JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN
Homepage : https://ejurnal.stkip-pessel.ac.id/index.php/jmp
Email : jmp@stkip-pessel.ac.id

p-ISSN : 2548-4826 ; e-ISSN : 2548-4834
Vol. 11, No. 5, October 2026
Page 12104-12119
© Author
Jurnal Manajemen Pendidikan

ANALISIS STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF DAN KUALITAS PENDIDIKAN (STUDI KASUS SMKN 10 SURABAYA)

Anggita Indra Lesmana[1], Siti Sri Wulandari[2]
[1,2] Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

Email: anggita.22185@mhs.unesa.ac.id

Check for updates OPEN ACCESS CC BY SA

DOI: https://doi.org/10.34125/jmp.v11i5.3826

Sections Info

Article history:
Submitted: 9 August 2026
Final Revised: 28 August 2026
Accepted: 26 September 2026
Published: 31 October 2026

Keywords:
Strategi Humas
Kualitas Pendidikan;
Pelayanan Informasi;
Model CIPP.

ABSTRACT

Objective: *This study aims to analyze Public Relations (PR) strategies in building a positive image and supporting educational quality at SMKN 10 Surabaya.* ***Methods:*** *This research employed a qualitative approach with a descriptive-analytical design. Data were collected through interviews, observations, and documentation, then analyzed using the CIPP model (Context, Input, Process, Product).* ***Results****: PR strategies were implemented through school publications and branding, digital media utilization, dissemination of information about educational programs and vocational competencies, communication with parents and stakeholders, and partnerships with the industrial sector. Information services were provided through social media, direct communication, and parent meetings. These strategies were supported by school policies, PR resources, and partnership networks, although digital media management still requires improvement. The number of new student applicants increased from 930 in 2025 to 1,019 in 2026, representing a 9.57% increase. This growth indicates the school's attractiveness but cannot be attributed entirely to PR activities.* ***Novelty:*** *This study highlights the role of PR as strategic communication that not only promotes the school but also helps prospective students understand vocational competencies and strengthens relationships with stakeholders and the industrial sector*

ABSTRAK

Objektif: *Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam membangun citra positif dan mendukung kualitas pendidikan di SMKN 10 Surabaya.* ***Metode:*** *Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-analitis. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model CIPP (Context, Input, Process, Product).* ***Hasil:*** *Strategi Humas dilaksanakan melalui publikasi dan branding sekolah, pemanfaatan media digital, penyampaian informasi mengenai program dan kompetensi keahlian, komunikasi dengan orang tua serta pemangku kepentingan, dan kerja sama dengan dunia industri. Pelayanan informasi dilakukan melalui media sosial, komunikasi langsung, dan pertemuan orang tua. Pelaksanaan strategi didukung kebijakan sekolah, sumber daya Humas, dan jaringan kemitraan, meskipun pengelolaan media digital masih perlu ditingkatkan. Jumlah pendaftar SPMB meningkat dari 930 orang pada 2025 menjadi 1.019 orang pada 2026, atau sebesar 9,57%. Peningkatan ini menjadi indikator daya tarik sekolah, tetapi tidak sepenuhnya disebabkan oleh kegiatan Humas sekolah.* ***Kebaruan:*** *Penelitian ini menunjukkan peran Humas sebagai komunikasi strategis yang tidak hanya mempromosikan sekolah, tetapi juga membantu calon peserta didik memahami kompetensi keahlian dan memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan serta dunia industri.*

Kata kunci: *Strategi Humas; Kualitas Pendidikan; Pelayanan Informasi; Model CIPP.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan di tengah persaingan global menuntut setiap lembaga pendidikan untuk meningkatkan kualitas layanan sekaligus membangun citra positif di mata masyarakat. Sekolah tidak hanya dituntut menghasilkan lulusan yang kompeten, tetapi juga menyampaikan informasi mengenai program, fasilitas, prestasi, dan keunggulan pendidikan secara terbuka. Dalam hal ini, Hubungan Masyarakat (Humas) berperan sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat melalui pengelolaan komunikasi serta pembangunan kepercayaan publik (Sriwati et al., 2024).

