



Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Penguatan Kemitraan Stakeholder pada Lembaga Pendidikan

Ayu Gita Lestari¹, Arawan², Iwan Aprianto³, Mahdayeni⁴

Universitas Islam Batang Hari, Jambi, Indonesia¹⁻⁴

Email Korespondensi: ayugita180@gmail.com, arawanspdi@gmail.com, iwanaprianto@gmail.com, laangelina99@gmail.com

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Februari 2026, Article published: 01 Maret 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze public relations management strategies in strengthening stakeholder partnerships within educational institutions from theoretical and conceptual perspectives. Educational institutions require effective communication strategies to build and maintain relationships with stakeholders, including students, parents, educators, government agencies, and the wider community. Public relations management plays a strategic role in ensuring transparent, participatory, and sustainable communication, supporting educational goals and enhancing institutional image. The study employs a qualitative method with a library research approach, involving an in-depth review of books, journal articles, research reports, and relevant documents regarding public relations management and stakeholder partnerships in educational institutions. Data were analyzed descriptively and critically to identify effective PR concepts, principles, and strategies. The findings indicate that effective public relations strategies include structured communication planning, implementation of participatory PR programs, continuous relationship maintenance, and regular evaluation of stakeholder interactions. The implementation of these strategies enhances community support, strengthens institutional legitimacy, and facilitates productive collaboration. In conclusion, public relations management based on two-way communication, transparency, participation, and strategic collaboration is key to building productive and sustainable stakeholder partnerships in educational institutions.

Keywords: public relations management, stakeholder partnership, educational institutions, library research, qualitative research.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi manajemen hubungan masyarakat (humas) dalam penguatan kemitraan stakeholder pada lembaga pendidikan dari perspektif teoretis dan konseptual. Lembaga pendidikan membutuhkan strategi komunikasi yang efektif untuk membangun dan memelihara hubungan dengan berbagai stakeholder, termasuk siswa, orang tua, tenaga pendidik, pemerintah, dan masyarakat luas. Manajemen humas berperan strategis dalam memastikan komunikasi yang transparan, partisipatif, dan berkelanjutan, sehingga mendukung pencapaian tujuan pendidikan dan memperkuat citra lembaga. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan library research, melalui kajian literatur mendalam terhadap buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan dokumen relevan mengenai manajemen humas dan kemitraan stakeholder di lembaga pendidikan. Analisis dilakukan secara deskriptif-kritis untuk mengidentifikasi konsep, prinsip, dan strategi humas yang efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

strategi manajemen humas yang efektif meliputi perencanaan komunikasi yang terstruktur, pelaksanaan program humas partisipatif, pemeliharaan hubungan berkelanjutan, dan evaluasi rutin terhadap interaksi dengan stakeholder. Implementasi strategi ini meningkatkan dukungan masyarakat, memperkuat legitimasi lembaga, dan memfasilitasi kolaborasi yang produktif. Kesimpulannya, manajemen humas yang berbasis komunikasi dua arah, transparansi, partisipasi, dan kolaborasi strategis menjadi kunci dalam membangun kemitraan stakeholder yang produktif dan berkelanjutan pada lembaga pendidikan.

Kata kunci: manajemen humas, kemitraan stakeholder, lembaga pendidikan, library research, penelitian kualitatif.

PENDAHULUAN

Fungsi manajemen hubungan masyarakat (humas) sangat penting bagi lembaga pendidikan karena membantu membangun komunikasi yang efektif antara institusi dan publiknya untuk mencapai tujuan pendidikan. Humas tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan pemahaman bersama antara sekolah dan stakeholder. Penelitian menunjukkan bahwa humas dapat membangun hubungan saling menguntungkan antara lembaga pendidikan dan pihak luar. Peran ini penting dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Dengan demikian, humas menjadi elemen kunci dalam kesuksesan hubungan eksternal lembaga pendidikan. (Nurita et al., 2023). Di lembaga pendidikan, humas memainkan peran strategis dalam meningkatkan keterlibatan orang tua, komite sekolah, dan masyarakat agar komunikasi dengan stakeholder dapat berjalan harmonis. Strategi ini penting untuk membangun kepercayaan publik terhadap kualitas lembaga pendidikan. Partisipasi masyarakat menjadi indikator nyata dukungan terhadap kegiatan sekolah. Keterlibatan ini juga mendorong perbaikan mutu pendidikan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, peran humas menjadi bagian penting dari pencitraan positif lembaga. (Nurita et al., 2023).

Humas juga berfungsi untuk menyebarkan informasi secara strategis kepada pihak berkepentingan melalui saluran komunikasi yang tepat. Penyampaian pesan yang efektif membantu sekolah menghadapi tantangan sosial dan harapan publik. Dengan pendekatan ini, komunikasi tidak bersifat satu arah, melainkan dialogis. Humas menjadi jembatan penting antara sekolah dan masyarakat. Komunikasi dua arah memungkinkan kebutuhan stakeholder dipahami dengan baik. (Yani, 2023). Penelitian mengenai hubungan sekolah dan masyarakat menunjukkan bahwa keterlibatan publik memperkuat legitimasi lembaga pendidikan. Komunikasi yang jelas dan transparan menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan masyarakat. Sekolah yang mampu menjaga hubungan baik cenderung lebih dipercaya oleh masyarakat sekitar. Kepercayaan publik menjadi modal utama dalam menjaga kelangsungan program pendidikan. Kolaborasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat merupakan bentuk kemitraan strategis. (Fithriani, 2019).

Hubungan antara sekolah dan masyarakat melibatkan perencanaan agar pihak luar dapat terlibat dalam kegiatan pendidikan. Ini mencakup konsultasi dengan orang tua, komite sekolah, dan alumni untuk pengembangan lembaga.

Partisipasi publik memungkinkan sekolah menerima masukan secara berkelanjutan. Umpan balik ini menjadi dasar evaluasi peningkatan kualitas sekolah. Hubungan yang terus menerus menciptakan kolaborasi yang saling menguntungkan. (Fithriani F., 2019). Manajemen humas yang efektif mencakup perencanaan komunikasi yang sistematis untuk mencapai tujuan organisasi. Perencanaan mencakup identifikasi audiens, pesan, media, dan evaluasi berkelanjutan. Dengan perencanaan matang, lembaga dapat mengantisipasi tantangan komunikasi eksternal. Perencanaan menjadi fondasi strategi humas yang efektif. Hal ini juga membantu lembaga menghadapi dinamika sosial yang kompleks. (Nurita et al., 2023).

Pelaksanaan humas yang partisipatif memberi kesempatan bagi stakeholder untuk terlibat aktif dalam kegiatan lembaga. Keterlibatan ini meningkatkan rasa kepemilikan stakeholder terhadap sekolah. Partisipasi publik dalam kegiatan sekolah memperkuat hubungan sosial antara lembaga dan masyarakat. Ini juga berdampak pada peningkatan kualitas layanan pendidikan. Dengan pelibatan luas, tujuan pendidikan dapat dicapai lebih optimal. (Azhar et al., 2024). Evaluasi menjadi bagian penting dalam manajemen humas karena memungkinkan lembaga menilai efektivitas strategi komunikasi. Evaluasi bisa dilakukan melalui feedback stakeholder dan analisis respons publik terhadap program humas. Hasil evaluasi digunakan untuk menyusun strategi komunikasi selanjutnya. Dengan demikian, evaluasi membentuk siklus perbaikan berkelanjutan. Evaluasi memastikan hubungan dengan stakeholder tetap relevan dan efektif. (Muharramah et al., 2023).

Humas di lembaga pendidikan juga berperan membangun citra lembaga melalui penyebaran informasi keberhasilan dan inovasi. Citra positif mendukung reputasi sekolah di mata publik. Persepsi publik terhadap kinerja sekolah menjadi lebih baik. Citra yang kuat menarik dukungan dan partisipasi masyarakat. Dengan demikian, citra dan reputasi sekolah menjadi bagian strategi humas yang penting. (Nurita et al., 2023). Komunikasi humas tidak hanya internal, tetapi juga melibatkan hubungan eksternal dengan pemerintah, lembaga lain, dan komunitas lokal. Keterlibatan pihak eksternal membuka peluang kolaborasi yang saling menguntungkan. Hubungan eksternal yang baik membantu sekolah mendapatkan dukungan sumber daya. Hal ini membuka ruang kerja sama dalam berbagai program pendidikan. Keterlibatan ini menjadi bagian penting dari strategi kemitraan stakeholder. (Azhar et al., 2024).

Humas juga berperan dalam aspek pemasaran lembaga pendidikan dengan strategi komunikasi yang meningkatkan visibilitas lembaga. Strategi ini penting untuk bersaing dengan lembaga pendidikan lain. Humas membantu membuat pesan pemasaran relevan dengan kebutuhan publik. Ini menarik minat calon siswa dan orang tua. Peran pemasaran menjadi bagian dari fungsi komunikasi humas. (Suyitno, 2024). Peran humas terlihat dalam meningkatkan partisipasi orang tua dalam kegiatan pendidikan, berdampak pada peningkatan kualitas pembelajaran. Partisipasi orang tua menunjukkan hubungan sekolah-rumah tangga yang efektif. Hal ini mendukung pencapaian standar pendidikan lebih tinggi. Keterlibatan orang tua menjadi indikator komunikasi yang baik. Humas berperan menjaga hubungan sekolah dengan keluarga. (Fithriani, 2019).

Interaksi antara lembaga pendidikan dan publik melalui humas membentuk perilaku sosial yang positif. Komunikasi publik efektif mendorong dukungan masyarakat terhadap kebijakan sekolah. Lingkungan kondusif tercipta untuk perkembangan peserta didik. Dukungan sosial penting untuk implementasi program sekolah. Humas menjadi alat transformasi sosial di pendidikan. (Yani, 2023). Humas yang melibatkan stakeholder aktif memperkuat jaringan kerja sama antara sekolah dan komunitas lokal. Ini membantu sekolah memperoleh informasi tentang kebutuhan publik. Jaringan ini menjadi aset strategis pengembangan sekolah. Dukungan komunitas berkontribusi positif pada tujuan pendidikan. Hubungan yang kuat membuka ruang dialog konstruktif. (Azhar et al., 2024).

Humas berperan dalam penyelesaian konflik antara sekolah dan masyarakat atau antar stakeholder internal. Pendekatan komunikasi yang tepat membantu mengelola konflik secara efektif. Komunikasi humas menciptakan pemahaman dan solusi damai. Hal ini menjaga stabilitas hubungan organisasi dengan publik. Kemampuan ini penting untuk reputasi lembaga. (Nurita et al., 2023). Dalam pendidikan Islam, humas berfungsi sebagai media penyebaran nilai-nilai Islam secara efektif. Ini membantu lembaga pendidikan menjelaskan perannya kepada masyarakat luas. Humas menjadi sarana komunikasi nilai dan persepsi. Hal ini mendukung eksistensi lembaga di masyarakat. Peran ini semakin penting di era globalisasi. (Azhar et al., 2024).

Studi kasus menunjukkan bahwa strategi humas yang baik meningkatkan keterlibatan dan dukungan stakeholder terhadap program sekolah. Praktik humas optimal mencakup evaluasi feedback dan penyesuaian strategi. Hasil penelitian menunjukkan humas memperkuat hubungan sekolah-masyarakat. Ini menunjukkan peran humas dalam pengembangan kualitas lembaga. (Nurita et al., 2023). Humas yang strategis dapat meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di masyarakat. Kualitas interaksi dengan publik menjadi modal sosial penting. Hal ini membantu sekolah mempertahankan eksistensi di tengah persaingan. Daya saing merupakan aspek penting strategi organisasi pendidikan. (Suyitno, 2024).

Melalui humas, lembaga mampu mengkomunikasikan program unggulan kepada publik sehingga mendapatkan dukungan dan sumber daya. Ini memberi kesempatan lembaga berkembang lebih cepat. Komunikasi efektif memperkuat persepsi masyarakat terhadap kredibilitas lembaga. Kinerja humas menjadi penentu keberhasilan strategi komunikasi organisasi. (Nurita et al., 2023). Berdasarkan kajian teori dan praktik, manajemen humas memainkan peran sentral dalam membangun kemitraan stakeholder yang produktif. Hubungan harmonis antara lembaga dan publik mendorong keberlanjutan program pendidikan. Hal ini penting di tengah kompleksitas sosial dan tuntutan pendidikan modern. Humas menjadi elemen kunci keberhasilan hubungan strategis organisasi dan stakeholder. (Nurita et al., 2023). Atas dasar pertimbangan tersebut, penelitian ini mengusung judul, "Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Penguatan Kemitraan Stakeholder pada Lembaga Pendidikan."

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan *library research* (studi kepustakaan) untuk memahami konsep, strategi, dan praktik manajemen hubungan masyarakat dalam membangun kemitraan stakeholder di lembaga pendidikan. Penelitian kualitatif dipilih karena fokusnya pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial, yaitu hubungan lembaga pendidikan dengan berbagai stakeholder, bukan sekadar pengukuran kuantitatif. Penelitian ini menekankan analisis deskriptif dan kritis terhadap literatur yang relevan sehingga dapat membentuk kerangka konseptual yang kuat tentang strategi humas. (Sugiyono, 2019). Sumber data utama penelitian ini berupa literatur sekunder, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, laporan lembaga pendidikan, serta dokumen terkait manajemen humas dan kemitraan stakeholder. Literatur ini dipilih dengan kriteria relevansi topik, keaslian sumber, dan kredibilitas penulis. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode analisis konten untuk menemukan pola, prinsip, dan strategi yang digunakan dalam manajemen hubungan masyarakat di lembaga pendidikan. (Moleong, 2018)

Proses pengumpulan data dilakukan dengan identifikasi literatur yang relevan, pemilihan sumber yang kredibel, dan pengklasifikasian informasi berdasarkan tema, seperti perencanaan komunikasi, pelibatan stakeholder, pemeliharaan hubungan, serta evaluasi humas. Setiap data kemudian dikodekan agar memudahkan analisis tematik yang terfokus pada praktik strategi humas di lembaga pendidikan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menyusun kesimpulan yang dapat diaplikasikan dalam konteks pengelolaan hubungan masyarakat secara strategis. (Arikunto, 2019). Analisis data dilakukan secara tematik dan deskriptif, dengan tujuan mengidentifikasi strategi-strategi humas yang efektif dalam memperkuat kemitraan stakeholder. Peneliti menekankan pada pemahaman mendalam terhadap literatur yang dikaji, sehingga diperoleh pemahaman holistik mengenai praktik humas di lembaga pendidikan. Selain itu, metode ini memungkinkan integrasi antara teori dan praktik yang telah terdokumentasi dalam penelitian sebelumnya. (Creswell & Poth, 2018). Validitas data dijaga melalui kredibilitas sumber literatur, kesesuaian informasi dengan konteks penelitian, dan konsistensi dalam analisis. Proses triangulasi dilakukan dengan membandingkan berbagai literatur dari penulis dan sumber berbeda untuk memastikan temuan penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan metode ini, penelitian mampu menghasilkan analisis yang mendalam mengenai strategi manajemen humas dalam membangun dan mempertahankan kemitraan dengan stakeholder pada lembaga pendidikan. (Sugiyono, 2019; Moleong, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen hubungan masyarakat (humas) memiliki peran strategis dalam memperkuat kemitraan dengan stakeholder pada lembaga pendidikan. Analisis literatur mengungkapkan bahwa strategi humas yang efektif tidak hanya melibatkan penyampaian informasi, tetapi

juga perencanaan komunikasi yang sistematis, pelibatan aktif stakeholder, dan pemeliharaan hubungan yang berkesinambungan. Temuan ini menegaskan pentingnya humas sebagai alat strategis yang mampu membangun kepercayaan publik dan meningkatkan dukungan terhadap program pendidikan. (Nurita et al., 2023). Selain itu, penelitian menemukan bahwa keterlibatan stakeholder melalui komunikasi dua arah menjadi kunci dalam menciptakan hubungan yang harmonis. Partisipasi orang tua, komite sekolah, pemerintah, dan masyarakat luas tidak hanya mendukung program lembaga, tetapi juga memberikan masukan yang berharga bagi pengambilan keputusan strategis. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan humas sangat tergantung pada kemampuan lembaga untuk membangun interaksi yang transparan, terbuka, dan kolaboratif. (Azhar et al., 2024).

Lebih jauh, kajian literatur menunjukkan bahwa strategi humas yang terencana dapat meningkatkan citra dan reputasi lembaga pendidikan. Dengan penyampaian informasi yang tepat dan konsisten, lembaga mampu menegaskan identitas dan nilai-nilai yang ingin dikomunikasikan kepada stakeholder. Reputasi yang positif berkontribusi pada kepercayaan masyarakat, menarik dukungan sumber daya, serta mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan pendidikan. (Yani, 2023). Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa manajemen humas bukan sekadar fungsi komunikasi administratif, tetapi merupakan strategi inti untuk membangun kemitraan yang produktif dan berkelanjutan. Hubungan yang efektif antara lembaga pendidikan dan stakeholder memperkuat legitimasi lembaga, memperluas jaringan kolaborasi, dan mendukung keberlanjutan program pendidikan. Oleh karena itu, peran humas harus ditempatkan sebagai elemen strategis yang terintegrasi dalam setiap kebijakan dan kegiatan lembaga. (Fithriani, 2019). Untuk lebih memudahkan pemahaman silahkan perhatikan gambar berikut:



Gambar 1. Strategi Mengelola Stakeholders dengan baik
(www.crsitianstrunk.com)

Diagram yang ditampilkan menunjukkan bahwa stakeholder terbagi menjadi beberapa kelompok yang memiliki peran berbeda terhadap organisasi, yang dalam konteks pendidikan dapat dianalogikan sebagai pihak-pihak yang berkepentingan terhadap keberhasilan lembaga. Misalnya, Customers dalam konteks sekolah dapat merujuk pada siswa dan orang tua yang menjadi penerima layanan pendidikan. Hubungan yang baik dengan kelompok ini penting bagi

humas sekolah untuk meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan partisipasi mereka dalam setiap kegiatan pendidikan. (Nurita et al., 2023). Governments menunjukkan peran regulator atau pihak pemerintah yang memberikan izin, standar, dan dukungan kebijakan pendidikan. Manajemen humas yang efektif harus membangun komunikasi yang transparan dan terstruktur dengan pemerintah agar kebijakan lembaga sejalan dengan regulasi dan memperoleh dukungan yang dibutuhkan. (Fithriani, 2019).

Partners dapat diartikan sebagai mitra strategis lembaga pendidikan, termasuk organisasi non-profit, universitas lain, atau lembaga pelatihan. Strategi humas yang berfokus pada kemitraan ini mencakup perencanaan kegiatan kolaboratif, pengembangan proyek bersama, dan komunikasi yang berkesinambungan untuk memastikan hubungan yang saling menguntungkan. (Azhar et al., 2024). *Finance, Sales, Marketing, Support, dan Owner* dalam diagram bisnis dapat dianalogikan pada sumber daya internal lembaga pendidikan: *Finance* merujuk pada pengelolaan dana sekolah, *Sales dan Marketing* pada kegiatan promosi dan penerimaan siswa baru, *Support* pada staf administrasi dan pendukung, dan *Owner* pada pimpinan atau yayasan. Humas sekolah harus mampu menjalin komunikasi internal yang harmonis dengan semua pihak ini untuk memastikan koordinasi kegiatan dan dukungan sumber daya. (Yani, 2023).

Dengan melakukan pemetaan terhadap seluruh stakeholder, lembaga pendidikan dapat merancang strategi humas secara menyeluruh, yang mencakup koordinasi komunikasi eksternal (siswa, orang tua, pemerintah, dan mitra) maupun komunikasi internal (staf, pimpinan, dan tenaga pendukung). Pendekatan terpadu ini memungkinkan lembaga membangun kemitraan yang efektif, memperkuat citra dan reputasi, serta menjamin keberlanjutan pelaksanaan program pendidikan. (Moleong, 2018). Secara keseluruhan, diagram ini menjadi dasar untuk memahami bahwa humas di lembaga pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi sebagai strategi manajemen hubungan yang menghubungkan seluruh stakeholder secara sinergis. Dengan pendekatan ini, lembaga dapat memastikan keterlibatan aktif stakeholder dan mengoptimalkan dukungan mereka dalam mencapai tujuan pendidikan. (Sugiyono, 2019). Maka dari itu ada beberapa komponen yang relevan dan harus di bahas pada penelitian ini salah satunya yaitu, sebagai berikut:

Analisis Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Konteks Lembaga Pendidikan

Manajemen hubungan masyarakat (humas) dalam lembaga pendidikan merupakan fungsi strategis yang tidak hanya berfokus pada komunikasi informasi, tetapi juga pada pembangunan citra, kepercayaan, dan loyalitas stakeholder terhadap institusi pendidikan. Humas berperan sebagai penghubung antara sekolah dengan publik internal maupun eksternal sehingga setiap program pendidikan dapat diterima dan didukung oleh masyarakat. Dengan adanya manajemen humas yang efektif, sekolah dapat membangun persepsi positif yang konsisten, meningkatkan partisipasi stakeholder, dan meminimalkan kesalahpahaman yang mungkin muncul dalam proses komunikasi. Oleh karena itu,

peran humas dalam pendidikan tidak bisa dipandang sebagai aktivitas tambahan, melainkan bagian integral dari strategi manajerial lembaga. Manajemen humas yang baik juga dapat memperkuat branding lembaga pendidikan di mata publik luas (Suharto, 2020).

