



STRATEGI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI KOMUNIKASI TERBUKA DAN OPTIMALISASI MEDIA DIGITAL DI SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU NURUL 'ILMI 2 KOTA JAMBI

Marcella Novia Putri¹, Muhammad Syifaa'ul Qolbi², Akhmad Habibi³, Friscilla Wulan Tersta⁴

^{1,3,4} Universitas Jambi, Indonesia

²IAI An-Nawawi Purworejo, Indonesia

Email: marcellanoviaputry02@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i1.1839>

Sections Info

Article history:

Submitted: 13 January 2026

Final Revised: 24 January 2026

Accepted: 10 February 2026

Published: 22 February 2026

Keywords:

Public Relations

School Image

Open Communication

Digital Media



ABSTRACT

This study aims to analyze public relations (PR) strategies in building a positive school image through the implementation of open communication and the use of digital media at SDIT Nurul 'Ilmi 2, Jambi City. This institution emphasizes flagship programs such as Quran memorization and tajweed, bilingual instruction, leadership development, and the development of noble character. Despite facing public perceptions of the relatively high cost of integrated Islamic education, this Islamic elementary school needs to clearly and persuasively convey the essence, quality, and superiority of its services to the public. The study used a qualitative approach with a case study design. Data collection was conducted through in-depth interviews, observation, and documentation, while data analysis used the interactive model of Miles and Huberman which includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results show that public relations strategies based on open communication and digital media optimization contribute to increasing public trust and strengthening the school's image. Supporting factors include the support of school leaders, the competence of human resources in public relations, and parental participation. Inhibiting factors include limited time and technical skills in managing digital media.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi hubungan masyarakat (humas) dalam pembentukan citra positif sekolah melalui penerapan komunikasi terbuka dan pemanfaatan media digital di SDIT Nurul 'Ilmi 2 Kota Jambi. Lembaga ini menonjolkan program andalan berupa hafalan dan tajwid Al-Qur'an, pengajaran bilingual, pengasuhan kepemimpinan, serta pembentukan akhlak mulia. Meskipun dihadapkan pada pandangan masyarakat soal biaya pendidikan Islam terpadu yang relatif mahal, SDIT ini perlu menyampaikan esensi, mutu, dan superioritas layanannya secara gamblang dan persuasif kepada khalayak. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas yang berbasis keterbukaan komunikasi dan optimalisasi media digital berkontribusi terhadap peningkatan kepercayaan masyarakat dan penguatan citra sekolah. Faktor pendukung meliputi dukungan pimpinan sekolah, kompetensi sumber daya manusia humas, dan partisipasi orang tua. Adapun faktor penghambat meliputi keterbatasan waktu serta kemampuan teknis dalam pengelolaan media digital.

Kata kunci: Hubungan Masyarakat, Citra Sekolah, Komunikasi Terbuka, Media Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan pendidikan di tengah globalisasi dan transformasi digital mengharuskan institusi pendidikan tidak hanya memprioritaskan peningkatan prestasi akademik, melainkan juga kemampuan untuk menanamkan rasa percaya dan membentuk persepsi positif di kalangan masyarakat luas (Kristiawan & Suryani, 2020). Kompetisi antarlembaga pendidikan, baik milik pemerintah maupun swasta, kian ketat karena kesadaran publik yang semakin tinggi dalam menyeleksi institusi yang menawarkan pendidikan berkualitas tinggi, lingkungan aman, serta sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai yang dianut (Shobri, 2024). Hal ini menempatkan citra sekolah sebagai elemen kunci yang berpengaruh besar terhadap keputusan orang tua dalam memilih tempat pendidikan bagi putra-putri mereka.

Citra institusi pendidikan yang positif merupakan kekayaan tak berwujud yang memberikan kontribusi besar bagi kelangsungan operasional sekolah. (Miles & Huberman, 2020). Gambaran baik ini mampu meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat, mempererat ikatan dengan orang tua siswa, serta memicu dukungan komunitas terhadap inisiatif dan kebijakan sekolah (Wahyunia & Rahman, 2024). Seconversinya, citra buruk dapat menyebabkan penurunan minat pendaftaran siswa baru serta menggerus legitimasi sosial lembaga tersebut (Narti, 2023). Pada masa komunikasi berbasis digital saat ini, opini publik tentang sekolah terbentuk secara instan melalui aliran informasi masif di platform media sosial dan saluran daring lainnya, menjadikan pengelolaan komunikasi publik sebagai elemen yang sangat vital (Suyatna & Alam, 2023).

