentuk kebutuhan publik baru yang semakin kompleks (Sutiawan, 2023). Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana inovasi dalam manajemen humas dapat berperan dalam meningkatkan daya saing MTs.

Inovasi manajemen humas mencakup penerapan pendekatan baru atau pembaruan dalam strategi komunikasi dan promosi lembaga pendidikan (Hakim & Rozi, 2024). Inovasi ini melibatkan penggunaan teknologi digital, peningkatan keterlibatan dengan pemangku kepentingan, serta pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif dan efisien.

Penting bagi MTs untuk menonjolkan daya saingnya bahwa manajemen humas menggunakan inovasi. Sebagai lembaga islam, tidak hanya kualitas pendidikan umum saja yang harus dapat ditonjolkan MTs, tetapi juga pendidikan agama yang kuat. Dalam masa digital ini, daya saing sebuah Lembaga tidak hanya diukur dari kualitas pendidikan semata. Tetapi, lembaga harus juga bisa menjual diri sendiri dan ratu skill membangun hubungan dengan masyarakat (Sya' et al., 2023). Dengan penataan kembali sistem hubungan masyarakat, sekolah MTs akan mendapatkan reputasinya di mata publik kehidupan tradisional. Sebuah reputasi baik tidak hanya akan membantu pelajar lebih banyak, akan tetapi juga memperluas dengan banyak pemangku kepentingan di dalam maupun luar sekolah.

Keunikan dari penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik terhadap inovasi manajemen humas di Madrasah Tsanawiyah. Kebanyakan penelitian mengenai inovasi manajemen humas

berfokus pada lembaga pendidikan umum atau perguruan tinggi (Masrufa, 2024), sedangkan penelitian ini meguraikan bagaimana menjalankan strategi dalam inovasi humas untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang unik. Secara keseluruhan, inovasi manajemen humas merupakan strategi yang krusial untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, terutama di Madrasah Tsanawiyah.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam berbagai faktor yang mempengaruhi manajemen pendidikan di MTs Rawa Selapan (Ulfatin, 2022). Sumber data utama penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan narasumber yang terdiri dari Kepala Sekolah, Humas, Wakil Kepala Sekolah bidang Kurikulum, Wakil Kepala Sekolah bidang Kesiswaan, dan beberapa guru. Pendekatan studi kasus ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali konteks secara spesifik dan rinci, sesuai dengan karakteristik unik MTs Rawa Selapan sebagai subjek penelitian (Zakariah et al., 2020). Penelitian ini menggunakan teknik analisis yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles & Huberman, 1994).

Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi merupakan tahapan penting dalam analisis data, terutama dalam penelitian kualitatif. Reduksi data melibatkan proses penyaringan, penyederhanaan, dan pemfokusan data mentah sehingga hanya informasi yang relevan dan signifikan yang dipertahankan. Proses ini bertujuan untuk mengelola data agar lebih terorganisir dan mudah dianalisis. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi dalam format yang jelas dan terstruktur, seperti dalam bentuk tabel, grafik, diagram, atau narasi, sehingga memudahkan peneliti untuk memahami pola, hubungan, atau tren dalam data. Terakhir, penarikan kesimpulan dan verifikasi melibatkan penginterpretasian data berdasarkan temuan yang telah disajikan, kemudian memformulasikan kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian. Proses ini sering diiringi dengan verifikasi, yaitu memeriksa keabsahan dan konsistensi kesimpulan melalui triangulasi atau pengecekan ulang dengan data mentah. Ketiga tahapan ini saling terkait dan

memastikan bahwa hasil analisis data dapat dipercaya dan relevan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

MTs Rawa Selapan adalah salah satu lembaga pendidikan Islam tingkat menengah pertama yang terletak di lingkungan pedesaan, dikelilingi oleh sekolah menengah pertama (SMP) umum yang menjadi pesaing dalam pengembangan pendidikan. Strategi Humas di MTs Rawa Selapan memiliki peran yang sangat penting, terutama dalam hal inovasi untuk meningkatkan kualitas dan daya saing lembaga. Sebagai institusi yang berada di pedesaan, MTs Rawa Selapan selama ini hanya mengandalkan media sederhana seperti papan pengumuman, spanduk, hubungan dengan tokoh masyarakat, dan promosi dari mulut ke mulut sebagai bentuk upaya memperkenalkan lembaga kepada masyarakat.