Strategi humas dalam lembaga pendidikan melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan komunikasi yang sistematis dan terstruktur. Proses ini mencakup identifikasi audiens, penyusunan pesan, pemilihan media komunikasi, dan penetapan tujuan yang jelas sesuai visi dan misi sekolah. Strategi humas yang efektif harus mampu menjembatani komunikasi antara pimpinan sekolah, guru, siswa, orang tua, dan pihak eksternal lain seperti pemerintah maupun mitra industri. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap pesan yang disampaikan relevan, tepat sasaran, dan memiliki dampak positif terhadap hubungan dengan stakeholder. Dengan demikian, humas menjadi fungsi manajerial yang mendukung keberhasilan pendidikan (Hidayat, 2019).

Salah satu fokus utama strategi humas adalah membangun komunikasi dua arah yang memungkinkan interaksi aktif antara lembaga pendidikan dan stakeholder. Komunikasi dua arah tidak hanya memungkinkan sekolah untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menerima masukan, kritik, dan aspirasi publik. Melalui dialog yang terbuka ini, sekolah dapat menyesuaikan program dan kebijakan pendidikan agar lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Selain itu, strategi ini memperkuat rasa kepemilikan stakeholder terhadap keberhasilan lembaga, karena mereka merasa dilibatkan dalam proses pendidikan. Dengan begitu, hubungan antara sekolah dan publik menjadi lebih harmonis dan berkelanjutan (Rahmawati, 2021).

Implementasi strategi PR di sekolah sering dilakukan melalui kegiatan publik yang melibatkan masyarakat luas, seperti open house, workshop, seminar, dan penyebaran newsletter. Kegiatan-kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan stakeholder, memperkenalkan prestasi sekolah, serta membangun reputasi positif di mata publik. Pendekatan ini juga membantu lembaga menekankan nilai-nilai pendidikan yang dijalankan serta menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pengajaran dan manajemen institusi. Lebih dari itu, kegiatan humas publik dapat menjadi media bagi sekolah untuk menjalin kemitraan strategis dengan organisasi eksternal maupun pemerintah daerah (Prasetyo, 2018).

Strategi humas juga diterapkan melalui media digital dan media sosial yang semakin relevan di era teknologi informasi. Penggunaan website, platform media sosial, dan aplikasi komunikasi memungkinkan sekolah menyampaikan informasi secara cepat, transparan, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Media digital mendukung branding sekolah dengan cara yang interaktif dan dinamis, sehingga mempermudah penyebaran prestasi, program pendidikan, dan kegiatan sekolah secara real-time. Pendekatan digital ini juga memungkinkan pihak sekolah menerima umpan balik dari stakeholder dengan lebih efektif, sehingga strategi humas dapat dievaluasi dan disesuaikan secara berkelanjutan (Wahyuni, 2020).

Selain komunikasi publik dan digital, strategi PR internal juga penting dilakukan melalui rapat koordinasi, pertemuan orang tua siswa, dan penyusunan

newsletter internal. Kegiatan internal ini memungkinkan stakeholder internal, seperti guru dan staf, merasa dihargai dan dilibatkan dalam proses komunikasi institusi. Dengan komunikasi internal yang baik, setiap anggota sekolah dapat memahami tujuan strategis lembaga, mendukung program humas, dan menjadi duta sekolah yang mampu menyampaikan pesan positif kepada publik. Strategi internal ini menjadi pondasi penting untuk membangun hubungan yang harmonis dan sinergis dalam organisasi pendidikan (Sari, 2019).

Fungsi humas sebagai mediator antara pimpinan sekolah dan publik menjadi salah satu kunci keberhasilan strategi komunikasi. Humas memastikan pesan institusional disampaikan secara konsisten, profesional, dan sesuai dengan nilai-nilai pendidikan yang dianut. Peran mediator ini sangat penting ketika terjadi krisis atau isu publik yang berpotensi merusak reputasi sekolah, karena humas bertindak sebagai penyalur informasi yang akurat dan penenang konflik. Dengan adanya mediator komunikasi yang efektif, lembaga pendidikan dapat memelihara hubungan baik dengan stakeholder internal maupun eksternal tanpa menimbulkan ketegangan (Kusuma, 2020).

Strategi PR yang efektif juga berfokus pada pembangunan citra sekolah melalui program-program yang memperlihatkan prestasi akademik, kegiatan ekstrakurikuler, dan inovasi pembelajaran. Penekanan pada keberhasilan dan kualitas institusi meningkatkan persepsi positif di mata publik dan membuat sekolah lebih kompetitif. Strategi ini tidak hanya menarik minat calon siswa dan orang tua, tetapi juga membuka peluang kemitraan dengan pihak eksternal seperti sponsor, alumni, dan pemerintah daerah. Dengan demikian, humas berfungsi sebagai sarana promosi sekaligus penguatan hubungan institusional (Hendri, 2021).

Evaluasi menjadi bagian integral dari strategi PR untuk menilai efektivitas komunikasi yang telah dijalankan. Evaluasi ini mencakup analisis umpan balik dari stakeholder, pemantauan persepsi publik, dan pengukuran dampak program humas terhadap reputasi sekolah. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, perbaikan strategi komunikasi, dan pengembangan program baru. Dengan evaluasi yang terstruktur, sekolah dapat memastikan strategi humas selalu relevan, adaptif terhadap perubahan lingkungan, dan mampu memenuhi kebutuhan stakeholder secara optimal (Utami, 2018).

Tantangan utama dalam penerapan strategi PR di lembaga pendidikan meliputi keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang komunikasi strategis dan resistensi internal terhadap perubahan. Keterbatasan kompetensi dapat mempengaruhi kualitas pesan yang disampaikan dan efektivitas interaksi dengan publik. Sementara resistensi internal dapat menimbulkan hambatan dalam pelaksanaan program humas yang memerlukan kolaborasi lintas divisi. Oleh karena itu, pelatihan, pengembangan kapasitas, dan pembinaan tim humas menjadi kunci keberhasilan strategi komunikasi (Fauzi, 2020).

Strategi PR yang diterapkan dengan konsisten dapat memperkuat reputasi sekolah, meningkatkan partisipasi stakeholder, dan mendukung pengembangan kemitraan jangka panjang. Reputasi yang baik menjadi aset strategis bagi lembaga pendidikan, karena mempengaruhi persepsi publik, loyalitas siswa dan orang tua, serta peluang kolaborasi eksternal. Selain itu, strategi PR yang efektif dapat

mempermudah implementasi program baru, memperoleh dukungan pemerintah, dan menjalin kerjasama dengan pihak industri atau alumni. Dengan begitu, humas menjadi elemen krusial dalam pencapaian tujuan institusi (Amalia, 2019).

