



Manajemen Pendidikan Islam Di Era Society 5,0

Mira Apriyanti¹, Irjus Indrawan², Maimunah³

Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Indragiri, Indonesia¹⁻³

Email Korespondensi: mira.apriyanti.1994@gmail.com, irjus9986@gmail.com, alhafizza@gmail.com

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

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 10 Mei 2026

ABSTRACT

This study aims to further examine public relations, entitled "Implementation of Public Relations Management in Optimizing Educational Institution Services." This study employed a library research method. Data collection was conducted through a literature search of scientific books, accredited national journal articles, academic publications, and official documents discussing educational management and new student admissions. The results suggest that effective public relations management and quality educational services will mutually support the creation of quality educational institutions, trusted by the public, and sustainable in the future. Through the planned and ongoing implementation of management functions, public relations can improve the quality of educational services, build a positive image of the institution, and foster public trust and satisfaction. Effective public relations management ultimately supports the optimal and sustainable achievement of educational goals.

Keywords: *Implementation, Public Relations Management, Services, Educational Institutions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai humas dengan judul penelitian Implementasi Manajemen Humas dalam mengoptimalkan Layanan Lembaga Pendidikan. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research). Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur dari buku ilmiah, artikel jurnal nasional terakreditasi, publikasi akademik, dan dokumen resmi yang membahas manajemen pendidikan dan penerimaan siswa baru. Hasil penelitian mengemukakan bahwa manajemen humas yang efektif dan layanan pendidikan yang berkualitas akan saling mendukung dalam mewujudkan lembaga pendidikan yang bermutu, dipercaya masyarakat, dan berkelanjutan di masa depan. Melalui penerapan fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan, humas mampu meningkatkan kualitas layanan pendidikan, membentuk citra positif lembaga, serta menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat. Pengelolaan humas yang efektif pada akhirnya mendukung pencapaian tujuan pendidikan secara optimal dan berkelanjutan.

Kata Kunci. *Implementasi, Manajemen Humas, Layanan, Lembaga Pendidikan.*

PENDAHULUAN

Sekolah sebagai institusi pendidikan memiliki tanggung jawab penting dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas, dengan peserta didik sebagai salah satu unsur utamanya. Hal ini disebabkan sekolah menjadi wahana berlangsungnya proses pendidikan sekaligus tempat terjadinya transfer pengetahuan. Oleh karena itu, upaya sekolah dalam mengoptimalkan kualitas sumber daya manusia memerlukan dukungan berupa penerapan pola manajemen pembelajaran yang terencana dan sistematis guna meningkatkan mutu pendidikan. Dengan demikian, terwujudnya lembaga pendidikan yang bermutu tidak terlepas dari kerja sama berbagai pihak, termasuk keterlibatan dan dukungan masyarakat. Hal ini sesuai dengan bunyi Undang-undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 pada Bab XV Pasal 54 menyatakan bahwa: (1) Peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan; (2) Masyarakat dapat berperan serta sebagai sumber pelaksana dan pengguna hasil pendidikan; (3) Ketentuan mengenai peran serta masyarakat sebagaimana yang dimaksud pada pasal 1 dan 2 diatur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah (Undang-undang RI No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional)

Pendidikan merupakan bidang investasi yang sangat strategis dalam pembangunan dan pembentukan manusia secara utuh. Melalui proses pendidikan, diyakini dapat dihasilkan sumber daya manusia yang berkualitas. Oleh sebab itu, lembaga pendidikan perlu dikelola dengan pendekatan manajemen yang profesional. Para pengelola dan unsur terkait dalam dunia pendidikan dituntut untuk mampu merumuskan serta menerapkan strategi manajemen yang inovatif dan efektif guna meningkatkan mutu lembaga pendidikan. Salah satu manajemen yang dapat digunakan dalam hal ini adalah manajemen humas atau public relation (Fifin Priando: 2019).

Suatu lembaga, khususnya dalam bidang pendidikan, tidak dapat dilepaskan dari keberadaan manajemen, terutama pada lingkungan sekolah. Hal ini disebabkan manajemen merupakan unsur yang bersifat integral dan menyatu dengan keseluruhan proses penyelenggaraan pendidikan. Tanpa pengelolaan yang baik dalam sistem sekolah, tujuan pendidikan tidak akan tercapai secara maksimal, efektif, maupun efisien. Demikian pula dengan kedudukan manajemen dan hubungan masyarakat (humas) yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Bagian humas memiliki peran strategis dalam mengatur serta mengelola sistem manajemen lembaga, khususnya dalam mengoordinasikan seluruh aktivitas komunikasi, baik internal maupun eksternal. Oleh karena itu, fungsi humas perlu memperoleh perhatian yang serius dari pimpinan lembaga. Pelaksanaan humas dalam dunia pendidikan tidak hanya berorientasi pada pelayanan publik, tetapi juga berkontribusi dalam penetapan arah dan tujuan lembaga melalui penyusunan program kerja, perumusan strategi, pelaksanaan kegiatan, serta evaluasi terhadap keseluruhan hasil yang telah dicapai. Di dalam sebuah kepemimpinan manajemen, manajer merupakan salah satu posisi dengan tingkat yang tinggi, maka dari itu humas akan mengupayakan yang terbaik untuk

mewujudkan tujuan lembaga pendidikan secara efektif dan efisien agar lembaga pendidikan tersebut dapat berjalan secara nyata dan kontinu (Azhar Azhar dkk: 2022).