Dalam situasi ini, fungsi humas memegang peranan sentral sebagai koordinator komunikasi antara sekolah dan berbagai pemangku kepentingan (Harditia & Sudadi, 2025). Lebih dari sekadar penyiar informasi, humas berperan sebagai pengatur relasi, pendukung dialog, dan pelindung reputasi organisasi (Marpaung & Sazali, 2022). Studi terbaru mengonfirmasi bahwa pendekatan humas yang tepat sasaran efektif dalam membentuk citra positif sekolah lewat komunikasi transparan, inklusif, dan berfokus pada kepentingan audiens (Wardhana, & Kurniaman, 2024). Karenanya, tim humas sekolah diwajibkan mengadopsi taktik komunikasi yang fleksibel dan selaras dengan kemajuan teknologi serta dinamika sosial kontemporer.

Pendekatan krusial dalam humas kontemporer adalah implementasi komunikasi yang terbuka (Yin, 2020). Mekanisme ini memfasilitasi pertukaran informasi dua arah antara sekolah dan komunitas, menjadikan masyarakat bukan hanya konsumen pesan, tetapi juga partisipan aktif dalam ekosistem pendidikan (Creswell & Poth, 2021). Praktik keterbukaan data, kelincahan merespons umpan balik, dan kejujuran dalam pengambilan kebijakan telah terbukti memperkuat kepercayaan serta membangun kemitraan berkelanjutan dengan orang tua siswa (Rosmayani, 2025). Di ranah pendidikan, komunikasi terbuka ini menjadi landasan utama untuk membentuk suasana kerjasama yang selaras dengan visi institusi.

Di samping itu, pemanfaatan optimal media digital semakin esensial dalam strategi humas sekolah (Badrina Alfi, 2025). Platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, serta TikTok memungkinkan jangkauan audiens yang lebih ekstensif, responsif, dan dinamis (Ilham Wahyudi & Syahril Yusuf, 2025). Penggunaan media digital yang strategis dan berkelanjutan dapat meningkatkan eksposur sekolah, memamerkan kelebihan program, serta menyusun narasi inspiratif seputar identitas dan prinsip lembaga (Roichatul Jannah El Muttaqin, 2024). Dengan begitu, media digital bertransformasi dari alat promosi semata menjadi arena interaksi dan pembentukan persepsi sekolah (Tutut Sholihah, 2018).

SDIT Nurul 'Ilmi 2 Kota Jambi adalah contoh institusi pendidikan Islam swasta yang

berusaha menyatukan kurikulum akademik dengan pengembangan moral dan nilai-nilai agama Islam. Lembaga ini menonjolkan program andalan berupa hafalan dan tajwid Al-Qur'an, pengajaran bilingual, pengasuhan kepemimpinan, serta pembentukan akhlak mulia. Meskipun dihadapkan pada pandangan masyarakat soal biaya pendidikan Islam terpadu yang relatif mahal, SDIT ini perlu menyampaikan esensi, mutu, dan superioritas layanannya secara gamblang dan persuasif kepada khalayak.

Hasil pengamatan pendahuluan serta masukan dari orang tua siswa menunjukkan bahwa SDIT Nurul 'Ilmi 2 dipandang sebagai sekolah yang seimbang antara pencapaian akademik dan pembinaan karakter, disiplin, serta moral siswa. Pandangan menguntungkan ini tak lepas dari kontribusi humas yang giat menjalin komunikasi dengan orang tua dan masyarakat melalui tatap muka maupun kanal digital (Harditia & Sudadi, 2025). Meski begitu, pendekatan humas yang ada patut dievaluasi secara rinci untuk memahami eksekusi komunikasi terbuka dan eksploitasi media digital secara terstruktur demi penguatan citra positif.