Kolaborasi antara pimpinan, tim humas, guru, dan stakeholder eksternal menjadi elemen penting dalam keberhasilan strategi manajemen PR. Kolaborasi ini memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat, penyampaian pesan yang terintegrasi, dan terciptanya kesepahaman mengenai arah komunikasi lembaga. Dengan adanya sinergi internal dan eksternal, strategi PR dapat berjalan lebih efektif dan mampu menghadapi tantangan komunikasi di lingkungan pendidikan yang dinamis. Pendekatan kolaboratif juga meningkatkan keterlibatan publik dalam pengambilan keputusan pendidikan (Putra, 2020).

Strategi PR yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, perubahan sosial, dan kebutuhan stakeholder dapat memperkuat posisi lembaga pendidikan di masyarakat. Adaptasi ini mencakup pemanfaatan media sosial, website sekolah, aplikasi komunikasi, serta inovasi program humas yang responsif terhadap tren pendidikan. Dengan strategi yang fleksibel, sekolah mampu mempertahankan citra positif, meningkatkan kepercayaan publik, dan memperluas jaringan kemitraan strategis. Pendekatan adaptif ini menjadi keharusan dalam menghadapi kompetisi antar lembaga pendidikan (Dewi, 2019).

Secara keseluruhan, analisis strategi manajemen humas dalam konteks lembaga pendidikan menunjukkan bahwa komunikasi humas yang efektif dapat meningkatkan citra sekolah, memperkuat keterlibatan stakeholder, dan mendukung kemitraan strategis yang sinergis. Strategi PR yang terencana, konsisten, dan evaluatif menjadi kunci keberhasilan lembaga pendidikan dalam menjalin hubungan harmonis dengan berbagai pihak. Dengan pendekatan ini, humas tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga instrumen pengembangan institusi pendidikan secara menyeluruh (Haryanto, 2021).

Keterlibatan Stakeholder dalam Penguatan Kemitraan Institusional

Keterlibatan stakeholder dalam konteks lembaga pendidikan tidak hanya mencakup aspek peran fungsional, tetapi juga membangun landasan kerjasama yang saling menguntungkan antara sekolah dengan publiknya, baik internal maupun eksternal. Perpaduan peran orang tua, guru, masyarakat, alumni, dan mitra industri menciptakan sinergi yang berkontribusi pada pencapaian tujuan pendidikan secara komprehensif. Dengan keterlibatan yang tepat, sekolah dapat memaksimalkan sumber daya sosial dan jaringan kelembagaan untuk mendorong partisipasi aktif berbagai pihak dalam kegiatan pendidikan. Keterlibatan ini sekaligus memperkuat legitimasi institusional di hadapan publik. Hal ini sejalan dengan konsep bahwa pendidikan adalah pembangunan sosial yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan (Nurita et al., 2023).

Orang tua merupakan salah satu stakeholder paling sentral dalam kemitraan pendidikan, karena mereka memiliki hubungan intens dengan siswa serta berkontribusi dalam proses pembelajaran dan pembentukan karakter. Manajemen humas yang baik di sekolah dapat menciptakan komunikasi terbuka antara lembaga dan orang tua sehingga harapan kedua pihak dapat terintegrasi secara

sinergis. Dengan memfasilitasi dialog dan keterlibatan orang tua dalam perencanaan program sekolah, pendidikan dapat mencerminkan kebutuhan semua pihak demi perbaikan kualitas pembelajaran. Kontribusi orang tua dalam evaluasi dan umpan balik program menunjukkan keterlibatan yang strategis dalam kemitraan pendidikan (Oksyaviani et al., 2023).

Guru sebagai stakeholder internal memiliki peran ganda dalam memperkuat kemitraan institusional, yakni sebagai pelaksana utama pendidikan dan sebagai mitra komunikasi antara sekolah dan publik. Keterlibatan guru dalam menentukan strategi humas membantu menyampaikan pesan institusional yang akurat dan relevan kepada stakeholder lain, seperti orang tua dan masyarakat luas. Melalui keterlibatan guru dalam kegiatan PR, sekolah dapat mengoptimalkan penguatan hubungan dengan orang tua dan komunitas sehingga memperkuat legitimasi institusi. Hal ini mencerminkan pentingnya kolaborasi internal untuk memperkuat kemitraan eksternal (Wahyu & Wibisono, 2023).

Alumni sekolah juga menjadi stakeholder penting dalam penguatan kemitraan, karena pengalaman dan jejaring mereka dapat memberikan nilai tambah bagi sekolah dan siswa saat ini. Alumni dapat menjadi mentor, relasi profesional bagi lulusan baru, atau bahkan donatur untuk program sekolah tertentu. Keterlibatan alumni yang dibangun lewat manajemen hubungan masyarakat secara strategis dapat memperluas jaringan kolaborasi eksternal serta mendukung legitimasi sosial lembaga pendidikan. Dengan meningkatkan partisipasi alumni, sekolah mendapatkan dukungan moral dan praktis dalam berbagai inisiatif pendidikan (Fitri & Masyithoh, 2024).

Masyarakat sekitar sekolah merupakan sumber dukungan sosial yang potensial untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif. Keterlibatan masyarakat, misalnya melalui kegiatan bersama seperti kerja bakti, pemberdayaan lingkungan, dan kegiatan budaya lokal, menunjukkan komitmen bersama dalam mendukung kelangsungan pendidikan. Sekolah yang berhasil memfasilitasi hubungan dengan masyarakat dapat membangun rasa saling memiliki dan tanggung jawab bersama terhadap kualitas layanan pendidikan. Hal ini memperkuat kemitraan yang bersifat inklusif dan berkelanjutan (Duwi et al., 2025).

Pemerintah sebagai stakeholder eksternal memainkan peran strategis dengan menyediakan dukungan kebijakan, regulasi, serta sumber daya pendidikan. Keterlibatan pemerintah dalam kemitraan pendidikan memperkuat legitimasi kelembagaan serta memastikan agar program sekolah selaras dengan kebijakan nasional maupun daerah. Melalui keterlibatan ini, sekolah dapat memperoleh dukungan teknis dan finansial, sekaligus memperluas jaringan kolaborasi dengan sektor publik lain. Dukungan regulasi dan program pemerintah menjadi faktor penting dalam memperkuat ikatan kemitraan antara lembaga pendidikan dan stakeholder (Irawanda & Bachtiar, 2024).

Kemitraan dengan dunia industri juga memiliki peran penting, khususnya dalam menyiapkan siswa menghadapi tantangan dunia kerja. Humas sekolah dapat menjadi mediator yang memfasilitasi kolaborasi antara lembaga pendidikan dan perusahaan melalui program magang, pelatihan keterampilan, dan sponsorship kegiatan pendidikan. Keterlibatan ini membantu siswa memperoleh pengalaman

praktis dan meningkatkan relevansi pembelajaran dengan kebutuhan pasar kerja, serta membuka peluang sinergi lanjutan yang menguntungkan kedua belah pihak. Peran ini mencerminkan fungsi strategis PR dalam menjalin hubungan dengan mitra eksternal industri (Fitri & Masyithoh, 2024).

Partisipasi stakeholder dalam proses pengambilan keputusan pendidikan merupakan bentuk keterlibatan yang lebih substantif daripada sekadar kehadiran. Sekolah dapat mengimplementasikan forum konsultatif, rapat koordinasi, dan mekanisme umpan balik yang responsif sebagai media bagi stakeholder untuk menyampaikan ide, aspirasi, dan evaluasi. Pendekatan partisipatif ini membantu menciptakan keputusan pendidikan yang akuntabel serta meningkatkan rasa tanggung jawab kolektif terhadap keberhasilan sekolah. Dengan demikian, keterlibatan yang produktif dapat memperkuat dinamika kemitraan dalam konteks pendidikan (Cahyanto et al., 2025).

Keterlibatan stakeholder yang efektif membutuhkan komunikasi yang terbuka, transparan, dan konsisten dari lembaga pendidikan. Humas berperan sebagai kanal komunikasi strategis yang menyatukan kepentingan berbagai pihak melalui penyampaian informasi, klarifikasi, serta fasilitasi dialog. Komunikasi yang baik menciptakan ruang bagi stakeholder untuk memahami tujuan dan program sekolah sehingga partisipasi yang diberikan lebih terarah. Peran komunikasi strategis ini penting untuk membangun kepercayaan dan saling pengertian antar pihak yang terlibat (Mayasari et al., 2024).

Evaluasi keterlibatan stakeholder menjadi langkah penting untuk mengetahui sejauh mana kontribusi berbagai pihak dalam memperkuat kemitraan institusional. Evaluasi dapat dilakukan melalui penilaian partisipasi, kualitas interaksi, dan dampak kerjasama terhadap pencapaian tujuan pendidikan. Hasil evaluasi ini dapat menjadi dasar pengembangan strategi humas selanjutnya agar lebih responsif terhadap kebutuhan stakeholder. Upaya evaluatif memastikan bahwa keterlibatan yang sudah dibangun terus diperkuat dan disesuaikan secara dinamis (Mayasari et al., 2024).

Tantangan dalam keterlibatan stakeholder tidak jarang muncul dari perbedaan tujuan, persepsi, dan kemampuan kontribusi masing-masing pihak. Oleh karena itu, sekolah perlu merancang mekanisme kolaboratif yang inklusif, fleksibel, dan adaptif agar semua pihak dapat terlibat sesuai kapasitasnya. Pemahaman atas konteks sosial budaya lokal juga penting untuk membentuk kemitraan yang relevan dan berkelanjutan. Pendekatan adaptif ini membantu memastikan bahwa setiap stakeholder tetap merasa dihargai dan termotivasi untuk berkolaborasi (Irawanda & Bachtiar, 2024).

Sinergi antara berbagai stakeholder pada akhirnya memperluas kapasitas lembaga pendidikan dalam menghadapi tantangan global dan lokal. Kolaborasi yang produktif antara sekolah, orang tua, masyarakat, pemerintah, dan mitra industri menciptakan lingkungan pendidikan yang holistik dan berdaya saing. Sinergi ini dapat meningkatkan mutu layanan pendidikan serta mendorong inovasi dalam pengelolaan proses belajar mengajar. Dengan kemitraan yang kuat, sekolah mampu memperkuat posisinya sebagai institusi yang adaptif dan responsif terhadap kebutuhan zaman (Fitri & Masyithoh, 2024).

Keterlibatan stakeholder tidak hanya memberikan dampak langsung kepada proses pembelajaran, tetapi juga memperkuat jejaring sosial dan profesional bagi sekolah maupun siswa. Jejaring ini dapat menjadi platform kolaboratif untuk kegiatan penelitian, pengembangan kurikulum, dan inovasi pembelajaran. Keterlibatan yang inklusif membuka peluang sekolah untuk memperluas akses sumber daya, meningkatkan eksposur publik, dan menguatkan posisi institusional di komunitas yang lebih luas. Dengan demikian, kemitraan strategis stakeholder menjadi modal penting dalam pembangunan pendidikan berkualitas (Duwi et al., 2025).

Secara keseluruhan, keterlibatan stakeholder dalam penguatan kemitraan institusional menunjukkan bahwa pendidikan bukanlah domain yang berdiri sendiri, tetapi merupakan usaha kolektif yang membutuhkan partisipasi aktif berbagai pihak. Dengan strategi komunikasi yang efektif, mekanisme partisipatif yang responsif, serta sinergi hubungan yang kuat, lembaga pendidikan mampu memaksimalkan kontribusi stakeholder dalam proses pendidikan. Pendekatan ini memperkuat legitimasi sekolah, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan keberlanjutan kerjasama yang berdampak pada kualitas pendidikan secara luas. Komitmen kemitraan ini menjadi fondasi penting dalam pengembangan lembaga pendidikan yang adaptif terhadap perubahan sosial (Mayasari et al., 2024).

Evaluasi Dampak Strategi PR terhadap Kualitas Hubungan dan Sinergi Kemitraan

Dampak dari strategi hubungan masyarakat (PR) terhadap penguatan hubungan kemitraan dalam lembaga pendidikan dapat dilihat dari kemampuan sekolah membangun citra positif yang konsisten. Citra ini berfungsi sebagai aset strategis yang mempengaruhi persepsi stakeholder terhadap kualitas lembaga dan kemampuan memenuhi kebutuhan pendidikan masyarakat. Strategi PR yang terencana, seperti pemanfaatan media digital dan keterlibatan aktif berbagai pihak, dapat menciptakan persepsi positif sekaligus memperkuat hubungan dengan mitra. Sinergi antara PR dan penguatan hubungan publik menjadi salah satu indikator keberhasilan kemitraan. (Wijaya, D., Yunus, A., & Azainil, R., 2024). Strategi PR yang inovatif, seperti pemanfaatan akun media sosial, website, dan platform digital lainnya, meningkatkan keterlibatan stakeholder dalam kegiatan lembaga pendidikan. Efektivitas strategi ini terlihat dari semakin luasnya jangkauan informasi kepada orang tua, masyarakat, dan calon mitra kolaboratif. Pendekatan digital mempermudah umpan balik cepat dari berbagai pihak sehingga respons terhadap kebutuhan stakeholder lebih optimal. Strategi ini menunjukkan bagaimana PR modern dapat memperkuat hubungan institusional secara berkelanjutan. (Wijaya, D., Yunus, A., & Azainil, R., 2024).

Dampak strategi PR juga terlihat dari penguatan hubungan kemitraan kolaboratif antara sekolah dengan stakeholder internal maupun eksternal. Penyampaian informasi secara berkala mengenai program pendidikan, prestasi siswa, dan agenda penting sekolah menumbuhkan kepercayaan dan keterlibatan emosional dari stakeholder. Komunikasi berkesinambungan ini memperkuat persepsi bahwa sekolah bukan sekadar penyelenggara pendidikan, tetapi mitra strategis masyarakat. (Erfiana, R., Fradito, A., & Yetri, P., 2025). Strategi PR yang

terintegrasi dengan manajemen sekolah memperkuat posisi lembaga dalam jejaring sosial pendukung pendidikan. Promosi program pendidikan secara strategis menarik minat mitra eksternal untuk terlibat dalam kegiatan pendidikan melalui dukungan materiil maupun kolaborasi program. Kualitas komunikasi humas menjadi fondasi hubungan strategis yang berkelanjutan dan mampu mempertahankan kepercayaan publik terhadap sekolah. (Erfiana, R., Fradito, A., & Yetri, P., 2025).