Namun, dengan perkembangan teknologi dan tuntutan zaman, Humas MTs Rawa Selapan dituntut untuk lebih kreatif dalam mempromosikan lembaga, meningkatkan kualitas layanan, serta bersaing dengan lembaga pendidikan umum di sekitarnya. Oleh karena itu, inovasi dalam strategi Humas menjadi kebutuhan mendesak. Saat ini, MTs Rawa Selapan telah menerapkan beberapa strategi inovatif untuk meningkatkan daya jual dan daya saingnya, seperti melalui penggalangan prestasi, kegiatan alumni, pemanfaatan media sosial, serta berbagai pendekatan lainnya yang akan dibahas lebih lanjut dalam naskah ini

Peran utama dalam mengembangkan daya saing MTs adalah dengan menerapkan inovasi strategi baru. Salah satu strategi utama adalah menjalin hubungan baik. Ini dicapai melalui silaturahmi dan kerjasama di antara pihak sekolah, lingkungan yang diperlukan bagi kualitas pendidikan. Madrasah telah mempertahankan hubungan yang baik di dalam dan luar sekolah.

Peningkatan branding Madrasah menjadi elemen kunci dalam strategi meningkatkan daya saing madrasah ini. Madrasah memanfaatkan teknologi digital, guna mempromosikan kegiatan-kegiatan madrasah, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik. Pemanfaatan media digital ini berhasil menarik perhatian masyarakat, sekaligus memperkuat citra dari madrasah di mata publik. Di samping itu, madrasah juga membangun kemitraan dengan komunitas lokal dan alumni untuk mendukung berbagai program sekolah, Alumni berperan aktif dalam memberikan dukungan, baik dalam bentuk sumbangan maupun keterlibatan langsung dalam kegiatan sekolah.

Konsep inovasi yang dilakukan manajemen humas yang tidak kalah penting adalah kegiatan sosial dan keagamaan. kegiatan tersebut tidak hanya dilakukan di lingkungan sekolah namun dilakukan di tengah kehidupan masyarakat. kegiatan tersebut berdampak positif bagi para pendidik dan siswa di MTs tersebut. Serta setelah itu, lembaga ini juga menanamkan pandangan tentang nilai-nilai keagamaan dan sosial pada dirinya. Pihak madrasah pun memanjakan semua kebutuhan anak, dari makanan sehari-hari sampai lain-lain segala perilaku kehidupan harian.

Proses perencanaan program humas, Madrasah selalu melakukan analisis yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman, sehingga program-program yang dijalankan tetap relevan dan efektif. Pengorganisasian program dilakukan dengan strategi yang matang untuk memastikan pencapaian tujuan, termasuk sosialisasi penerimaan peserta didik baru (PPDB) yang dilakukan di berbagai sekolah. Dengan penerapan strategi-strategi ini, Madrasah berhasil meningkatkan daya saing lembaga, membuktikan bahwa manajemen humas yang inovatif memiliki dampak signifikan dalam mendukung keberhasilan pendidikan di madrasah tersebut.

Manajemen humas di MTs Rawa Selapan secara menarik menunjukkan betapa pentingnya strategi humas yang inovatif dalam peningkatan daya saing lembaga pendidikan. Dirancang untuk tentu berhasil dari dalam, strategi tidak hanya berorientasi pada hubungan luar, melainkan juga menjangkau pembinaan hubungan internal yang erat antara semua komponen sekolah, seperti kepala sekolah, guru, siswa, staf, serta orang tua siswa. Pembinaan hubungan internal ini menjadi dasar dalam pembentukan atmosfer yang harmonis di sekolah, yang pada akhirnya menyangga susunan yang menguntungkan untuk belajar mengajar. Sinergi efektif antara elemen-elemen madrasah menjadikan pencapaian tujuan pendidikan semakin optimal, tepat sesuai teori yang dirumuskan oleh Cutlip, Center, dan Broom bahwa hubungan internal yang kokoh merupakan salah satu harta penting bagi sebuah badan usaha dalam memperoleh citra yang positif, berkekalan (Smith, 2020).

Selain melalui media sosial, MTs Rawa Selapan menjalankan strategi humasnya dengan menjalis komunikasi dan kerjasama dalam bidang sosial, dan kesehatan. Usaha ini digelar di dalam rangka mendukung kegiatan pendidikan serta menguatkan madrasah dari segi berhubungan dengan dunia luar. Jauh sebelumnya sekolah meluncurkan

arah pendekatan ini, yang melandaskannya dengan teori humas antara lain membicarakan peran vital hubungan luar dalam perdagangan internasional pada umumnya upaya sampai sekarang ini. Menurut (Grunig, 2013), kesuksesan suatu perusahaan sepenuhnya ditentukan oleh kemampuan dalam menjaga hubungan yang baik dengan lingkungan luar.

Humas MTs Rawa Selapan memperkenalkan Facebook dan Instagram sebagai media promosi. Dalam kaitannya dengan bidang lain, media sosial juga memberikan alat komunikasi baru untuk meraih target kebutuhan atas produk. Kecanggihan teknologi ini tidak hanya melekatkan madrasah, secara langsung, kepada lingkungannya tetapi juga merupakan sarana peningkatan citra positif bagi madrasah itu sendiri. Hal ini memungkinkan orang mendapatkan informasi tentang kegiatan madrasah lebih efektif. Media sosial, yang memiliki kekuatan Siber, menandai kemiringan ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller yang menekankan pentingnya branding melalui teknologi digital (Das & Mondal, 2020).

Sedangkan kerja sama dengan alumni dan komunitas lokal merupakan strategi yang tak kalah penting bagi humas madrasah MTs Rawa Selapan. Alumni madrasah memberikan kontribusi baik berupa dukungan finansial maupun keterlibatan langsung dalam kegiatan di madrasah (Sumendap, 2021). Peran ini bukan saja memberikan sejumlah manfaat bagi madrasah, tetapi juga membantu membangun ikatan emosional dengan madrasah sendiri, memperkuat citra positif madrasah di mata masyarakat, dan memberikan contoh positif bagi siswa. Teori public relations community building menyatakan bahwa hubungan antara alumni dan lembaga pendidikan berfungsi sebagai kekuatan yang membangun keyakinan, penting dalam hal pembentukan jaringan dukungan masyarakat (Kriyantono, 2017).

Selain itu, MTs Rawa Selapan secara rutin melakukan kegiatan sosial dan keagamaan yang melibatkan semua komponen sekolah dan masyarakat setempat. Bakti sosial seperti ini dan pengajian bersama menjadi salah satu bagian yang sangat penting dalam strategi manajemen humas madrasah, yang bertujuan menanamkan nilai-nilai sosial dan keagamaan kepada siswa. Ini bukan saja memberikan efek positif bagi perkembangan spiritual siswa, tetapi juga memperkuat identitas madrasah sebagai lembaga yang berdasarkan nilai-nilai keagamaan dalam masyarakat. Strategi ini sejalan dengan teori *Corporate Social Responsibility* (CSR),

yang menekankan pentingnya kegiatan sosial dalam mengembangkan reputasi positif dan mempererat kontak antara organisasi dengan masyarakat (Yusuf, 2017).

Menurut konsep pola hubungan masyarakat yang dilakukan di MTs Rawa Selatan lebih menekankan pada pendidikan gotong royong. Pendidikan tersebut merupakan salah satu nilai utama dalam upaya manajemen humas meningkatkan daya saing di lingkungan pendidikan tindakan ini dilakukan untuk menghargai semangat kerjasama dan bahu-membahu antara guru siswa maupun tenaga kependidikan dalam menyelesaikan persoalan-persoalan bersama menjalin komunikasi yang baik serta memberikan bantuan atau pertolongan kepada orang-orang yang membutuhkan. Pendidikan tersebut dapat digunakan sebagai salah satu bentuk strategi humas untuk meningkatkan kualitas di dalam persaingan pemasaran pendidikan yang berkembang di era globalisasi saat ini. Kegiatan tersebut ditanamkan kepada peserta didik ketika kegiatan matsama yaitu kegiatan awal siswa baru mengikuti pembelajaran di madrasah. selain dapat menjalin komunikasi yang baik antar siswa, dapat dijadikan sebagai kegiatan branding dalam memberikan kepercayaan kepada orang tua terhadap madrasah dalam menyampaikan komunikasi. Strategi tersebut sejalan dengan teori komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh wick yang menekankan bahwa komunikasi terbuka menciptakan rasa kepercayaan dan sense of ownership di kalangan anggota organisasi (Wicks, 2000).