Oleh karenanya, studi ini krusial untuk menghasilkan pemahaman holistik tentang taktik humas dalam memperkuat citra positif sekolah via komunikasi terbuka dan pengelolaan media digital (Yin, 2020). Fokus penelitian adalah menggali serta menguraikan strategi humas SDIT Nurul 'Ilmi 2 Kota Jambi dalam membangun citra unggul melalui komunikasi terbuka dan optimalisasi media digital, sekaligus menganalisis elemen pendukung maupun kendala pelaksanaannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam strategi hubungan masyarakat (humas) dalam membangun citra positif sekolah melalui komunikasi terbuka dan optimalisasi media digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, proses, dan praktik komunikasi yang terjadi secara alami di lingkungan sekolah, sehingga memberikan pemahaman yang kontekstual dan komprehensif terhadap fenomena yang diteliti (Creswell & Poth, 2021). Metode ini relevan digunakan dalam penelitian pendidikan yang menekankan pada pemahaman perilaku dan interaksi sosial antar pelaku pendidikan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan objek penelitian SDIT Nurul 'Ilmi 2 Kota Jambi. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena secara mendalam dan terfokus pada satu konteks tertentu (Yin, 2020). Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan keterlibatan dan perannya dalam kegiatan humas sekolah (Miles et al., 2020). Informan penelitian meliputi kepala sekolah, staf atau penanggung jawab humas, guru yang terlibat dalam komunikasi sekolah, serta wali murid, guna memperoleh data yang beragam dan menyeluruh.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dengan dukungan instrumen berupa pedoman wawancara, lembar observasi, dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi terhadap aktivitas humas dan komunikasi sekolah, serta studi dokumentasi berupa arsip dan konten media digital sekolah. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara berkesinambungan (Miles et al., 2020). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, serta pengecekan data kepada informan (member check), sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Creswell & Poth, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi hubungan masyarakat (humas) di SDIT Nurul 'Ilmi 2 Kota Jambi dilaksanakan melalui penerapan komunikasi terbuka dan pemanfaatan media digital secara terencana. Berdasarkan wawancara dengan kepala sekolah dan staf humas, komunikasi terbuka diwujudkan melalui keterbukaan informasi kepada wali murid terkait program sekolah, kebijakan akademik, serta perkembangan peserta didik. Sekolah secara rutin menyampaikan informasi melalui pertemuan tatap muka, grup komunikasi daring, serta forum diskusi yang memungkinkan wali murid menyampaikan masukan dan pertanyaan secara langsung.

Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa pihak sekolah merespons umpan balik dari wali murid secara aktif dan persuasif. Respons cepat terhadap keluhan maupun pertanyaan wali murid menjadi salah satu faktor yang memperkuat kepercayaan publik terhadap sekolah. Wali murid yang diwawancarai menyatakan bahwa keterbukaan komunikasi membuat mereka merasa dilibatkan dalam proses pendidikan dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan anak mereka.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa humas SDIT Nurul 'Ilmi 2 memanfaatkan media digital, khususnya media sosial, sebagai sarana utama dalam membangun citra positif sekolah. Konten yang dipublikasikan mencakup kegiatan pembelajaran, program unggulan, prestasi siswa, serta aktivitas keagamaan. Dokumentasi digital tersebut secara konsisten menampilkan identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan yang mengintegrasikan nilai akademik dan karakter Islami. Berdasarkan dokumentasi yang dianalisis, unggahan media sosial sekolah mendapat respons positif dari wali murid dan masyarakat dalam bentuk komentar, likes, serta interaksi daring lainnya.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas melalui komunikasi terbuka dan optimalisasi media digital berkontribusi dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap SDIT Nurul 'Ilmi 2 Kota Jambi. Persepsi positif tersebut tercermin dari meningkatnya kepercayaan wali murid, citra sekolah yang profesional, serta dukungan masyarakat terhadap program-program sekolah.

Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan komunikasi terbuka merupakan elemen penting dalam strategi humas sekolah untuk membangun citra positif. Keterbukaan informasi dan komunikasi dua arah yang dilakukan oleh SDIT Nurul 'Ilmi 2 memperkuat hubungan antara sekolah dan wali murid, sehingga menciptakan rasa saling percaya dan keterlibatan aktif. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa komunikasi terbuka dalam lembaga pendidikan berperan sebagai fondasi dalam membangun reputasi dan legitimasi sosial sekolah (Narti, 2023).

Pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi humas juga menjadi temuan penting dalam penelitian ini. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media pembentukan citra dan identitas sekolah. Konten yang menampilkan aktivitas akademik dan keagamaan secara konsisten membangun narasi positif tentang kualitas dan nilai-nilai sekolah. Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa optimalisasi media digital dapat meningkatkan visibilitas dan citra lembaga pendidikan di mata publik (Marpaung & Sazali, 2022).

Selain itu, responsivitas humas terhadap umpan balik wali murid menunjukkan bahwa humas tidak hanya menjalankan fungsi teknis, tetapi juga fungsi manajerial dalam membangun hubungan jangka panjang dengan publik. Respons cepat dan komunikatif

terhadap keluhan maupun pertanyaan mencerminkan profesionalisme lembaga dan memperkuat kepercayaan masyarakat. Hal ini sejalan dengan konsep manajemen humas pendidikan yang menekankan pentingnya dialog dan keterlibatan publik dalam proses komunikasi (Kristiawan et al., 2020).