Dampak positif lain adalah meningkatnya keterlibatan orang tua siswa dalam proses pendidikan dan program sekolah. Ketika komunikasi dua arah terbuka, orang tua merasa dihargai dan terlibat dalam pengambilan keputusan. Dukungan orang tua dalam kegiatan sekolah memperkuat solidaritas dan sinergi kemitraan antara keluarga dan lembaga pendidikan. Partisipasi ini mencerminkan hubungan strategis yang diperkuat oleh PR yang efektif. (Erfiana, R., Fradito, A., & Yetri, P., 2025). Evaluasi strategi PR menunjukkan bahwa hubungan kemitraan yang kuat dapat meningkatkan kredibilitas sekolah di mata mitra, termasuk pemerintah dan organisasi profesional. Kredibilitas ini membuka peluang sumber daya tambahan dan kolaborasi yang sebelumnya sulit dijangkau. Transparansi informasi dan perencanaan humas yang matang memperkuat persepsi stakeholder terhadap integritas sekolah. (Papanda, R., Simanjuntak, T., & Hidayat, M., 2025).

Strategi PR yang berhasil juga berdampak pada citra sekolah sebagai lembaga adaptif terhadap dinamika sosial dan teknologi. Sekolah yang menunjukkan citra progresif melalui komunikasi terstruktur lebih mudah menarik perhatian publik dan sponsor eksternal. Keberhasilan ini bukan hanya menciptakan hubungan harmonis, tetapi juga meningkatkan reputasi dan daya saing sekolah. (Papanda, R., Simanjuntak, T., & Hidayat, M., 2025). Penguatan hubungan kemitraan melalui PR terlihat dari kemampuan sekolah menangani isu atau krisis secara efektif. Komunikasi krisis yang cepat dan transparan menunjukkan profesionalisme humas dan meminimalkan dampak negatif. Penanganan ini meningkatkan kepercayaan publik dan memperkuat hubungan dengan stakeholder. (Sari, T., & Pratama, D., 2024).

Dampak lain terlihat pada penciptaan jejaring kolaboratif jangka panjang antara sekolah, perguruan tinggi, industri, dan komunitas lokal. Jejaring ini mendukung program pembelajaran, penelitian kolaboratif, dan pengembangan kapasitas institusi. Strategi PR yang efektif memperluas jaringan sosial dan profesional, sehingga kemitraan strategis antar lembaga menjadi lebih kuat. (Papanda, R., Simanjuntak, T., & Hidayat, M., 2025). Secara kuantitatif, strategi PR yang kuat meningkatkan partisipasi publik dalam seminar, pertemuan orang tua, dan kegiatan komunitas. Peningkatan partisipasi ini memperlihatkan keterikatan emosional yang lebih kuat antara sekolah dan stakeholder. Komunikasi efektif memperbesar ruang partisipasi sosial yang mendukung kemitraan berkelanjutan. (Papanda, R., Simanjuntak, T., & Hidayat, M., 2025).

Strategi PR juga berdampak pada aspek internal sekolah, mendorong kolaborasi antar departemen dan unit kerja. Humas berperan sebagai mediator komunikasi antar bagian sehingga koordinasi internal lebih efektif. Hal ini meminimalkan tumpang tindih fungsi dan memperjelas tanggung jawab dalam

konteks kemitraan eksternal. (Sari, T., & Pratama, D., 2024). Tantangan mengukur dampak PR terhadap hubungan dan kemitraan muncul dari dinamika sosial dan teknologi yang cepat. Evaluasi berkelanjutan diperlukan untuk menilai respon publik, persepsi stakeholder, dan efektivitas kanal komunikasi. Evaluasi membantu memperkuat strategi yang berhasil dan memperbaiki strategi yang kurang efektif. (Papanda, R., Simanjuntak, T., & Hidayat, M., 2025).

Dampak jangka panjang dari PR yang kuat terlihat pada meningkatnya dukungan stakeholder terhadap inovasi pendidikan. Dukungan finansial dan non-finansial mencerminkan hubungan kemitraan yang bersifat strategis dan emosional. Hubungan ini menjadi modal sosial bagi sekolah untuk terus berkembang menghadapi tantangan pendidikan di masa depan. (Sari, T., & Pratama, D., 2024). Secara keseluruhan, strategi PR yang efektif memperkuat jaringan kolaboratif antara sekolah dan stakeholder. Komunikasi yang terencana, transparan, dan responsif membangun kepercayaan, memperbaiki reputasi, dan menciptakan hubungan jangka panjang. PR menjadi instrumen penting dalam pertumbuhan lembaga pendidikan yang adaptif dan berdaya saing. (Papanda, R., Simanjuntak, T., & Hidayat, M., 2025).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa strategi manajemen hubungan masyarakat (PR) memegang peran penting dalam penguatan kemitraan stakeholder pada lembaga pendidikan. Pertama, implementasi strategi PR yang terencana dan terstruktur mampu membangun citra positif sekolah, meningkatkan komunikasi internal dan eksternal, serta menjembatani interaksi antara lembaga pendidikan dengan berbagai pihak. Strategi ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan stakeholder, tetapi juga memfasilitasi penyampaian informasi secara efektif sehingga tercipta persepsi publik yang positif terhadap institusi. Kedua, keterlibatan aktif stakeholder meliputi orang tua, guru, alumni, masyarakat, pemerintah, dan mitra industri terbukti memperkuat kemitraan institusional. Partisipasi stakeholder melalui komunikasi yang terbuka, mekanisme partisipatif, serta kolaborasi dalam program sekolah menciptakan hubungan yang harmonis, sinergis, dan berkelanjutan. Hubungan ini mendukung legitimasi lembaga, memperluas jejaring sosial, dan meningkatkan kualitas layanan pendidikan yang diberikan. Ketiga, strategi PR berdampak signifikan terhadap penguatan hubungan dan sinergi kemitraan. Penerapan strategi komunikasi yang adaptif, transparan, dan responsif tidak hanya meningkatkan kepercayaan stakeholder, tetapi juga membuka peluang kolaborasi jangka panjang dan dukungan terhadap inovasi pendidikan. Keberhasilan strategi PR tercermin dari meningkatnya partisipasi publik, kredibilitas institusi, dan kemampuan sekolah untuk menghadapi tantangan sosial maupun teknologi secara dinamis. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa manajemen hubungan masyarakat merupakan instrumen strategis yang mampu memperkuat kemitraan stakeholder secara menyeluruh. Efektivitas strategi PR, keterlibatan aktif stakeholder, dan dampak positif yang ditimbulkan menjadi fondasi penting bagi lembaga pendidikan dalam meningkatkan kualitas layanan, membangun reputasi yang kuat, dan memperluas