Humas merupakan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi terhadap pihak lain dalam rangka melakukan pembinaan pengertian dan memperoleh dukungan dari pihak lain untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Untuk mencapai tujuan itu, maka diperlukan komunikasi yang baik agar informasi yang akan disampaikan dapat tersampaikan dengan baik. Komunikasi berfungsi untuk mengelola informasi dari individu ke individu, atau organisasi kepada masyarakat secara terus menerus agar tercipta sebuah citra yang positif (Siti Isnani Azzah dan Makmur Syukri: 2020).

Komunikasi yang efektif sangatlah berpengaruh terhadap berhasil tidaknya komunikasi yang sedang dilakukan. Prinsip dasar yang harus dipegang dalam berkomunikasi adalah REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*), karena pada dasarnya komunikasi merupakan upaya komunikator untuk meraih perhatian, cinta kasih, minat, kepedulian, simpati, tanggapan maupun respon positif dari masyarakat. Cutlip dan Center juga menyatakan bahwa ada beberapa faktor agar komunikasi dapat berjalan secara efektif, antara lain yaitu kepercayaan, perhubungan pertalian, kepuasan, kejelasan, kesinambungan dan konsistensi, kemampuan pihak penerima berita, saluran pengiriman berita (Rismi Somad dan Donni Juni Priansa: 2014).

Peran humas (hubungan masyarakat) di sekolah sebenarnya bisa membantu menetralsir persoalan sekolah. Sesuai tugasnya, Humas memiliki peran ganda dalam kinerjanya yaitu fungsi internal dan eksternal. Menurut M. Linggar Anggoro, kegiatan Humas internal lebih kepada membangun komunikasi dan distribusi informasi ke dalam personal di lembaganya. Sementara fungsi eksternal humas lebih bersentuhan dengan pihak luar, khususnya yang berkompeten (M. Linggar Anggoro: 2001)

Manajemen hubungan masyarakat (humas) memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai tujuan, kebutuhan, serta kondisi program layanan pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan upaya peningkatan mutu pendidikan. Untuk mewujudkan peningkatan kualitas layanan tersebut, manajemen humas perlu didukung dalam upaya membangun dan mengembangkan hubungan yang harmonis, baik antarindividu maupun antarkelompok dengan hal tersebut, maka peningkatan kualitas layanan dapat tercapai sesuai tujuan yang diinginkan serta dapat meningkatkan layanan pendidikan yang lebih baik secara global (Mesiono Mesiono dkk: 2021).

Pada hakikatnya, manajemen hubungan masyarakat merupakan proses atau rangkaian kegiatan yang sangat dibutuhkan dalam setiap pelaksanaan program, agar sekolah atau lembaga pendidikan memiliki saluran resmi untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat luas. Melalui fungsi humas, lembaga pendidikan dapat menyampaikan kepada publik mengenai berbagai aktivitas yang telah dilaksanakan, sedang berlangsung, maupun yang akan direncanakan. Keberadaan humas memungkinkan suatu organisasi memiliki media dan sarana untuk menyebarluaskan ide, gagasan, serta kebijakan kepada organisasi atau lembaga lain.

Selain itu, humas juga berperan sebagai penghubung dalam menjalin kerja sama dengan pihak luar, termasuk mengoordinasikan kebutuhan lembaga terhadap organisasi atau instansi lain. Dengan demikian, peran humas sangat strategis dalam mendorong individu maupun lembaga pendidikan untuk memperkenalkan diri serta membangun dan memelihara hubungan yang berkelanjutan dengan berbagai pihak. Singkatnya, humas memberi kemungkinan bagi banyak pihak agar dapat memenuhi kebutuhan di dalam mengembangkan diri dan potensi yang dimiliki setiap lembaga (Lisa Septia Dewi Br Ginting: 2020).

Perkembangan persaingan dan perubahan yang berlangsung secara cepat menuntut setiap institusi untuk melakukan langkah-langkah strategis dan inovatif dalam memperkuat konsolidasi internal agar mampu bersaing serta memiliki keunggulan dibandingkan lembaga lain. Salah satu strategi yang dapat ditempuh adalah peningkatan kualitas layanan, khususnya pada sektor jasa, karena mutu pelayanan memiliki keterkaitan erat dengan tingkat kepuasan pelanggan. Adapun kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, dan ketenangan hingga mencapai hasil yang memuaskan (Jemy Nurdiansyah dan M. M. Sujadi: 2015). Hal ini menjadi tuntutan bagi institusi lembaga untuk melakukan perubahan. Namun, suatu perubahan tidak akan berjalan lancar tanpa adanya relasi hubungan yang kuat antar individu maupun kelompok yang terdapat di dalam maupun diluar organisasi. Sejatinya, hubungan antar manusia merupakan kunci utama yang menghubungkan antar individu dan kelompok; antar karyawan dengan pimpinan, serta masyarakat dalam lembaga (Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana: 2015).

Agar lembaga pendidikan dapat berkembang secara optimal dan mampu bersaing dengan lembaga lain, diperlukan upaya peningkatan terhadap berbagai sumber daya yang dimiliki. Dalam konteks inilah peran hubungan masyarakat (humas) menjadi sangat penting. Melalui fungsi humas sebagai mediator, sekolah dapat menjalin komunikasi dengan berbagai pihak guna memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk pengembangan mutu lembaga. Informasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi, baik dalam aspek pedagogik, pemberdayaan sumber daya manusia, sarana dan prasarana, maupun aspek pendukung lainnya. Keberhasilan komunikasi yang dikelola oleh humas menjadi faktor kunci dalam perkembangan lembaga, khususnya terkait dengan peningkatan kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh sekolah. Oleh karena itu, sekolah perlu membuka diri terhadap berbagai masukan berupa kritik dan saran dari para pemangku kepentingan (stakeholders) sebagai bahan penilaian terhadap sistem yang masih perlu diperbaiki demi tercapainya tujuan lembaga secara efektif.