Strategi merupakan perwujudan dari rencana yang terarah untuk memperoleh hasil yang maksimal dengan demikian strategi merupakan sebuah rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan dengan melalui langkah yang harus dilalui menuju target yang akan dicapai. Oleh sebab itu dalam meningkatkan inovasi manajemen humas terutama untuk meningkatkan daya saing madrasah Tsanawiyah, Humas MTs rawa selapan melakukan beberapa inovasi yang dilaksanakan pada saat perencanaan. Perencanaan tersebut dilakukan dengan menganalisis kebutuhan industri masyarakat serta kebutuhan sosial karena pada dasarnya tujuan lembaga madrasah Tsanawiyah adalah untuk menciptakan generasi muda yang memiliki kualitas serta kuantitas yang dapat digunakan di lingkungan sekitar.

Perencanaan manajemen humas dalam meningkatkan daya saing dapat dimulai ketika kegiatan pembelajaran akhir semester. perencanaan

tersebut bertujuan untuk menarik siswa sebanyak mungkin agar dapat melanjutkan pendidikan di madrasah. Kegiatan perencanaan berfokus pada pembentukan tim PPDB, target siswa, serta analisis terkait kelulusan siswa. proses perencanaan program humas dilakukan analisis secara berkala untuk memastikan bahwa program-program telah dijalankan dengan baik serta relevan dengan perkembangan zaman. Karena pada dasarnya program humas merupakan program yang telah didesain secara tematik dan menggunakan strategi yang matang untuk memastikan bahwa humas di MTS rawa Selatan sudah *up to date* dan berjalan sesuai rencana. Pentingnya sebuah proses perencanaan terutama dalam meikapi keberlangsungan sebuah organisasi sesuai dengan pernyataan (Dhuka et al., 2022) perencanaan strategis merupakan salah satu faktor kunci efektivitas terlaksananya aktivitas pendidikan dan peningkatan mutu, demi tercapainya tujuan pendidikan yang diharapkan bagi setiap jenjang dan jenis pendidikan pada tingkat nasional maupun lokal.

Selain proses perencanaan terdapat proses pengorganisasian. Pada proses tersebut Waka Humas berperan penting dalam membagi tugas kepada siswa OSIS untuk menjalankan misi yaitu branding ke sekolah-sekolah dasar baik mi maupun SD di lingkungan madrasah tersebut. Ketika proses pengorganisasian juga, tim PPDB madrasah telah dibekali terkait tentang pengetahuan tujuan, visi misi serta kualitas madrasah yang akan menjadi bahan branding di lembaga pendidikan sekolah dasar. Dari hasil kegiatan penelitian strategi tersebut berjalan efektif dan berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah siswa setiap tahun nya.

Selain ada proses pengorganisasian dan perencanaan terdapat sebuah proses implementasi yang menjadi landasan utama dalam inovasi manajemen humas untuk meningkatkan daya saing di lingkungan madrasah Tsanawiyah Rawa selapan. Proses implementasi yaitu proses di mana tim PPDB melakukan tindakan terhadap strategi yang telah dirumuskan ketika perencanaan dan pengorganisasian. Kegiatan implementasi dilakukan di lembaga-lembaga pendidikan sekolah dasar baik mi maupun SD di lingkungan madrasah Tsanawiyah tersebut. Kegiatan tersebut dilakukan dengan memberikan brosur menjelaskan keunggulan madrasah menampilkan video-video terkait madrasah prestasi-prestasi madrasah serta memperkenalkan kepada siswa terkait madrasah melalui aplikasi-aplikasi seperti Instagram dan juga Tik tok. Strategi inovasi tersebut dirancang untuk mempermudah orang tua maupun siswa untuk dapat mengenali madrasah secara lebih mudah. Kegiatan

inovasi tersebut diperkuat dengan hasil penelitian (Aisyah et al., 2024) tentang bidang pendidikan, media sosial turut berperan dalam meningkatkan branding sekolah

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Sebelum melakukan inovasi, Humas MTs Rawa Selatan mengandalkan media tradisional seperti papan pengumuman, spanduk, hubungan dengan tokoh masyarakat, dan promosi dari mulut ke mulut untuk meningkatkan kualitas serta daya saing lembaga. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, Humas MTs perlu mengadopsi inovasi agar dapat bersaing secara efektif dengan lembaga pendidikan lainnya. Strategi inovasi tersebut meliputi pembinaan hubungan internal dan eksternal yang kokoh, pemanfaatan teknologi digital, kemitraan dengan alumni serta komunitas lokal, dan pelaksanaan program keagamaan maupun sosial. Seluruh upaya tersebut telah mendukung keberhasilan lembaga dalam menciptakan daya tarik dan reputasi yang positif. Dengan menerapkan manajemen Humas yang inovatif, MTs Rawa Selatan berhasil memperluas jejaring sosial, membangun citra positif di masyarakat, dan meningkatkan kualitas pendidikan yang ditawarkan. Strategi inovasi dalam manajemen Humas ini telah memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan daya saing lembaga di tengah persaingan yang semakin ketat.