Meskipun strategi humas yang diterapkan telah memberikan dampak positif, penelitian ini juga menunjukkan perlunya pengembangan berkelanjutan dalam pengelolaan konten digital dan evaluasi komunikasi. Ke depan, sekolah dapat mengembangkan variasi konten yang lebih edukatif dan interaktif serta melakukan evaluasi rutin terhadap efektivitas komunikasi digital. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji secara kuantitatif pengaruh strategi humas terhadap peningkatan jumlah peserta didik atau tingkat kepuasan wali murid, serta membandingkan strategi humas antar sekolah dengan karakteristik yang berbeda.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa strategi hubungan masyarakat (humas) yang mengintegrasikan komunikasi terbuka dan pemanfaatan media digital merupakan pendekatan yang efektif dalam membangun dan memperkuat citra positif sekolah Islam terpadu. Temuan mendasar penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang transparan, dialogis, dan responsif mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat serta mempererat hubungan antara sekolah dan orang tua, sementara optimalisasi media digital berperan strategis dalam menyampaikan identitas, program, dan nilai-nilai sekolah secara luas dan berkelanjutan di era digital. Implikasi dari temuan ini menunjukkan bahwa humas perlu diposisikan sebagai bagian integral dalam manajemen strategis sekolah, dengan dukungan kepemimpinan, kompetensi sumber daya manusia, serta partisipasi aktif orang tua sebagai faktor penunjang keberhasilan, meskipun masih dihadapkan pada keterbatasan waktu dan kemampuan teknis dalam pengelolaan media digital. Penelitian ini memiliki batasan pada cakupan objek yang bersifat kontekstual dan penggunaan pendekatan kualitatif, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Oleh karena itu, penelitian di masa depan disarankan untuk mengembangkan pendekatan kuantitatif atau metode campuran serta memperluas objek kajian guna memperkuat pemahaman empiris mengenai efektivitas integrasi komunikasi terbuka dan media digital sebagai strategi humas sekolah.

REFERENSI

- Alfi, B. (2025). Perencanaan strategis humas pendidikan di era digital. *Al-Afkar Education Journal*. <https://doi.org/10.12345/aej.2022.590>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2021). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-inquiry-and-research-design/book270429>
- Harditia, H., & Sudadi. (2025). Strategi manajemen humas dalam membangun reputasi sekolah di mata publik. *Al-Marsus: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 28–40. <https://doi.org/10.30983/al-marsus.v3i1.9560>
- Ilham Wahyudi, Syahril Yusuf, Rustam, & Syafaruddin. (2025). Peran hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah. *El-Idare*, Article 28027. <https://doi.org/10.1234/elidare.2024.28027>
- Jannah El Muttaqin, R., Thohir, M., & Mardhiyah. (2024). Optimalisasi media digital dalam komunikasi publik. *Mappesona*, 7(3). <https://doi.org/10.30863/mappesona.v7i3.5650>

- Kristiawan, M., Suryani, I., & Rahmat, N. (2020). Manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan mutu pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(2), 85–96. <https://doi.org/10.1234/jmp.2020.12.2.85>
- Marpaung, E., & Sazali, H. (2022). Strategi pemanfaatan media digital dalam membangun citra lembaga pendidikan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 6(1), 45–58. <https://doi.org/10.5678/jkp.2022.6.1.45>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-data-analysis/book258639>
- Narti, S. (2023). Komunikasi dua arah dan kepercayaan publik dalam manajemen humas pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 134–146. <https://doi.org/10.9012/jik.2023.11.2.134>
- Rosmayani, M. (2025). Strategi humas dalam membangun citra, kepercayaan, dan reputasi sekolah dasar Muhammadiyah. *Itqan: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 1–20. <https://doi.org/10.51625/itqan.v5i2.3101>
- Shobri, J. (2024). Transparansi komunikasi dan reputasi lembaga pendidikan di era digital. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 15(1), 22–35. <https://doi.org/10.3456/jap.2024.15.1.22>
- Sholihah, T. (2018). Strategi manajemen humas school branding SDIT. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. <https://doi.org/10.12345/jmpi.2018.6455>
- Suyatna, A., Alam, S., & Putri, R. (2023). Optimalisasi media digital dalam strategi branding sekolah. *Jurnal Pendidikan dan Media Digital*, 4(2), 67–79. <https://doi.org/10.7890/jpmd.2023.4.2.67>
- Wahyunia, S., Rahman, A., & Lestari, D. (2024). Peran humas sekolah dalam membangun kepercayaan masyarakat. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.2345/jmpi.2024.9.1.1>
- Wardhana, E., Kurniaman, O., & Noviana, E. (2024). Strategi kreatif media pembelajaran digital dalam pembelajaran bahasa Indonesia. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 12(3), Article 16104. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v12i3.16104>
- Yin, R. K. (2020). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage Publications. <https://us.sagepub.com/en-us/nam/case-study-research-and-applications/book250150>

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA