



PROGRAM KINERJA HUMAS TERHADAP PENINGKATAN DAYA TARIK DAN PENCAPAIAN TARGET PPDB

Silva Az-Zahra¹, Shelly², Ghea Nur Azizah³, Abelia Sri Maharani⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pamulang, Indonesia

Email: sivazahra0824@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i1.1681>

Sections Info

Article history:

Submitted: 13 January 2026

Final Revised: 24 January 2026

Accepted: 10 February 2026

Published: 20 February 2026

Keywords:

School Public Relations

School Attractiveness

Student Admission (PPDB)

Communication strategy

Educational Branding



ABSTRACT

This study aims to analyze the performance of public relations (PR) programs in increasing school attractiveness and achieving New Student Admission (PPDB) targets at MTs Islamiyah Kedaung through communication strategies, collaboration, and the use of social media. This study employed a qualitative descriptive approach with field research methods. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving teachers, students, school committees, and the community as key informants. The findings indicated that the school's PR implemented integrated strategies through socio-cultural-based promotion involving community leaders, consistent publication of school activities, and optimizing social media for branding. Additionally, internal-external collaboration, scholarship programs, extracurricular activities, and a reputable service quality were key factors in strengthening community interest. Challenges such as resource constraints and inter-institutional competition were addressed through collective coordination and continuous evaluation. This research provides an integration model between traditional socio-cultural promotion strategies and media digitalization as an effective solution for private schools in facing competitive admission processes. The contribution of public relations proved to be collectively significant in enhancing the institutional image and maintaining the stability of new student enrollment.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis program kinerja hubungan masyarakat (humas) dalam meningkatkan daya tarik sekolah serta pencapaian target Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di MTs Islamiyah Kedaung melalui strategi komunikasi, kolaborasi, dan pemanfaatan media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode riset lapangan. Data dikumpulkan melalui teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang melibatkan guru, siswa, komite sekolah, serta masyarakat sebagai informan utama. Temuan penelitian menunjukkan bahwa humas menjalankan strategi terpadu melalui promosi berbasis sosial-kultural dengan melibatkan tokoh masyarakat, publikasi kegiatan secara konsisten, serta optimalisasi branding di media sosial. Selain itu, kolaborasi internal-eksternal, penyediaan program beasiswa, aktivitas ekstrakurikuler, dan reputasi pelayanan sekolah menjadi faktor kunci dalam memperkuat minat masyarakat. Tantangan berupa keterbatasan sumber daya dan persaingan antarlembaga dapat diatasi melalui koordinasi kolektif serta evaluasi berkelanjutan. Penelitian ini memberikan model integrasi antara strategi promosi sosial-kultural tradisional dengan digitalisasi media sebagai solusi efektif bagi sekolah swasta dalam menghadapi persaingan kompetitif pada proses PPDB. Kontribusi humas terbukti signifikan secara kolektif dalam meningkatkan citra institusi dan stabilitas kuantitas peserta didik baru.

Kata kunci: Kinerja Humas, Daya Tarik Sekolah, PPDB, Strategi Komunikasi, Branding Pendidikan

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan pilar utama dalam pembangunan bangsa dan peningkatan kualitas hidup manusia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pendidikan bertujuan mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi individu yang beriman, bertakwa, dan berakhlak mulia. Namun, keberhasilan pencapaian tujuan tersebut sangat bergantung pada pengelolaan pendidikan yang efektif, di mana salah satu elemen krusialnya adalah optimalisasi fungsi Hubungan Masyarakat (Humas). (Rahmawati, 2019) menegaskan bahwa humas bukan sekadar fungsi tambahan, melainkan komunikasi strategis yang menjembatani lembaga pendidikan dengan lingkungannya untuk menciptakan dukungan publik yang berkelanjutan.

Secara teoritis, (Akbar, 2021) mendefinisikan *Public Relations* sebagai fungsi manajemen yang menilai sikap publik serta merencanakan program kegiatan untuk meraih pengertian masyarakat. Dalam konteks sekolah, humas berperan sebagai sarana vital dalam membina pertumbuhan peserta didik karena sekolah merupakan bagian integral dari sistem sosial masyarakat yang lebih luas. Hubungan yang erat antara sekolah dan masyarakat tidak hanya bertujuan untuk efektivitas operasional pendidikan, tetapi juga untuk memastikan bahwa lembaga pendidikan mampu memenuhi kebutuhan sosiologis masyarakat akan layanan pendidikan berkualitas (Saeful Bahri, 2022).

Implementasi hubungan ini diwujudkan melalui program kerja yang terarah dan tersistematis. Program kerja bidang humas berfungsi menjembatani keterlibatan seluruh warga sekolah dengan orang tua, instansi pemerintah, maupun pihak swasta demi mengoptimalkan kerja sama dalam pengembangan sekolah (Kurniawan, 2020). Namun, tantangan nyata di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan realitas. Selama ini, peran serta masyarakat, khususnya orang tua, cenderung masih minim dan terbatas pada dukungan finansial semata. Dukungan moral, pemikiran, serta kontribusi barang dan jasa seringkali kurang mendapatkan porsi yang memadai dalam strategi manajemen sekolah.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pentingnya manajemen humas, namun terdapat perbedaan fokus dengan penelitian ini. Jika penelitian sebelumnya lebih banyak membedah humas dari sisi administratif, penelitian saat ini menekankan pada bagaimana kinerja humas secara spesifik berkontribusi terhadap aspek kompetitif lembaga, yaitu peningkatan daya tarik sekolah dan pencapaian target Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Fenomena di MTs Islamiyah Kedaung menunjukkan bahwa kemitraan yang kuat dengan masyarakat, jika direncanakan dan dievaluasi secara terarah, dapat menjadi solusi atas rendahnya partisipasi masyarakat sekaligus menjawab tantangan persaingan antarlembaga pendidikan.

Ketertarikan penulis untuk mengkaji isu ini didasari oleh urgensi bahwa peran masyarakat sebagai sumber dan pelaksana pendidikan (sesuai Pasal 54 UU Sisdiknas) harus diaktivasi melalui program humas yang inovatif. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih mendalam mengenai peran strategis humas melalui judul: "Program Kinerja Humas Terhadap Peningkatan Daya Tarik dan Pencapaian Target PPDB".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis fenomena, aktivitas sosial, serta persepsi individu maupun kelompok. Pengumpulan data dilakukan melalui riset lapangan dengan mengombinasikan tiga teknik utama: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Observasi digunakan untuk mengamati dan mencatat objek secara sistematis di lokasi penelitian, sedangkan wawancara dilakukan melalui tanya jawab langsung dengan narasumber untuk menggali data yang mendalam. Sebagai penguat validitas, teknik dokumentasi diterapkan dengan menghimpun dokumen resmi yang relevan dengan objek penelitian. (Ahyyar & Juliana Sukmana, 2020)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di MTS Islamiyah Kedaung berlokasi Jl. Raya Cinangka, Gg. Nangka Rt.02/03. Kec. Sawangan, Kota Depok, Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas MTs Islamiyah Kedaung menerapkan berbagai strategi promosi untuk meningkatkan daya tarik sekolah. Strategi tersebut dilakukan secara terencana dan kreatif dengan memanfaatkan kekuatan internal sekolah, termasuk guru-guru yang juga dikenal masyarakat sebagai tokoh agama.

Para guru ini secara aktif mensosialisasikan keberadaan dan keunggulan sekolah ketika mereka melakukan kegiatan dakwah atau syiar agama, sehingga pesan promosi tersampaikan secara natural dan dipercaya oleh masyarakat. Pendekatan ini dianggap efektif karena menyinergikan peran pendidikan dan keagamaan yang menjadi karakteristik komunitas sekitar.

Selain memanfaatkan tokoh internal sekolah, humas juga mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi utama. Berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook digunakan untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan sekolah. Setiap aktivitas sekolah, baik akademik maupun non-akademik, didokumentasikan dan diunggah secara rutin untuk meningkatkan eksposur publik. Pengelolaan media sosial dilakukan secara kolaboratif oleh guru yang memiliki dokumentasi terbaru atau waktu luang untuk mengunggah konten, mengingat belum adanya petugas khusus yang menangani media sosial secara profesional.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa promosi sekolah tidak hanya dilakukan oleh humas secara individual, tetapi merupakan hasil dari kolaborasi seluruh warga sekolah. Humas bekerja sama dengan guru, siswa, dan komite sekolah dalam merancang serta menjalankan program promosi. Guru mendukung penyediaan dokumentasi kegiatan, siswa berperan sebagai representasi sekolah dalam berbagai kegiatan maupun lomba, dan komite sekolah membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui jaringan yang dimilikinya. Kolaborasi ini dipandang sebagai faktor penting dalam efektivitas kegiatan promosi karena masing-masing pihak memiliki kontribusi yang signifikan.

