



## STRATEGI DAN KEGIATAN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA MADRASAH

Alamsyahbani<sup>1</sup>, Tedy Christiyanto<sup>2</sup>, Riza Febri Masriyani<sup>3</sup>,  
Fridila Zasyiva<sup>4</sup>, Husni Fadilah<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup> UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Email: [alamsyahbaniuinjambi@gmail.com](mailto:alamsyahbaniuinjambi@gmail.com)



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i1.1628>

### Sections Info

#### Article history:

Submitted: 13 January 2026  
Final Revised: 24 January 2026  
Accepted: 10 February 2026  
Published: 19 February 2026

#### Keywords:

Public Relations  
Digital Communication  
Strategy  
Institutional Image



### ABSTRACT

*This study aims to describe the public relations strategies and activities implemented at MAN 2 Kota Jambi in building a positive and professional image of the educational institution. The approach used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, observation, and documentation of public relations activities. The research findings indicate that the role of public relations is not limited to publishing and documenting school activities but also includes a strategic role in bridging communication between the school and the public, particularly parents and the community. The public communication strategies implemented include the use of digital platforms such as websites, Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, and plans to launch a podcast. Additionally, public relations applies strict information selection principles before publication to maintain the institution's credibility and image. The digital innovations developed demonstrate the adaptability of public relations in addressing communication challenges in the information technology era. This study emphasizes that effective and responsive public relations is a key factor in building the reputation of an inclusive and trustworthy educational institution.*

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan strategi dan kegiatan hubungan masyarakat (humas) yang diterapkan di MAN 2 Kota Jambi dalam membangun citra positif dan profesional institusi pendidikan. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi kegiatan humas. Temuan penelitian menunjukkan bahwa peran humas tidak hanya terbatas pada penerbitan dan pendokumentasian kegiatan sekolah, tetapi juga mencakup peran strategis dalam menjembatani komunikasi antara sekolah dan masyarakat, khususnya orang tua dan komunitas. Strategi komunikasi publik yang diterapkan meliputi penggunaan platform digital seperti situs web, Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, dan rencana peluncuran podcast. Selain itu, hubungan masyarakat menerapkan prinsip seleksi informasi yang ketat sebelum publikasi untuk menjaga kredibilitas dan citra institusi. Inovasi digital yang dikembangkan menunjukkan fleksibilitas hubungan masyarakat dalam mengatasi tantangan komunikasi di era teknologi informasi. Studi ini menekankan bahwa hubungan masyarakat yang efektif dan responsif merupakan faktor kunci dalam membangun reputasi institusi pendidikan yang inklusif dan dapat dipercaya.*

**Kata kunci:** Hubungan Masyarakat (Humas), Strategi Komunikasi Digital, Citra Lembaga Pendidikan

## PENDAHULUAN

Peran hubungan masyarakat (humas) dalam sektor pendidikan dewasa ini semakin memperoleh perhatian signifikan, seiring dengan meningkatnya tuntutan terhadap lembaga pendidikan untuk bertransformasi menjadi entitas yang terbuka, transparan, informatif, serta responsif terhadap dinamika perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Adawiyah & Citraningsih, 2025; Kurniasari et al., 2024). Fungsi humas tidak lagi dipandang sebagai elemen pelengkap atau sekadar pelaksana tugas administratif, melainkan telah berevolusi menjadi komponen strategis yang memiliki kontribusi vital dalam membangun citra institusi yang positif, kredibel, dan berdaya saing (Purwo & Puspasari, 2020; S. A. A. K. Putri et al., 2024).

Humas berperan sebagai penghubung utama antara lembaga pendidikan dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk peserta didik, orang tua, masyarakat umum, pemerintah, hingga media massa (Marpaung et al., 2023; Rahmawati et al., 2025). Melalui strategi komunikasi yang efektif dan terarah, humas bertanggung jawab memastikan bahwa seluruh aktivitas, kebijakan, serta program-program pendidikan dapat disosialisasikan dengan baik, dipahami secara luas, dan memperoleh dukungan konstruktif dari masyarakat. Dalam kerangka ini, keberadaan unit humas menjadi sangat krusial dalam menciptakan ekosistem pendidikan yang partisipatif dan inklusif, sekaligus memperkuat legitimasi lembaga pendidikan di tengah tantangan era digital dan keterbukaan informasi (Syafitri et al., 2024),

Dalam konteks pendidikan Islam, khususnya pada lembaga seperti madrasah, peran hubungan masyarakat (humas) memiliki signifikansi yang tinggi dalam memperkuat posisi lembaga sebagai institusi yang unggul, profesional, dan memiliki nilai tambah di tengah masyarakat. Kehumasan tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam membangun citra positif dan kepercayaan publik terhadap madrasah sebagai lembaga pendidikan yang adaptif, berkualitas, serta menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman (U. Jannah et al., 2025; Sandyakala, 2020).

Seiring berkembangnya era digital, media sosial menjadi salah satu alat utama dalam strategi kehumasan modern. Platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, hingga TikTok memungkinkan madrasah menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, dengan cara yang lebih kreatif dan menarik (Mujiono, 2024; Rahmah et al., 2025). Digitalisasi komunikasi kehumasan bukan hanya sebuah tren, tetapi sudah menjadi kebutuhan yang mendesak bagi lembaga pendidikan yang ingin mempertahankan eksistensinya di tengah masyarakat yang semakin *digital-native*. Dalam konteks ini, strategi humas yang memanfaatkan berbagai platform digital dapat meningkatkan interaksi, keterlibatan, dan kepercayaan publik terhadap madrasah (Lieyani et al., 2025).

MAN 2 Kota Jambi merupakan salah satu madrasah unggulan di Provinsi Jambi yang telah menunjukkan komitmen tinggi dalam mengembangkan fungsi hubungan masyarakat (humas) sebagai elemen strategis dalam membangun komunikasi kelembagaan dan memperkuat citra publik. Sebagai Madrasah Aliyah Plus Keterampilan yang telah meraih akreditasi A+ dari Badan Akreditasi Nasional, MAN 2 Kota Jambi tidak hanya dikenal karena prestasi akademiknya, tetapi juga karena kemampuannya dalam mengelola sistem komunikasi publik yang responsif, adaptif, dan berbasis profesionalisme.

Unit humas di MAN 2 Kota Jambi memainkan peran yang sangat sentral dalam mengelola arus informasi, baik melalui kegiatan publikasi dan dokumentasi berbagai program maupun dalam menjalin hubungan yang harmonis dengan seluruh pemangku kepentingan, termasuk orang tua peserta didik, alumni, masyarakat umum, serta media massa. Untuk mendukung tugas-tugas tersebut, humas madrasah secara aktif memanfaatkan

berbagai kanal informasi digital seperti situs web resmi, platform media sosial, serta media cetak dan elektronik lainnya, sebagai sarana diseminasi informasi dan promosi kelembagaan.

Melalui pendekatan komunikasi yang terstruktur dan strategis, humas MAN 2 Kota Jambi tidak hanya meningkatkan visibilitas dan transparansi madrasah di mata publik, tetapi juga memperkuat sinergi antara madrasah dengan lingkungan eksternal dalam rangka mewujudkan tata kelola pendidikan yang partisipatif, akuntabel, dan berbasis kolaborasi.

Penelitian ini secara khusus diarahkan untuk mengkaji strategi serta berbagai bentuk kegiatan kehumasan yang dilaksanakan di MAN 2 Kota Jambi. Fokus utama penelitian adalah untuk mendeskripsikan secara mendalam bagaimana unit hubungan masyarakat (humas) di madrasah tersebut merancang, mengorganisasikan, dan mengimplementasikan strategi komunikasi publik secara efektif dan terarah. Kajian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana humas MAN 2 Kota Jambi mampu menjalankan fungsinya dalam membangun citra institusi, menyampaikan informasi secara transparan, serta membangun relasi yang konstruktif dengan berbagai pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal.

Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai praktik kehumasan di lingkungan madrasah, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat efektivitas komunikasi publik. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi akademik dan praktis dalam pengembangan manajemen kehumasan di lembaga pendidikan Islam, khususnya dalam konteks peningkatan akuntabilitas, partisipasi masyarakat, dan penguatan branding institusi di era digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek penelitian adalah tim Humas MAN 2 Kota Jambi yang terdiri dari Waka Humas, staf humas, serta pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan publikasi dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui: Wawancara dengan Waka Humas dan tenaga pendidik terkait, observasi langsung terhadap kegiatan dokumentasi dan publikasi, dan studi dokumentasi seperti konten website, akun media sosial, serta arsip berita dan video. Adapun analisis data dilakukan dengan teknik Miles & Huberman, meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hasil*

Adapun hasil dari wawancara, observasi dan juga dokumentasi yang telah peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Ringkasan Temuan

| Aspek                | Temuan Utama                                           |
|----------------------|--------------------------------------------------------|
| Fungsi Utama         | Dokumentasi dan publikasi kegiatan madrasah            |
| Media yang digunakan | Website, Instagram, Facebook, YouTube, TikTok          |
| Pendekatan           | Kolaboratif dengan orang tua dan komite                |
| Prosedur Inovasi     | Seleksi berdasarkan kredibilitas, kebenaran dan dampak |
| Inovasi              | Podcast, video tutorial, konten visual kreatif         |

## **Pembahasan**

### **Peran Sentral Humas dalam Publikasi dan Dokumentasi Kegiatan Madrasah**

Humas MAN 2 Kota Jambi menjalankan peran sentral dalam mendokumentasikan seluruh aktivitas kelembagaan, mencakup kegiatan akademik, non-akademik, hingga agenda seremonial yang diselenggarakan oleh madrasah. Kegiatan dokumentasi ini tidak hanya dimaksudkan sebagai bentuk pelaporan dan arsip internal institusi, tetapi juga berfungsi strategis sebagai bahan publikasi eksternal guna membangun dan memperkuat citra madrasah di hadapan publik.

Proses dokumentasi dilakukan secara sistematis dalam berbagai format media, seperti foto, video, dan narasi berita. Hasil dokumentasi tersebut kemudian dipublikasikan melalui berbagai kanal komunikasi digital yang dimiliki oleh madrasah, termasuk situs web resmi, media sosial seperti Instagram dan Facebook, serta platform berbagi video seperti YouTube. Pemanfaatan *multiplatform* ini memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan menjangkau berbagai segmen audiens secara efektif.

Sejalan dengan pandangan Kartika, dokumentasi yang dikemas secara profesional dan strategis tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga berperan sebagai instrumen komunikasi visual yang mampu membentuk dan memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan (Kartika et al., 2023). Oleh karena itu, kegiatan dokumentasi oleh humas MAN 2 Kota Jambi menjadi bagian integral dari strategi komunikasi publik yang diarahkan untuk meningkatkan visibilitas, transparansi, serta kepercayaan masyarakat terhadap kinerja dan reputasi madrasah.

Kegiatan publikasi di MAN 2 Kota Jambi dilaksanakan secara sistematis dan terencana sebagai bagian dari strategi komunikasi publik yang profesional. Setiap kali madrasah menyelenggarakan kegiatan penting, seperti pelantikan organisasi siswa, penerimaan tamu kehormatan, maupun perolehan prestasi peserta didik, humas secara proaktif melakukan peliputan, penyusunan materi informasi, dan penyebarluasan konten kepada khalayak luas. Konten yang diproduksi disajikan dalam format visual yang menarik dan komunikatif, guna memastikan bahwa informasi dapat diterima dan dipahami dengan mudah oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk orang tua siswa, *stakeholder* pendidikan, dan masyarakat umum.

Strategi visualisasi informasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik publikasi, tetapi juga memperkuat efektivitas pesan yang disampaikan. Pendekatan ini mencerminkan implementasi prinsip-prinsip *public relations* modern yang mengedepankan keterbukaan informasi (*information transparency*), partisipasi publik, serta hubungan yang berbasis kepercayaan antara institusi dan audiens eksternal. Publikasi yang bersifat informatif, terbuka, dan partisipatif merupakan elemen krusial dalam membangun citra lembaga pendidikan yang kredibel dan responsif terhadap perkembangan sosial (N. A. Putri & Hermawan, 2025). Dengan demikian, praktik publikasi oleh humas MAN 2 Kota Jambi tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam memperkuat reputasi dan akuntabilitas madrasah di era digital.

### **Strategi Komunikasi Digital Berbasis Media Sosial**

Dalam merespons dinamika perubahan zaman serta karakteristik audiens yang semakin didominasi oleh generasi *digital-native*, Humas MAN 2 Kota Jambi telah mengadopsi strategi komunikasi berbasis digital sebagai upaya untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi dan memperluas jangkauan publik. Salah satu langkah strategis yang diterapkan adalah optimalisasi penggunaan media sosial sebagai saluran

utama komunikasi kelembagaan. Media sosial dinilai sebagai platform yang relevan dan adaptif, khususnya dalam menjangkau segmen generasi muda yang merupakan mayoritas pengguna aktif teknologi digital saat ini (Lase et al., 2025; Panjaitan & Simanjuntak, 2024).

Humas MAN 2 Kota Jambi secara konsisten memanfaatkan berbagai platform digital, seperti Instagram (@man2kotajambi), Facebook (ManDua KotaJambi), dan YouTube (TV MAN 2 KOTA JAMBI), sebagai media untuk menyebarluaskan informasi kelembagaan, mempromosikan program-program unggulan madrasah, serta mendokumentasikan dan menampilkan beragam pencapaian siswa dalam bidang akademik maupun non-akademik. Melalui pendekatan ini, humas tidak hanya membangun komunikasi satu arah, tetapi juga membuka ruang interaksi dua arah dengan publik secara lebih dinamis dan partisipatif.

Strategi komunikasi digital ini sejalan dengan tuntutan era transformasi digital dalam dunia pendidikan, di mana institusi dituntut untuk tidak hanya adaptif terhadap perubahan teknologi, tetapi juga inovatif dalam memanfaatkan media sebagai alat strategis untuk membentuk citra institusi, memperkuat *engagement* dengan pemangku kepentingan, serta meningkatkan daya saing madrasah di tengah kompetisi lembaga pendidikan yang semakin ketat (R. Jannah & Rosdiana, 2025; Triyanto et al., 2024).

Strategi pemanfaatan media sosial yang diterapkan oleh Humas MAN 2 Kota Jambi selaras dengan pandangan yang menyatakan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi semata, melainkan juga berperan sebagai medium strategis dalam membangun keterlibatan (*engagement*) dan loyalitas publik terhadap lembaga pendidikan (Eriani et al., 2025; Widyaswari et al., 2025). Dalam konteks ini, media sosial menjadi instrumen komunikasi dua arah yang memungkinkan terciptanya interaksi aktif antara madrasah dan audiens, baik dari kalangan internal seperti siswa dan orang tua, maupun eksternal seperti masyarakat umum, alumni, dan mitra kelembagaan.

### **Pendekatan Partisipatif: Kolaborasi dengan Orang Tua dan Komite**

Salah satu keunggulan strategis yang menonjol dari praktik kehumasan di MAN 2 Kota Jambi adalah penerapan pendekatan partisipatif yang secara aktif melibatkan orang tua peserta didik serta komite madrasah dalam proses pengambilan keputusan kelembagaan. Pendekatan ini tercermin dalam berbagai kegiatan penting, seperti forum musyawarah terkait program Ujian Tulis Berbasis Komputer (UTBK), perencanaan pembiayaan pendidikan, maupun diskusi terkait kebijakan strategis madrasah. Dalam konteks ini, unit humas tidak hanya menjalankan fungsi sebagai penyampai informasi satu arah, melainkan juga berperan sebagai fasilitator dialog yang bersifat dua arah dan *deliberatif*, guna menciptakan kesepahaman antara madrasah dan masyarakat.

Praktik komunikasi yang inklusif ini menegaskan bahwa fungsi humas memiliki peran krusial dalam membangun ruang partisipatif yang memungkinkan seluruh pemangku kepentingan memberikan masukan, aspirasi, dan evaluasi terhadap kebijakan pendidikan yang dijalankan.

Selain menjalankan fungsi komunikasi digital, Humas MAN 2 Kota Jambi juga menunjukkan peran aktif dan strategis dalam mendukung proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Keterlibatan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari penyusunan dan diseminasi informasi teknis terkait prosedur pendaftaran, pembuatan video tutorial yang bersifat edukatif untuk mempermudah pemahaman calon peserta didik dan orang tua, hingga pemberian pendampingan langsung bagi pihak-pihak yang mengalami kesulitan dalam aspek teknis selama proses PPDB berlangsung.

Pendekatan ini mencerminkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh humas tidak terbatas pada ranah daring (*online*), tetapi juga mencakup komunikasi luring

(offline) yang bersifat langsung, personal, dan responsif terhadap kebutuhan individu. Kombinasi antara komunikasi digital dan tatap muka ini menunjukkan fleksibilitas dan adaptabilitas humas dalam menjangkau berbagai segmen audiens, serta menegaskan komitmen madrasah dalam memberikan pelayanan publik yang inklusif, humanis, dan berbasis kebutuhan nyata. Strategi ini sekaligus memperkuat posisi humas sebagai unit layanan terdepan yang berperan penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

### **Sistematikasi dan Etika Kehumasan**

Salah satu elemen krusial dalam manajemen kehumasan adalah penerapan sistem kerja yang terstruktur dan berlandaskan pada prinsip-prinsip etika komunikasi publik. Di MAN 2 Kota Jambi, proses pengelolaan informasi yang akan dipublikasikan dilakukan melalui tahapan seleksi yang ketat dan sistematis. Setiap informasi yang diterima terlebih dahulu dianalisis berdasarkan tiga indikator utama: pertama, validitas dan kredibilitas sumber informasi; kedua, akurasi serta kebenaran konten berita; dan ketiga, pertimbangan terhadap potensi dampaknya terhadap citra institusi madrasah.

Jika suatu informasi terverifikasi sebagai benar namun memiliki potensi menimbulkan persepsi negatif atau merugikan reputasi lembaga, maka informasi tersebut akan ditahan atau tidak disebarluaskan kepada publik. Langkah ini mencerminkan komitmen humas MAN 2 Kota Jambi dalam menerapkan komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga selektif, etis, dan strategis.

Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Adam Saleh yang menekankan bahwa humas pada lembaga pendidikan tidak sekadar berfungsi sebagai juru bicara atau penyebar berita, melainkan sebagai pengelola informasi yang memiliki tanggung jawab untuk menjaga keseimbangan antara transparansi dan perlindungan reputasi institusi (Saleh, 2024). Oleh karena itu, humas harus bertindak sebagai kurator informasi yang mampu memilah dan mengelola konten secara profesional dan bertanggung jawab.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Humas MAN 2 Kota Jambi memainkan peran strategis dalam membangun citra positif madrasah melalui kegiatan publikasi, dokumentasi, dan komunikasi publik yang adaptif. Fungsi humas tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penghubung utama antara madrasah dan masyarakat, khususnya orang tua siswa. Strategi komunikasi yang digunakan mencerminkan pemanfaatan teknologi informasi secara optimal, melalui berbagai platform digital seperti website resmi, media sosial (Instagram, Facebook, YouTube, Tiktok), serta pengembangan konten kreatif seperti podcast.

Humas juga menjalankan prinsip kehati-hatian dalam memverifikasi dan menyaring informasi yang akan dipublikasikan, dengan mempertimbangkan kredibilitas sumber, kebenaran isi, dan dampaknya terhadap citra lembaga. Selain itu, pendekatan partisipatif yang melibatkan orang tua dan komite madrasah menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya kolaborasi dalam pengambilan keputusan pendidikan.

Secara keseluruhan, strategi humas yang dijalankan MAN 2 Kota Jambi dapat menjadi model yang baik bagi lembaga pendidikan lainnya, terutama dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital. Kunci keberhasilan terletak pada keterbukaan informasi, kemampuan adaptasi terhadap teknologi, serta komitmen menjaga reputasi dan kepercayaan publik.

## REFERENSI

- Adawiyah, R., & Citraningsih, D. (2025). PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DALAM MENJAGA REPUTASI SEKOLAH DI MI HAMALATUL QUR'AN KARAWANG. *An-Nadzir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 03(01), 67–76. <https://doi.org/https://doi.org/10.55799/annadzir.v3i01.697>
- Eriani, Y., Khamidi, A., Amalia, K., & Nursalim, M. (2025). Social Media Branding Strategies that Strengthen School Image Among Stakeholders. *Academia Open*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.10953>
- Jannah, R., & Rosdiana. (2025). Transformasi Digital dan Literasi Teknologi Terhadap Profesionalisme Guru. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 02(June), 782–786. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.15614949>
- Jannah, U., Pitaloka, D. A., Fauziah, F., Sumarto, S. A., Khoiriyah, U., & Wahyuni, S. (2025). *Pengelolaan Administrasi Hubungan Sekolah dan Masyarakat*. Tahta Media Group.
- Kartika, S., Abdi, & Nasrulhaq. (2023). Strategi Kehumasan Dalam Pelayanan Informasi Publik di Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Kajian Manajemen Pemerintahan Lembaga Administrasi Negara. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 9(April). <https://doi.org/https://doi.org/10.26618/kjap.v9i1.10644>
- Kurniasari, D., Hakim, L., & Syaifudin, M. (2024). Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Journal on Education*, 06(02), 12175–12184. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/joe.v6i2>
- Lase, S. P. C., Waruwu, V. E., Zebua, Y., & Zebua, Y. (2025). EFEKTIVITAS PROMOSI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA GENERASI MILENIAL (STUDI PADA PASAR NOU, KOTA GUNUNGSITOLI). *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 02(01), 80–87.
- Lieyani, Y., Natalia, L., & Setiyadi, B. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Humas pada Lembaga Pendidikan serta Peningkatan Citra Lembaga. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 695–700. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5191>
- Marpaung, S. F., Febrianti, I., Simatupang, S. F. A., Aidin, W., Wibowo, M. P., & Almaajid, R. (2023). PERAN STRATEGIS MANAJEMEN HUMAS DAN LAYANAN PUBLIK DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PENDIDIKAN DI SEKOLAH. *AoEJ: Academy of Education Journal*, 14(2), 556–570. <https://doi.org/https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.1764>
- Mujiono. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMPROMOSIKAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM: STRATEGI DAN. *IslamicEdu Management Journal*, 01(01), 40–51. <https://gerbangjurnal.alfalah.id/index.php/iemj%0APERAN>
- Panjaitan, G. M., & Simanjuntak, M. (2024). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GEN Z ; ANALISIS STRATEGI BRAND AWARENESS, LOYALITAS, DAN ORGANISASI PEMASARAN. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 7(12), 194–206.
- Purwo, R., & Puspasari, D. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 458–467. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpap>
- Putri, N. A., & Hermawan, E. (2025). Strategi Komunikasi Publik Suku Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Jakarta Selatan dalam Membangun Citra Positif melalui Diseminasi Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, 2(4), 108–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/komunikasi.v2i4.669>

- Putri, S. A. A. K., Roesminingsih, E., Khamidi, A., & Nursalim, M. (2024). Perilaku Organisasi dan Peran Hubungan Masyarakat dalam Pemasaran Sekolah. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(03), 1192–1205. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i03>.
- Rahmah, N., Afif, S., Saleh, M., Nurkhofifah, N., Zaida, N., Saragih, H., & Alkhalid, H. S. (2025). Efektifitas Konten Edukasi Keislaman di Platform Media Sosial : Analisis Resepsi Khalayak Generasi Z. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 6(1), 275–295. <https://doi.org/https://doi.org/10.59059/tabsyir.v6i1.2049>
- Rahmawati, U., Setiyani, F., & Ramadhan, N. C. (2025). Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Proceedings of International Student Conference on Education (ISCE)*, 24. <https://doi.org/10.30595/pssh.v24i.1578>
- Saleh, A. (2024). IMPLEMENTASI ETIKA KOMUNIKASI MANAJEMEN HUMAS DALAM LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM. *Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 19(1), 1308–1318. <https://doi.org/https://doi.org/10.55558/alihda.v19i1.123>
- Sandyakala, M. C. (2020). The Public Relations Role in Enhancing the Image of Educational Institutions. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30, 184–198.
- Syafitri, L. A., Margrety, B., & Fathurrochman, I. (2024). Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan. *Cendikia: Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(12), 510–517.
- Triyanto, H., Mukri, A., & Aisyah, S. (2024). Konsep Dasar Manajemen Humas dan Pemasaran Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 44890–44896.
- Widyaswari, N. K., Anggreswari, N. P. Y., Pratiwi, N. I., & Ramadiansyah, S. Af. (2025). Pendekatan Komunikasi Pemasaran Digital oleh Komunitas Fandom SBT Enhypen di Platform X. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 4(10), 2787–2794.

Copyright holder:

© Author

First publication right:

Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:

**CC-BY-SA**