### **Saran**

Strategi yang dilakukan madrasah dapat dikatakan efektif. Akan tetapi, masih perlu dilakukan evaluasi terutama untuk meyikapi perkembangan zaman. Kepada kepala madrasah serta kepala humas agar dapat melakukan inovasi lain terutama dalam upaya meningkatkan kualitas madrasah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aisyah, S., Hidayati, D., Santosa, A. B., Widodo, H., & Dahlan, U. A. (2024). *Manajemen Pemanfaatan Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Branding Sekolah*. Manajemen Pendidikan, 19(1), 16-36. <https://doi.org/10.23917/JMP.V19I1.4023>
- Das, S., & Mondal, S. R. (2020). *Innovations in Digital Branding and Content Marketing*. IGI Global.
- Dhuka, M. N., Khozinatul, S., Blora, U., & Id, N. K. (2022). *Perencanaan Strategis Mutu*

- Pendidikan Agama Islam*. Journal of Industrial Engineering & Management Research, 3(4), 287–298. <https://doi.org/10.7777/JIEMAR.V3I4.420>
- Grunig, J. E. (2013). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Routledge.
- Hakim, M. N., & Rozi, F. (2024). *Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Animo Masyarakat terhadap Pendidikan Madrasah*. JoIEM (Journal of Islamic Education Management), 5(1), 28–45. <https://doi.org/10.30762/joiem.v5i1.2675>
- Kriyantono, R. (2017). *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat & lokal: Aplikasi Penelitian & Praktik*. Kencana.
- Masrufa, B. (2024). *Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan*. At Tadbir: Islamic Education Management Journal, 2(1), 46–55. <https://doi.org/10.54437/attadbir.v2i1.1585>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage.
- Nahdliyah, A., & Hasanah, A. U. (2021). *Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Mts Al-Amiriyah Blokagung Banyuwangi*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID), 3(2), 193–207. <https://doi.org/10.30739/JMPID.V3I2.1316>
- Patrianti, T. (2022). *Mengelola Citra dan Membangun Reputasi: Studi atas Peran Public Relations di Universitas Muhammadiyah Jakarta*. KAIS Kajian Ilmu Sosial, 1(1), 34–42. <https://doi.org/10.24853/kais.1.1.34-42>
- Sholeh, M. I. (2023). *Transparansi dan Akuntabilitas dalam Membangun Citra Positif Melalui Manajemen Pendidikan Yang Berkualitas*. Tadbiruna, 3(1), 43–55. <https://doi.org/10.51192/tadbiruna.v3i1.622>
- Smith, R. D. (2020). *Strategic Planning For Public Relations*. Routledge.
- Sumendap, R. (2021). *Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Tondano*. Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal, 7(3), 1435–1442. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.3.1435-1442.2021>
- Sutiawan, I. (2023). *Madrasah Menghadapi Era Society 5.0*. GUEPEDIA.
- Sya', M., Hasan, R., Al-Urwatul, S., Jombang, W., & Aziz, A. (2023). *Kontribusi Pendidikan Islam dalam Pengembangan Sosial Emosional Peserta Didik di MTs Salafiyah Sya'fiiyah Tebuireng Jombang*. Irsyaduna: Jurnal Studi Kemahasiswaan, 3(2), 143–159. <https://doi.org/10.54437/IRSYADUNA.V3I2.1124>
- Ulfatin, N. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Malang: Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Wicks, R. H. (2000). *Understanding audiences: Learning to use the media constructively*. Routledge.
- Yusuf, M. Y. (2017). *Islamic Corporate Social Responsibility (I-CRS) Pada Lembaga Keuangan Syariah (LKS): Teori Dan Praktik*. Prenada Media.
- Zakariah, M. Askari, Vivi Afriani, & KH M. Zakariah. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research and Development (R n D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.