Dalam upaya peningkatan kualitas lembaga pendidikan, keterlibatan seluruh unsur sangat dibutuhkan, terutama peran humas di lingkungan sekolah. Manajemen humas bertugas menyampaikan informasi kepada pihak internal maupun eksternal mengenai program-program sekolah yang diarahkan untuk peningkatan mutu dan pencapaian tujuan pendidikan. Selain itu, humas juga berperan dalam membangun citra positif sekolah serta meningkatkan daya tarik lembaga agar mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lainnya. Berdasarkan

permasalahannya tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai humas dengan judul penelitian “Implementasi Manajemen Humas dalam Mengoptimalkan Layanan Lembaga Pendidikan”.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (*library research*). Metode ini dipilih karena kajian bersifat konseptual dan tidak melibatkan eksperimen maupun pengumpulan data lapangan, melainkan fokus pada pengkajian teori, temuan penelitian terdahulu, serta pemikiran para ahli yang relevan dengan konsep implementasi manajemen humas dalam mengoptimalkan layanan lembaga pendidikan. Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur dari buku ilmiah, artikel jurnal nasional terakreditasi, publikasi akademik, dan dokumen resmi yang membahas manajemen pendidikan dan penerimaan siswa baru (Yunnita Cahyaningrum dan Yudhanta Sambharakreshna: 2024). Sumber dipilih berdasarkan dua kriteria utama, yaitu: (1) relevansi topik dengan fokus kajian implementasi manajemen humas dalam mengoptimalkan layanan lembaga pendidikan; serta (2) kredibilitas sumber dilihat dari reputasi penulis, lembaga penerbit, dan bobot ilmiahnya. Untuk menjaga aktualitas dan relevansi, literatur yang dianalisis mencakup publikasi dalam sepuluh tahun terakhir. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (*content analysis*), yang mencakup membaca kritis, mencatat gagasan penting, menafsirkan makna, serta mengelompokkan temuan berdasarkan tema utama. Hasil analisis disajikan secara deskriptif-analitis, memberikan pemahaman utuh, logis, dan konsisten dengan tujuan penelitian, sekaligus menyoroti tantangan dan implikasi implementasi manajemen humas dalam mengoptimalkan layanan lembaga pendidikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Humas Pendidikan

Istilah manajemen berasal dari kata kerja (Inggris) *to manage* yang berarti mengemudikan, mengurus, memerintah, atau memimpin. Perkataan *manage* berasal dari bahasa Italia *maneggiare* yang bersumber pada perkataan latin *manus* yang berarti “menangani” atau melatih kuda, secara maknawiah berarti memimpin, membimbing atau mengatur (Anwar Arifin Andipate: 2020). Secara terminologi, Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya manusia untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien (Abdul Rahmat: 2016).

Sementara itu John D. Millet mengemukakan definisi manajemen menekankan pada pengendalian dan pemudahan pekerjaan orang-orang. Millet merumuskan bahwa manajemen adalah suatu proses daripada pengendalian dan pemahaman pekerjaan orang-orang yang terorganisasi dalam suatu kelompok atau badan resmi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Anwar Arifin: 2007). Secara sederhana, manajemen adalah segala sesuatu yang mengatur dan mengelola. Dalam perspektif lebih luas, manajemen adalah suatu proses pengaturan dan

pemanfaatan sumber daya yang dimiliki organisasi melalui kerja sama para anggota untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Dalam praktik manajemen di Indonesia, istilah hubungan masyarakat atau yang dikenal dengan sebutan humas sebagai terjemahan dari public relations telah banyak digunakan oleh berbagai instansi, lembaga, maupun pemerintah. Hal yang sama juga berlaku dalam lingkungan lembaga pendidikan, di mana humas umumnya dijalankan oleh wakil kepala madrasah atau sekolah yang membidangi hubungan masyarakat. Keberadaan humas dalam dunia pendidikan memiliki peran yang sangat strategis, karena berfungsi sebagai penghubung langsung antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Melalui humas, lembaga pendidikan dapat memperkenalkan program-program unggulan, melakukan promosi kepada masyarakat, serta menyampaikan berbagai prestasi yang telah dicapai kepada publik secara luas. Dalam praktik public relations komunikasi ditujukan untuk menjaga keuntungan yang bisa dirasakan para peserta komunikasi, organisasi dan public (Rachmat Kriyantono: 2027). Hubungan masyarakat adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk mencapai saling pengertian antara sebuah lembaga dengan masyarakat. Hal serupa juga dikemukakan *The British Institute of Public Relations*, bahwa humas adalah suatu usaha yang dilakukan secara sengaja, dilaksanakan terus-menerus untuk menciptakan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dengan masyarakatnya. Public relations merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil yang telah dicapai (Abdul Rahmat: 2016).

Menurut Zulkarnain Nasution manajemen humas adalah suatu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya (Zulkarnain Nasution: 2010).

Terdapat 4 (empat) peran humas pada lembaga pendidikan, diantaranya adalah sebagai: 1) penghubung, 2) pengkomunikasi, 3) pendukung, 4) publikator.

1. Penghubung. Humas pada lembaga pendidikan berperan sebagai penghubung antara lembaga (ketua yayasan, kepala sekolah/madrasah, tenaga pendidik, dan tenaga kependidikan) dengan masyarakat (orang tua peserta didik). Oleh karena itu, humas diwajibkan memiliki keterampilan dalam membangun hubungan yang baik, menciptakan suasana saling percaya, serta menciptakan kerjasama dan toleransi antara lembaga dengan masyarakat. Keberadaan humas menjadi hal penting dalam menghubungkan program-program yang ditawarkan kepada orang tua peserta didik. Harapannya adalah adanya dukungan dan kerjasama yang baik dalam mensukseskan program lembaga pendidikan.
2. Pengomunikasi. Secara individu, seseorang yang telah diberikan tanggung jawab menjadi bagian humas di sekolah diwajibkan untuk memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi, baik secara lisan maupun tulisan, langsung maupun tidak langsung, dan melalui media cetak ataupun

- elektronik. Dengan adanya kemajuan teknologi pada zaman ini, humas dapat dimudahkan dengan banyaknya variasi komunikasi yang dapat diterapkan, misalnya saja melalui group WhatsApp secara online.
3. Pendukung. Pada dasarnya, humas pada lembaga pendidikan merupakan memiliki peran penting sebagai pendukung pada suatu program lembaga atau yayasan. Berbagai macam program yang ditawarkan oleh pihak sekolah kadang tidak mendapat dukungan dari orang tua peserta didik. Hal ini mungkin disebabkan karena kurang optimalnya peran humas sebagai pendukung program sekolah, sehingga pesan yang ditujukan kepada orangtua peserta didik tidak tersampaikan dengan baik. Oleh karena itu, peran humas sebagai komunikator sangat penting dalam menjalin hubungan dengan masyarakat.
 4. Publikator. Humas pada lembaga pendidikan diberikan tugas sebagai publikator adalah untuk mempublikasikan hasil-hasil kegiatan yang terjadi di lembaga sekolah kepada masyarakat. Publikasi tersebut dapat dilakukan melalui media cetak maupun online seperti koran, bulletin, majalah, jurnal, website sekolah, media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp, Youtube, Tiktok), dan sebagainya. Tujuan dari publikasi tersebut agar prestasi yang telah dicapai oleh peserta didik di lembaga pendidikan dapat diketahui oleh masyarakat, terutama orang tua mereka sehingga orang tua memiliki kepuasan dan kebanggaan karena telah menitipkan anak-anaknya di sekolah tersebut (uhji Adiarsi Bernadheta Nadeak, dkk: 2020).

Adapun jenis-jenis hubungan masyarakat yang terjadi di lingkungan sekolah ialah:

1. Komunikasi internal, yaitu komunikasi yang terjadi di dalam sekolah yang meliputi: a) kepala sekolah dengan guru, siswa, dan tata usaha. b) guru dengan guru, siswa, dan tata usaha. c) siswa dengan tata usaha.
2. Komunikasi eksternal, yaitu komunikasi yang terjadi antara sekolah dengan masyarakat, yakni antara orang tua atau wali siswa dan masyarakat pada umumnya (Lisa Septia Dewi Br Ginting).

Menurut Siti Faridah dalam Jurnalnya, manajemen humas di dalam lembaga pendidikan memiliki 7 komponen utama, yaitu sebagai berikut:

1. Publication Hal ini meliputi penyebaran informasi ke berbagai media mengenai aktivitas suatu organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik. Humas bertugas dalam menciptakan berita untuk mencari perhatian publik melalui kerjasama dengan pers atau wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilkannya.
2. Event. Merancang sebuah event atau program acara yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan organisasi, hal ini juga merupakan upaya pendekatan diri kepada publik, dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik dalam ranah yang baik.
3. News. Berkaitan dengan publikasi, humas berupaya menciptakan berita melalui press release, news letter, bulletin, dan lain-lain. Disinilah peran

-
- penting seorang humas dalam menulis hal-hal yang dapat meningkatkan citra kualitas dari lembaga tersebut.
4. Community involvement. Keterlibatan tugas sehari-hari seorang humas salah satunya adalah mengadakan pendekatan sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.
 5. Inform or image. Terdapat dua fungsi utama dari humas, yaitu memberikan informasi dan menarik perhatian publik, sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan positif dari masyarakat tentang lembaga tersebut.
 6. Lobbying and negotiation. Keterampilan lobbying melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang humas. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berperan terhadap kelangsungan bisnis organisasi atau lembaga.
 7. Corporate Social Responsibility. Humas memiliki tanggung jawab dalam aktivitas sosial yang dapat ditunjukkan bahwa organisasi atau lembaga tersebut memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra positif di mata public (Siti Faridah: 2020).

Manajemen pada dasarnya merupakan rangkaian aktivitas dalam mengelola dan mengoordinasikan sumber daya organisasi melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam lingkungan lembaga pendidikan, manajemen tidak hanya berorientasi pada pengelolaan internal, tetapi juga mencakup upaya membangun hubungan yang baik dengan masyarakat melalui pelaksanaan fungsi hubungan masyarakat (humas) sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari manajemen organisasi. Dalam lembaga pendidikan, humas memegang peranan strategis sebagai penghubung, komunikator, pendukung, sekaligus penyampai informasi antara sekolah atau madrasah dengan masyarakat, khususnya orang tua peserta didik. Melalui fungsi tersebut, humas berkontribusi dalam membangun kepercayaan publik, menyampaikan informasi secara akurat, memperoleh dukungan terhadap program lembaga, serta mempublikasikan berbagai kegiatan dan prestasi pendidikan. Keefektifan peran humas sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi yang baik, pemilihan media yang sesuai, serta pengelolaan hubungan internal dan eksternal yang seimbang.

Lebih lanjut, pengelolaan humas yang efektif ditunjang oleh sejumlah unsur penting, seperti kegiatan publikasi, pelaksanaan acara, penyusunan dan penyebaran informasi, keterlibatan masyarakat, pembentukan citra lembaga, kegiatan lobi dan negosiasi, serta pelaksanaan tanggung jawab sosial. Dengan manajemen humas yang dirancang secara sistematis, berkelanjutan, dan profesional, lembaga pendidikan dapat membangun citra positif, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta mendukung pencapaian tujuan pendidikan secara maksimal.

Layanan Lembaga Pendidikan

Layanan (service) adalah suatu bentuk produk yang terdiri dari aktivitas dan manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu (Philip Kotler dan Gary Armstrong: 2008). Kotler mendefinisikan pelayanan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi pelayanan. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi pula, serta meningkatkan rasa untuk melakukan pembelian ulang (repurchase) (Philip Kotler dan A. B. Susanto: 2000).

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu Expected Service dan Perceived Service. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan (expected service), maka kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai hasil yang baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai hasil sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang di terima lebih rendah daripada yang di harapkan, maka kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai hasil yang buruk. Maka dapat disimpulkan, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Valarie A. Zeithaml: 2006).

Pelayanan kepada pelanggan dapat berbentuk pelayanan langsung seperti percakapan secara real-time, tanggapan melalui media massa atau elektronik, maupun dengan perbuatan. Harahap di dalam bukunya mengungkapkan ada beberapa jenis pelayanan umum yang diberikan oleh perusahaan, yaitu:

1. Pelayanan dengan lisan
2. Pelayanan dengan tulisan
3. Pelayanan dengan perbuatan (Harianto Edi Putra: 2016).

Sebagaimana dikemukakan oleh Pitiyanuwat dan Sharma, kualitas lembaga pendidikan dapat dikontrol melalui pengendalian internal seperti program akademik, peraturan pemerintah, mekanisme pasar, dan akreditasi dan bermuara pada tujuan akhir peningkatan mutu secara berkelanjutan. Kualitas suatu lembaga pendidikan ditentukan oleh kualitas layanannya (lulusan, penelitian, pelayanan), termasuk sumber informasi, proses belajar mengajar. Adapun faktor eksternal mencakup guru, bahan ajar, metode, media dan teknologi, budaya belajar, interaksi di kelas, perpustakaan dan informasi, laboratorium/praktikum dan tugas akhir, pembelajaran berbasis ICT dan akses yang mendunia, tutorial, program mata pembelajaran, dan sistem pembelajaran. Faktor internal dalam diri mahasiswa mencakup motivasi belajar kemampuan awal, kemampuan belajar mandiri, dan kesenjangan belajar. Pelayanan pendidikan adalah pelayanan publik sebagaimana dimaksud dalam pasal 5 Ayat 2 undang-undang nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik yang selengkapnya sebagai berikut: Ruang lingkup yang diatur

dalam pasal 2 meliputi pendidikan, tenaga kerja, komunikasi, informasi, kesehatan, jaminan social (Ilhami: 2022).

Leonard Berry, dan A. Parasuraman mengidentifikasi lima dimensi pokok (SERVQUAL) yang digunakan oleh pelanggan dalam mengevaluasi kualitas layanan pendidikan. a. Bukti langsung (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Dalam kata lain memiliki bentuk fisik merupakan suatu hal yang sangat penting dalam mengukur pelayanan, karena peserta didik akan menggunakan indera penglihatannya untuk menilai kualitas suatu pelayanan sekolah. Yang meliputi: bangunan, kebersihan lingkungan, taman, laboratorium, lapangan dan fasilitas fisik lainnya b. Keandalan (reliability), yakni diartikan sebagai kemampuan dalam melaksanakan pelayanan sesuai kompetensi/handal dan akurat sesuai yang dijanjikan. c. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. kesediaan personil sekolah mendengarkan dan mengatasi keluhan peserta didik yang berhubungan dengan masalah sekolah yang menyangkut masalah belajar-mengajar ataupun masalah pribadi. d. Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; Jaminan ini meliputi kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan). e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Artinya, sikap empati yang menimbulkan kepuasan peserta didik atas pelayanan yang diberikan salah satu contohnya adalah personil sekolah (guru, kepala sekolah, dan staf administrasi) dapat memahami peserta didik dengan cara mengindera perasaan peserta didik dan memperhatikan kepentingan mereka (Lovelock,,: 2010).

Menurut Ratminto dan Winarsih sesuai SK MENPAN No.63 Tahun 2004, agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pengguna jasa maka prinsip pelayanannya adalah sebagai berikut: a) Transparansi Ini terbuka, sederhana, dan dapat diakses oleh semua yang terlibat; b) Akuntabilitas. dapat dijadikan bahan pertimbangan; c) Bersyarat Tergantung kondisi dan kemungkinan; d) Partisipatif. Mendorong partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik; e) Persamaan hak non-diskriminasi dalam arti tidak membedakan; f) Keseimbangan hak dan kewajiban. Penyedia dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban seluruh warga negara (Tantri Wulandari: 2017).

Pelayanan merupakan aktivitas atau tindakan yang bersifat tidak berwujud dan ditujukan untuk memberikan manfaat serta kepuasan kepada pelanggan tanpa menghasilkan kepemilikan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan, yang tercermin dari kesesuaian antara pelayanan yang diharapkan (expected service) dan pelayanan yang dirasakan (perceived service). Semakin tinggi tingkat kesesuaian tersebut, maka semakin baik kualitas pelayanan yang dihasilkan dan semakin besar pula kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Dalam konteks lembaga pendidikan, kualitas pelayanan menjadi indikator utama mutu lembaga, karena kualitas pendidikan sangat ditentukan oleh kualitas layanan akademik maupun nonakademik yang diberikan. Pelayanan pendidikan sebagai bagian dari pelayanan publik harus dikelola secara profesional, terencana,

dan berkelanjutan dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal, baik yang berasal dari sistem lembaga, sumber daya manusia, sarana prasarana, maupun karakteristik peserta didik.

Pengukuran kualitas layanan pendidikan dapat dilakukan melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kelima dimensi tersebut saling melengkapi dalam membentuk persepsi peserta didik dan masyarakat terhadap mutu pelayanan sekolah. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip pelayanan publik seperti transparansi, akuntabilitas, partisipasi, persamaan hak, serta keseimbangan antara hak dan kewajiban menjadi landasan penting dalam mewujudkan pelayanan pendidikan yang adil, berkualitas, dan memuaskan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Implementasi manajemen humas dalam mengoptimalkan layanan lembaga pendidikan

Hubungan masyarakat (Public Relations) merupakan suatu komponen penting dalam struktur organisasi. Humas memiliki kewajiban untuk menciptakan hubungan yang harmonis kepada banyak pihak, seperti hubungan antar stakeholder baik dalam lingkup internal maupun eksternal. Manajemen itu sendiri memiliki peran di segala bidang, terutama dalam kehumasan. Manajemen hubungan masyarakat tentunya memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan kualitas layanan Pendidikan pada suatu instansi pendidikan. Hal ini mendukung suatu instansi pendidikan terutama di dalam ranah sekolah untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanan pendidikan dengan memperhatikan aspek strategi dan tujuan organisasi yang relevan dengan lembaga tersebut. Jika suatu lembaga pendidikan tidak mengelola kehumasan dengan baik, maka hal tersebut akan mempengaruhi kinerja lembaga secara keseluruhan, sehingga mengakibatkan kualitas layanan yang diberikan juga tidak akan maksimal.

Agar kualitas layanan pendidikan dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan tujuan organisasi, maka dalam mewujudkannya dibutuhkan peran dari segala pihak terutama dari humas. Hal tersebut dapat ditindaklanjuti dengan perencanaan yang matang, pengaturan dan pelaksanaan yang sesuai dengan tujuan, serta evaluasi yang dapat membenahi dan meningkatkan kinerja yang telah berjalan. Hal ini lebih dikenal oleh khalayak umum dengan sebutan POAC, yaitu sebuah komponen utama di dalam tatanan manajerial umum.

Implementasi manajemen humas dalam tahapan perencanaan (planning) melihat (1) analisis kebutuhan keterlibatan masyarakat dalam penyelenggaraan sekolah; (2) penyusunan program kehumasan. Untuk tahap pengorganisasian (organizing), adanya pembagian tugas melaksanakan program hubungan sekolah dengan masyarakat. Pada tahap pengarahannya (actuating) melihat (1) bagaimana menciptakan hubungan sekolah dengan orang tua peserta didik, (2) mendorong orang tua menyediakan lingkungan belajar yang efektif, (3) mengadakan komunikasi dengan tokoh komunikasi, (4) mengadakan kerjasama dengan instansi pemerintah dan swasta, (5) mengadakan kerjasama dengan organisasi sosial keagamaan. Untuk tahapan pengawasan (Controlling), melihat (1) pemantauan hubungan sekolah

dengan masyarakat, (2) penilaian kinerja hubungan sekolah dengan masyarakat (Elfridawati Mai Dhuhani: 2016).

Menurut Frank Jeffkins, perilaku publik dapat diklasifikasikan menjadi empat perilaku, yaitu: tidak tahu, apatis, prasangka dan memusuhi. Mengacu pada perilaku public menurut Frank Jeffkins maka tugas humas adalah mengubah masyarakat yang awalnya tidak tahu menjadi tahu, yang apatis menjadi peduli, yang prasangka menjadi menerima dan yang memusuhi menjadi simpati (Abdul Rahmat: 2016). Adapun tugas dari public relations dalam lembaga pendidikan meliputi:

1. Menumbuhkan rasa kebanggaan dan citra madrasah yang menguntungkan
2. Mempromosikan produk dan layanan madrasah kepada khalayak umum
3. Mendeteksi masalah dan peluang yang ada di masyarakat
4. Memberikan gambaran mengenai madrasah
5. Menciptakan kerjasama karyawan dan public
6. Menciptakan komunikasi yang harmonis dengan unit-unit organisasi
7. Menciptakan kerjasama dengan pemerintah
8. Menciptakan kerjasama dengan kalangan industry
9. Mempersiapkan SDM madrasah yang cakap (Danandjana: 2011).