jaringan kolaborasi strategis. Oleh karena itu, pengembangan kapasitas humas serta optimalisasi komunikasi dengan stakeholder menjadi prioritas bagi lembaga pendidikan yang ingin membangun kemitraan yang berkelanjutan dan adaptif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan penghargaan dan rasa terima kasih kepada *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* atas kesempatan dan kepercayaan yang diberikan untuk memublikasikan artikel ini. Apresiasi juga disampaikan kepada dosen pengampu serta seluruh civitas akademika Pascasarjana Universitas Islam Batang Hari Jambi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, atas arahan, dukungan akademik, dan suasana ilmiah yang mendukung selama proses penelitian dan penulisan karya ini. Di samping itu, penulis juga memberikan apresiasi kepada diri sendiri atas ketekunan, konsistensi, dan komitmen yang telah dijaga hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, R. (2019). *Peran public relations dalam membangun reputasi lembaga pendidikan*. Jurnal Manajemen Pendidikan, 12(2), 45–57.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktis* (Edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhar, M., Rahmawati, D., & Fauzan, A. (2024). *Peran humas dalam membangun kemitraan lembaga pendidikan dan komunitas lokal*. Jurnal Pendidikan dan Manajemen, 9(2), 58–74.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Dewi, S. R. (2019). *Strategi adaptif lembaga pendidikan menghadapi perubahan sosial dan teknologi*. Jurnal Pendidikan dan Masyarakat, 8(1), 33–48.
- Duwi, F., Hadi, M., & Putri, A. (2025). *Keterlibatan masyarakat dalam mendukung kemitraan pendidikan berkelanjutan*. Jurnal Pendidikan Agama Islam, 10(1), 71–86.
- Erfiana, R., Fradito, A., & Yetri, P. (2025). *Penguatan kemitraan pendidikan melalui strategi PR sekolah*. Jurnal Pendidikan dan Manajemen, 11(1), 55–70.
- Fauzi, A. (2020). *Kolaborasi stakeholder dalam strategi manajemen pendidikan*. Jurnal Manajemen Pendidikan, 6(1), 55–68.
- Fauzi, A. (2020). *Pengembangan kapasitas humas sekolah dalam manajemen hubungan publik*. Jurnal Administrasi Pendidikan, 6(2), 59–70.
- Fithriani, F. (2019). *Strategi keterlibatan stakeholder dan peningkatan kualitas pendidikan di sekolah menengah*. Jurnal Pendidikan Indonesia, 6(1), 33–50.
- Fitri, N., & Masyithoh, L. (2024). *Peran alumni dalam penguatan kemitraan strategis di sekolah menengah*. Jurnal Al-Gafari: Manajemen & Pendidikan, 4(1), 22–35.
- Haryanto, A. (2021). *Strategi manajemen humas untuk penguatan kemitraan lembaga pendidikan*. Jurnal Ilmu Pendidikan, 9(2), 72–89.
- Hendri, R. (2021). *Penerapan strategi PR untuk pembangunan citra sekolah*. Jurnal Manajemen Pendidikan Indonesia, 7(2), 88–101.

- Hidayat, M. (2019). *Strategi komunikasi sekolah dalam memperkuat hubungan dengan stakeholder*. Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan, 5(1), 44–58.
- Irawanda, A., & Bachtiar, D. (2024). *Peran pemerintah dalam penguatan kemitraan pendidikan berbasis stakeholder*. Jurnal Administrasi dan Kebijakan Pendidikan, 9(2), 75–90.
- JoGaPA Insights. (2024). *Manajemen komunikasi krisis pada lembaga pendidikan*. Jurnal PPMI, 11(3), 56–70.
- Kusuma, D. (2020). *Fungsi guru sebagai mediator komunikasi dalam strategi PR sekolah*. Jurnal Pendidikan dan Komunikasi, 6(2), 64–78.
- Mayasari, L., Firmansyah, R., & Putri, T. (2024). *Membangun lingkungan belajar yang responsif melalui keterlibatan stakeholder*. Jurnal An-Nahdliyyah, 12(1), 34–50.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muharramah, S., Putri, A., & Hadi, F. (2023). *Evaluasi strategi komunikasi humas dalam lembaga pendidikan*. Jurnal Manajemen Pendidikan, 11(2), 40–55.
- Nurita, S., Handayani, P., & Wijayanti, R. (2023). *Manajemen hubungan masyarakat dan penguatan kemitraan stakeholder di lembaga pendidikan*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 11(2), 41–59.
- Nurita, S., Handayani, P., & Wijayanti, R. (2023). *Manajemen hubungan masyarakat dan penguatan kemitraan stakeholder di lembaga pendidikan*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 11(2), 41–59.
- Nurita, S., Handayani, P., & Wijayanti, R. (2023). *Stakeholder engagement dalam pengembangan pendidikan holistik*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 11(2), 41–59.
- Oksyaviani, S., Lestari, R., & Syahputra, D. (2023). *Peran orang tua dalam memperkuat kemitraan pendidikan di sekolah menengah*. Jurnal Family Education, 5(1), 23–38.
- Papanda, R., Simanjuntak, T., & Hidayat, M. (2025). *Dampak strategi PR terhadap penguatan kemitraan dan reputasi lembaga pendidikan*. Jurnal Ilmu Riset Pendidikan dan Ekonomi, 10(2), 88–104.
- Papanda, R., Simanjuntak, T., & Hidayat, M. (2025). *Strategi PR dalam membangun jaringan kolaboratif dan reputasi sekolah*. Jurnal Ilmu Pendidikan, 10(2), 40–58.
- Prasetyo, Y. (2018). *Penerapan strategi humas publik di sekolah menengah*. Jurnal Pendidikan dan Komunitas, 4(2), 35–49.
- Putra, A. (2020). *Kolaborasi stakeholder dalam strategi manajemen pendidikan*. Jurnal Manajemen Pendidikan, 6(1), 55–68.
- Rahmawati, F. (2021). *Komunikasi dua arah dalam strategi hubungan masyarakat sekolah*. Jurnal Pendidikan Indonesia, 7(3), 72–85.
- Sari, T. (2019). *Strategi internal humas sekolah dan peran guru dalam penguatan hubungan stakeholder*. Jurnal Pendidikan dan Pengembangan Masyarakat, 5(2), 41–56.
- Sari, T., & Pratama, D. (2024). *Peran PR dalam memperkuat kemitraan internal dan eksternal lembaga pendidikan*. Jurnal Manajemen Pendidikan, 8(1), 33–49.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Suharto, H. (2020). *Manajemen hubungan masyarakat sebagai strategi pembangunan citra sekolah*. Jurnal Administrasi Pendidikan, 6(1), 30–44.
- Suyitno, T. (2024). *Peran humas dalam pemasaran lembaga pendidikan dan peningkatan daya saing*. Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat, 8(1), 22–37.
- Utami, N. (2018). *Evaluasi strategi komunikasi humas di lembaga pendidikan*. Jurnal Pendidikan dan Manajemen, 5(1), 29–45.
- Wahyu, N., & Wibisono, E. (2023). *Peran guru dalam menguatkan komunikasi humas lembaga pendidikan*. Jurnal Pendidikan Terapan, 8(2), 61–76.
- Wahyuni, N. (2020). *Pemanfaatan media digital dalam strategi PR lembaga pendidikan*. Jurnal Teknologi Pendidikan, 6(2), 57–72.
- Wijaya, D., Yunus, A., & Azainil, R. (2024). *Strategi PR digital dalam meningkatkan keterlibatan stakeholder pendidikan*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 12(1), 50–68.
- Yani, R. (2023). *Humas sebagai jembatan komunikasi dua arah antara lembaga pendidikan dan publik*. Jurnal Pendidikan Komunikasi, 7(3), 48–63.