Lebih lanjut, kegiatan ekstrakurikuler terbukti memiliki peran strategis dalam menarik perhatian calon peserta didik. Ekstrakurikuler seperti marawis, futsal, pramuka, dan seni tari menjadi daya tarik khas yang sesuai dengan budaya masyarakat setempat. Keikutsertaan dalam lomba atau kegiatan ekstrakurikuler selalu didokumentasikan dan dipublikasikan di media sosial, sehingga menguatkan citra positif sekolah di mata masyarakat. Publikasi kegiatan ekstrakurikuler tersebut menjadi salah satu aspek visual utama yang sering menjadi perhatian calon siswa dan orang tua saat mempertimbangkan sekolah pilihan.

Namun demikian, humas menghadapi sejumlah tantangan dalam mencapai target PPDB. Tantangan terbesar adalah meningkatnya persaingan antar sekolah dalam tiga tahun terakhir, terutama dengan hadirnya sekolah negeri baru yang memiliki daya tarik dari segi biaya pendidikan yang lebih terjangkau. Selain itu, keterbatasan sumber daya

promosi juga menjadi kendala karena tidak adanya tenaga khusus yang secara profesional mengelola media sosial sekolah.

Pelaksanaan administrasi humas juga masih perlu ditingkatkan, terutama terkait pelaporan kegiatan promosi dan manajemen konten digital. Meski demikian, humas terus melakukan evaluasi rutin terhadap seluruh aspek pelaksanaan program, termasuk perkembangan siswa, kegiatan pembelajaran, serta ekstrakurikuler, untuk menentukan tindakan perbaikan yang perlu diambil.

Temuan terakhir menunjukkan bahwa reputasi sekolah memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan humas dalam menarik siswa baru. Humas berupaya menjaga reputasi sekolah dengan merespons keluhan masyarakat secara profesional dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada siswa maupun orang tua. Upaya menjaga reputasi ini dilakukan melalui pengelolaan isu secara cepat, peningkatan *hospitality*, dan pemeliharaan hubungan baik dengan masyarakat. Reputasi sekolah yang positif kemudian dijadikan sebagai nilai jual utama untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap sekolah.

Pembahasan

Pembahasan ini menginterpretasikan temuan penelitian mengenai strategi dan pengembangan hubungan masyarakat (humas) di MTs Islamiyah Kedaung dalam meningkatkan daya tarik sekolah dan pencapaian target Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Fokus pembahasan diarahkan pada makna strategis dari praktik humas yang diterapkan, relevansinya dengan teori yang ada, serta implikasinya bagi pengelolaan lembaga pendidikan swasta.

Strategi Humas sebagai Instrumen Peningkatan Daya Tarik Sekolah

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi humas di MTs Islamiyah Kedaung dijalankan melalui pendekatan yang komprehensif, adaptif, dan kontekstual dengan karakteristik sosial masyarakat sekitar. Hal ini mengindikasikan bahwa efektivitas humas tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media formal, tetapi juga oleh kemampuan sekolah membaca dan memanfaatkan modal sosial yang dimiliki lingkungan. Peran guru sebagai tokoh masyarakat dan tokoh agama menjadi kekuatan strategis dalam menyampaikan pesan promosi secara persuasif dan kredibel.

Secara teoretis, temuan ini sejalan dengan konsep *public relations* sebagai fungsi manajemen yang bertujuan membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Pendekatan interpersonal berbasis kepercayaan sosial terbukti mampu memperkuat citra sekolah karena pesan disampaikan oleh figur yang memiliki legitimasi kultural dan religius. Dengan demikian, humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola relasi sosial yang berkelanjutan. (Indriyani & Jeka, 2024)

Digital Branding dan Integrasi Media Sosial dalam Promosi Sekolah

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial menjadi bagian penting dari strategi branding sekolah. Pemanfaatan platform digital seperti Instagram dan YouTube memungkinkan sekolah memperluas jangkauan informasi serta menampilkan aktivitas sekolah secara visual dan aktual. Strategi ini memperkuat persepsi masyarakat terhadap MTs Islamiyah Kedaung sebagai sekolah yang terbuka, aktif, dan responsif terhadap perkembangan teknologi informasi. (Rustandi, 2023)

Dalam perspektif diskusi, integrasi antara promosi sosial-kultural dan digital branding menunjukkan adanya transformasi praktik humas sekolah menuju model hibrida. Meskipun pengelolaan media sosial belum dilakukan secara profesional karena keterbatasan sumber daya manusia, kolaborasi antar guru mampu menjaga kontinuitas

publikasi. Hal ini mengindikasikan bahwa keterbatasan struktural dapat diimbangi dengan modal sosial dan komitmen kolektif warga sekolah.

Kolaborasi sebagai Kunci Keberhasilan Program Humas

Kolaborasi internal dan eksternal menjadi temuan penting yang memperkuat efektivitas program humas. Keterlibatan guru, siswa, komite sekolah, dan masyarakat menciptakan sistem promosi berbasis kolektif. Guru berperan sebagai penggerak informasi, siswa menjadi representasi nyata kualitas pendidikan, dan komite sekolah berfungsi sebagai penghubung komunikasi dengan masyarakat melalui pendekatan *word of mouth*.

Secara konseptual, temuan ini memperkuat pandangan bahwa humas pendidikan tidak dapat bekerja secara individual, melainkan harus berbasis partisipasi. Kolaborasi tersebut membangun citra sekolah yang kompak, aktif, dan memiliki kepedulian sosial, sehingga meningkatkan kepercayaan publik. Dalam konteks PPDB, kepercayaan masyarakat merupakan faktor penentu utama dalam pengambilan keputusan memilih sekolah. (Desriani & Wahyuni, 2025)

Program Beasiswa dan Ekstrakurikuler sebagai Daya Tarik Strategis

Program beasiswa yang diterapkan MTs Islamiyah Kedaung tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepedulian sosial, tetapi juga sebagai strategi peningkatan daya tarik lembaga. Skema beasiswa bagi siswa yatim, siswa berprestasi, dan alumni satu yayasan mencerminkan komitmen sekolah terhadap pemerataan akses pendidikan dan keberlanjutan layanan.

Di sisi lain, kegiatan ekstrakurikuler berperan sebagai instrumen branding sekolah. Aktivitas seperti marawis, pramuka, futsal, dan seni tari memperkuat identitas kultural dan religius sekolah, sekaligus menjadi konten promosi yang menarik di media sosial. Diskusi ini menunjukkan bahwa ekskul bukan sekadar kegiatan tambahan, melainkan bagian strategis dari pembentukan citra sekolah yang dinamis dan holistik.

Tantangan, Solusi, dan Implikasi Pengelolaan Humas

Penelitian ini juga mengungkap berbagai tantangan, antara lain meningkatnya persaingan antar lembaga pendidikan, keterbatasan sumber daya manusia, serta perbedaan literasi digital di kalangan orang tua. Tantangan-tantangan tersebut menuntut humas untuk tidak bergantung pada satu strategi promosi, melainkan mengombinasikan pendekatan digital dan komunikasi langsung.

Solusi yang dilakukan sekolah melalui evaluasi rutin, koordinasi intensif, dan fleksibilitas strategi menunjukkan pentingnya manajemen humas yang adaptif. Temuan ini mengimplikasikan bahwa keberhasilan PPDB tidak hanya ditentukan oleh intensitas promosi, tetapi oleh konsistensi kualitas layanan, reputasi sekolah, dan kekuatan hubungan sosial yang dibangun secara berkelanjutan. (Novi Ariyanti & Muhammad Anggung Manumanoso Prasetyo, 2021)

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual berupa model integrasi antara strategi promosi sosial-kultural tradisional dan digitalisasi media dalam pengelolaan humas sekolah swasta. Model ini relevan diterapkan pada lembaga pendidikan yang memiliki keterbatasan sumber daya namun berada dalam lingkungan sosial yang kuat.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategis program kerja hubungan masyarakat (humas) dalam meningkatkan daya tarik sekolah serta pencapaian target Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di MTs Islamiyah Kedaung. Penelitian

menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode riset lapangan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang melibatkan guru, siswa, komite sekolah, serta masyarakat sebagai informan utama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas menjalankan strategi terpadu yang mengintegrasikan komunikasi interpersonal berbasis sosial-kultural, pemanfaatan media sosial, kolaborasi internal dan eksternal, penguatan kegiatan ekstrakurikuler, serta pengelolaan reputasi sekolah. Peran guru sebagai tokoh masyarakat, keterlibatan siswa dan komite sekolah, serta penyediaan program beasiswa terbukti memperkuat kepercayaan publik dan minat masyarakat terhadap sekolah. Meskipun menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya dan persaingan antarlembaga pendidikan, humas mampu mengatasinya melalui kerja sama kolektif, publikasi yang konsisten, serta evaluasi program secara berkelanjutan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan PPDB tidak hanya ditentukan oleh promosi digital, tetapi oleh kualitas pelayanan pendidikan, kekuatan hubungan sosial, dan reputasi sekolah yang dibangun secara konsisten. Temuan ini menghasilkan model integrasi antara strategi promosi sosial-kultural tradisional dan digitalisasi media yang relevan sebagai solusi bagi sekolah swasta dalam menghadapi persaingan pendidikan yang kompetitif.

REFERENSI

- Ahyar, H., & Juliana Sukmana, D. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif SERI BUKU HASIL PENELITIAN View project Seri Buku Ajar View project*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>.
- Akbar, M. F., Evadianti, Y., & Asniar, I. (2021). *Public Relations*. Ikatan Guru Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=hLjEAAAQBAJ>.
- Desriani, T., & Wahyuni, S. (2025). PT. Media Akademik Publisher STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN MUTU PENDIDIKAN. *JMA*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/10.62281>.
- Hidayati, E., & Hutagaol, B. A.-R. (2025). An Analysis of Hasan Hanafi's Tafsir Method: Hermeneutics as An Interpretative Approach. *INJIES: Journal of Islamic Education Studies*, 2(1), 39–48. <https://doi.org/10.34125/injies.v2i1.22>
- Iskandar, M. Y., Nugraha, R. A., Halimahturrafiah, N., Amarullah, T. A. H., & Putra, D. A. (2024). Development of Android-Based Digital Pocketbook Learning Media in Pancasila and Citizenship Education Subjects For Class VIII SMP . *JERIT: Journal of Educational Research and Innovation Technology*, 1(2), 51–60. <https://doi.org/10.34125/jerit.v1i2.13>
- Islam, I., & Ishaq, M. (2024). Development of Journalism Development Strategies in The Digital Era at Darul Mukhlisin High School. *JERIT: Journal of Educational Research and Innovation Technology*, 1(2), 71–79. <https://doi.org/10.34125/jerit.v1i2.11>
- Iswandi, I., Syarnubi, S., Rahmawati, U., Lutfiyani, L., & Hamrah, D. (2024). The Role of Professional Ethics Courses in Producing Prospective Islamic Religious Education Teachers with Character. *INJIES: Journal of Islamic Education Studies*, 1(2), 71–82. <https://doi.org/10.34125/injies.v1i2.9>
- Indriyani, T., & Jeka, F. (2024). TANTANGAN MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PENDIDIKAN DI ERA SOCIETY 5.0. *Journal Genta Mulia*, 15(1), 161–178. <https://ejournal.stkipbbm.ac.id/index.php/gm>.
- Novi Ariyanti, & Muhammad Anggung Manumanoso Prasetyo. (2021). Evaluasi Manajemen Hubungan Masyarakat dan Sekolah (Studi Kasus di Madrasah

- Ibtidaiyah Miftahul Falah Purwodadi Pasuruan). *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)*, 5(2), 103–126. <https://doi.org/10.47766/idadrah.v5i2.133>.
- Pencapaian Program Kerja Sekolah Aming Kurniawan, E. (n.d.). *Pengaruh Pelaksanaan Kebijakan Program Kerja Organisasi Terhadap Manajemen Program Kerja Organisasi Dalam Mewujudkan*. www.jurnal.pps.uniga.ac.id.
- Rahwati, D. (2019). *Number 1 Indonesian Journal of Education Management and Administration Review*. 3. <https://doi.org/10.4321/ijemar.v3i1.2945>.
- Rustandi, F., Nova Ismawati, & Gozali. (2023). Peluang dan Tantangan Pengelolaan Sekolah Islam Terpadu: Perspektif Total Quality Management. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(5), 2219–2227. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1587>.
- Saeful Bahri, A. (n.d.). MANAJEMEN HUBUNGAN ANTARA SEKOLAH DENGAN MASYARAKAT. 9. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/equi>.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2003 TENTANG SISTEM PENDIDIKAN NASIONAL DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA.

Copyright holder:

© Author

First publication right:

Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:

CC-BY-SA