Kegiatan hubungan masyarakat diciptakan agar lembaga dapat lebih dekat dengan masyarakat, sehingga akan tercipta hubungan yang baik dan saling memahami. Karakteristik hubungan yang dibangun antara humas pendidikan dengan masyarakat adalah:

1. Interaksi. Hubungan yang terjalin antara lembaga pendidikan dengan masyarakat terbentuk karena ada interaksi diantara keduanya, dimana dari interaksi tersebut akan menghasilkan sebuah pertukaran informasi. Informasi tersebut akan dikelola dan dijadikan sumber data sehingga dapat membangun dan membina hubungan yang baik.
2. Saling menguntungkan. Hubungan yang terjadi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat seharusnya dapat saling menguntungkan untuk keduanya. Dalam hal ini lembaga pendidikan akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat khususnya orang tua siswa karena telah menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut dan sebaliknya orang tua siswa akan mendapatkan kepuasan terhadap sekolah tersebut baik dari pelayanannya maupun masa depan anaknya.
3. Tumbuh dan berkembang. Hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat harus selalu tumbuh dan berkembang. Hal tersebut terjadi karena hubungan interaksi yang saling menguntungkan bagi keduanya.
4. Manfaat jangka Panjang. Hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat akan mendapatkan manfaat, baik untuk saat ini maupun dimasa yang akan datang. Ilmu yang telah diperoleh di bangku sekolah dapat diterapkan di masa yang akan datang.
5. Kepercayaan. Dalam menjalin sebuah hubungan tentu membutuhkan rasa kepercayaan. Jika masyarakat cenderung menjalin hubungan yang intens

dengan lembaga pendidikan maka artinya pelanggan telah memberikan kepercayaannya kepada lembaga pendidikan tersebut (Rismi Somad dan Donni Juni Priansa: 2014).

Untuk melakukan sebuah strategi, perencanaan yang matang sangatlah dibutuhkan agar strategi dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Cutlip dan Center menyatakan bahwa proses perencanaan strategi hubungan masyarakat meliputi:

1. Mendefinisikan masalah (defining the problem) Dalam mendefinisikan masalah ini meliputi pengkajian dan pemantauan pengetahuan, opini, sikap, dan perilaku yang terkait dengan kebijakan organisasi. Pada tahap ini kita akan mengetahui "Apa yang sedang terjadi saat ini?"
2. Merencanakan dan memprogramkan (planning and programming). Pada langkah kedua ini, keputusan publik, sasaran, tindakan dan strategi komunikasi ditentukan dari informasi yang telah didapat pada langkah pertama. Sehingga dalam proses public relations ini menjawab, "Kita telah mempelajari situasi ini berdasarkan apa, apa yang harus diubah, dilakukan dan dikatakan"
3. Mengambil aksi dan mengkomunikasikan (taking action and communicating). Langkah ketiga ini mengimplementasikan program dan komunikasi yang telah didesain sebelumnya untuk mencapai tujuan dari program tersebut. Pertanyaan pada langkah ini adalah "siapa saja yang akan menyampaikan program ini serta kapan waktunya, dimana tempatnya dan bagaimana cara menyampaikannya?"
4. Mengevaluasi program (evaluate the program). Langkah terakhir ini meliputi kesiapan penilaian, implementasi dan hasil dari program tersebut. Penyesuaian telah dibuat sejak program terimplementasi berdasarkan umpan balik evaluasi mengenai bagaimana program tersebut berhasil atau tidak. Program dapat dilanjutkan dan dihentikan berdasarkan pertanyaan, "Bagaimana yang sedang kita kerjakan atau bagaimana yang telah kita kerjakan? (Rismi Somad dan Donni Juni Priansa: 2014).

Dalam konsepnya, strategi yang harus dilakukan humas adalah sebagai berikut:

1. Humas perlu mengembangkan tujuan formal seperti komunikasi, akurasi, pemahaman, persetujuan, dan perilaku tertentu terhadap program-program kampanye komunikasinya.
2. Humas harus mengembangkan program resmi dan kampanye komunikasi yang jelas untuk menjangkau tujuan di atas.
3. Humas harus memahami permasalahan dan dapat menerapkan kebijakan kampanye komunikasi.
4. Humas harus melakukan evaluasi terhadap efektivitas pelaksanaan tugasnya untuk memenuhi pencapaian objective dan mengurangi konflik yang mungkin muncul di kemudian hari (Abdul Rahmat: 2016).

Hubungan masyarakat (public relations) merupakan bagian yang sangat strategis dalam struktur organisasi lembaga pendidikan karena berperan sebagai penghubung utama antara lembaga dengan para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Manajemen humas yang dikelola secara baik dan profesional memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan. Sebaliknya, pengelolaan humas yang kurang optimal akan berdampak pada menurunnya kinerja lembaga secara keseluruhan dan berpengaruh terhadap mutu layanan yang diberikan kepada masyarakat.

Peningkatan kualitas layanan pendidikan melalui manajemen humas menuntut keterlibatan seluruh komponen lembaga dengan berlandaskan fungsi manajerial POAC (planning, organizing, actuating, dan controlling). Melalui perencanaan yang matang, pengorganisasian yang jelas, pelaksanaan yang terarah, serta evaluasi yang berkesinambungan, humas dapat menjalankan perannya secara efektif dalam membangun komunikasi, kerja sama, dan kepercayaan dengan masyarakat. Implementasi fungsi manajemen tersebut memungkinkan humas mengidentifikasi kebutuhan, menyusun program, melaksanakan strategi komunikasi, serta melakukan pengawasan dan penilaian kinerja secara berkelanjutan.

Selain itu, tugas humas dalam lembaga pendidikan tidak hanya sebatas penyampaian informasi, tetapi juga membentuk citra positif, menumbuhkan kebanggaan, mempromosikan layanan pendidikan, mendeteksi peluang dan permasalahan, serta membangun kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, industri, dan organisasi sosial. Melalui strategi hubungan masyarakat yang terencana dan sistematis, humas diharapkan mampu mengubah sikap publik dari tidak tahu menjadi tahu, dari apatis menjadi peduli, serta dari prasangka negatif menjadi penerimaan dan simpati.

Dengan demikian, manajemen humas yang efektif akan menciptakan hubungan yang interaktif, saling menguntungkan, berkelanjutan, dan dilandasi kepercayaan antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Hubungan yang kuat ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga berdampak jangka panjang bagi peningkatan kualitas layanan pendidikan dan keberlangsungan lembaga di masa depan.

SIMPULAN

Manajemen merupakan proses pengelolaan sumber daya organisasi melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengendalian untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Dalam konteks lembaga pendidikan, manajemen tidak hanya berfokus pada aspek internal, tetapi juga mencakup pengelolaan hubungan dengan masyarakat melalui fungsi hubungan masyarakat (humas) sebagai bagian integral dari manajemen organisasi. Humas memiliki peran strategis sebagai penghubung, pengomunikasi, pendukung, dan publikator antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Melalui pengelolaan humas yang profesional, terencana, dan berkelanjutan, lembaga pendidikan mampu membangun citra positif, menumbuhkan kepercayaan, memperoleh dukungan masyarakat, serta mempublikasikan prestasi dan program pendidikan secara efektif. Dengan demikian, manajemen humas yang efektif dan layanan pendidikan yang berkualitas akan saling

mendukung dalam mewujudkan lembaga pendidikan yang bermutu, dipercaya masyarakat, dan berkelanjutan di masa depan. Melalui penerapan fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan, humas mampu meningkatkan kualitas layanan pendidikan, membentuk citra positif lembaga, serta menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat. Pengelolaan humas yang efektif pada akhirnya mendukung pencapaian tujuan pendidikan secara optimal dan berkelanjutan. Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum yang telah memfasilitasi penerbitan artikel ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Anwar Arifin Andipate, *Paradigma Baru Public Relations Teori, Strategidan Riset*, (Depok: Rajawali Pers, 2020)
- Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akaddemi, 2016)
- Anwar Arifin, *Public Relations*, (Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia-YAI Bekerja Sama Pustaka Indonesia, 2007)
- Azhar Azhar dkk., "Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan," *EDUKATIF : Jurnal Ilmu Pendidikan* 4, no. 1 (19 Januari 2022): 129, <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i1.2167>.
- Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016)
- Danandjana, *Peranan Humas Dalam Perusahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Elfridawati Mai Dhuhani, *Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (Mit) As-Salam Ambon*, *Jurnal al-iltizam*, (Vol. 1, No. 1, tahun 2016)
- Fifin Priando, "Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan", *Jurnal At-Ta'lim*, (Vol. 18, No. 2 tahun 2019)
- Harianto Edi Putra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bank Perkreditas Rakyat Eka Prasetya Medan," 12 Juli 2016, 6, <https://repository.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/841?mode=simple>.
- Ilhami, *Manajemen Pelayanan Publik*, ed. Sobiriin Malian (Yogyakarta: Laksbang Akademika, 2022)
- Jemy Nurdiansyah dan M. M. Sujadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Moeslim Chicken Di Mendungan Kartasura" (s1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015), <http://eprints.ums.ac.id/40656/>.
- Lisa Septia Dewi Br Ginting, *Pengelolaan Pendidikan* (Guepedia, 2020)
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, and Jacky Mussry. *Services Marketing* Jilid 2. Edited by Novietha I. Sallama. VII. Jakarta: Erlangga, 2010.
- M.Linggar Anggoro, *Teori Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001)
- Mesiono Mesiono dkk., "Implementasi Manajemen Humas dalam Peningkatan Mutu Layanan Berbasis Digital di SMP Islam Terpadu Al-Hijrah Deli Serdang," *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 5, no. 1 (12 Juni 2021): <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1646>.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran.*, trans. oleh Bob Sabran, 12 ed., vol. 1 (Jakarta: Erlangga, 2008)

-
- Philip Kotler dan A. B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2000)
- Rismi Somad dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, (Bandung: ALFABETA, 2014)
- Rachmat Kriyantono, *Teori-teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*, Cet. 2 (Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri, 2017)
- Siti Faridah, "Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19," *Edusiana: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam* 7, no. 2 (30 September 2020): 135, <https://doi.org/10.47077/edusiana.v7i2>.
- Siti Isnani Azzah dan Makmur Syukri, "Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah di MTS Azzuhri Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang", *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Keislaman*, (Vol. 9, No. 2, tahun 2020)
- Tantri Wulandari, "Hubungan Antara Profesionalisme Kerja Pegawai Dengan Pelayanan Publik Di Kantor Pelayanan Pratama Jakarta Pasar Rebo," *Jurnal Utilitas* 3, no. 1 (2017):
- Undang-undang RI No.20 Tahun 2003 Tentang Sisitem Pendidikan Nasional.
- Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, dan Dwayne D. Gremler, *Services marketing: integrating customer focus across the firm*, 4th ed (Boston: McGraw-Hill/Irwin, 2006)
- Yunnita Cahyaningrum dan Yudhanta Sambharakreshna, "Optimization of Web-Based Asset Management To Increase Efficiency and Sustainability," *Journal of Information Technology and Computer Science (INTECOMS)* 7, no. 2 (2024)
- Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 5–8, <https://digilib.uinsgd.ac.id/4263/>.
- Zulkarnain Nasution, *Manajemen Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*, (Malang: UMM Press, 2010)
- Zuhji Adiarsi Bernadheta Nadeak, dkk, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan* (Penerbit Widina, 2020)