Peran Humas semakin penting pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) karena pendidikan vokasi berkaitan erat dengan kebutuhan dunia usaha dan dunia industri. Calon peserta didik dan orang tua membutuhkan informasi mengenai kompetensi keahlian, fasilitas praktik, program unggulan, serta peluang kerja sebagai bahan pertimbangan dalam memilih sekolah. Oleh karena itu, pengelolaan informasi dan komunikasi yang efektif diperlukan untuk memberikan pemahaman yang tepat kepada masyarakat (Amaliya et al., 2024).

Dalam pelaksanaannya, strategi Humas menghadapi tantangan berupa pengelolaan media digital, keterbatasan sumber daya manusia, dan kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang akurat. Media digital dapat memperluas jangkauan komunikasi sekolah, tetapi efektivitasnya tetap bergantung pada konsistensi publikasi dan kemampuan Humas dalam merespons kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, strategi komunikasi perlu direncanakan dan dilaksanakan secara terarah agar dapat membangun citra serta kepercayaan publik (Wirabhakti, 2023).

Kondisi tersebut juga relevan dengan SMKN 10 Surabaya. Humas sekolah berperan dalam memublikasikan kegiatan, menyampaikan informasi program pendidikan, menjalin komunikasi dengan orang tua, serta membangun kerja sama dengan dunia industri. Namun, pelaksanaannya masih menghadapi tantangan, khususnya dalam pengelolaan media digital dan penyampaian informasi yang lengkap kepada masyarakat. Kondisi ini menunjukkan perlunya kajian mengenai bagaimana strategi Humas dijalankan dan bagaimana kontribusinya terhadap citra serta pelayanan informasi sekolah (Marpaung et al., 2023).

Urgensi penelitian ini didukung oleh perkembangan jumlah pendaftar Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) SMKN 10 Surabaya pada tahun 2025–2026. Data tersebut disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Pendaftar SPMB SMKN 10 Surabaya Tahun 2025–2026

Tahun	Jumlah Pendaftar	Perubahan	Persentase
2025	930	–	–
2026	1.019	+89	+9,57%

Sumber: Data Humas SMKN 10 Surabaya, diolah peneliti.

Berdasarkan Tabel 1, jumlah pendaftar meningkat sebanyak 89 orang atau 9,57%. Peningkatan tersebut menunjukkan perkembangan daya tarik sekolah yang perlu dikaji lebih lanjut, terutama berkaitan dengan publikasi, pelayanan informasi, dan komunikasi dengan masyarakat. Meskipun demikian, peningkatan jumlah pendaftar tidak dapat sepenuhnya dikaitkan dengan strategi Humas karena terdapat faktor lain, seperti fasilitas, program keahlian, dan reputasi sekolah. Oleh sebab itu, diperlukan analisis lebih

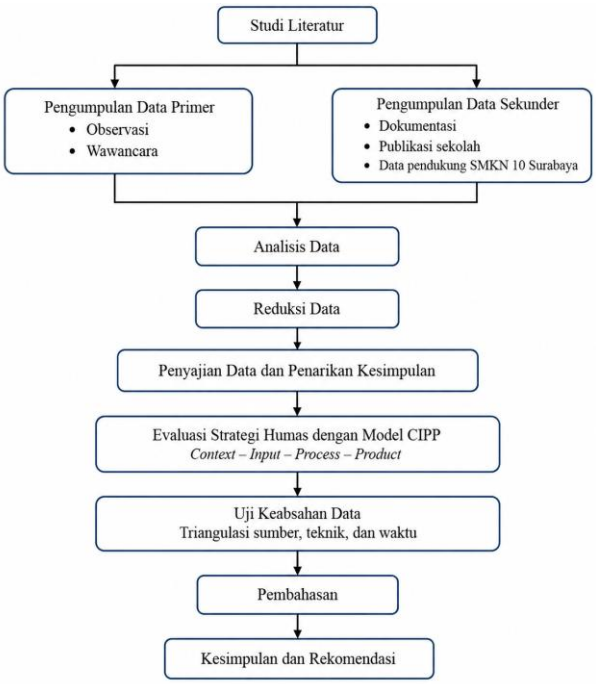
mendalam untuk memahami peran Humas dalam membangun citra positif sekolah (Sriwati et al., 2024).

Penelitian mengenai strategi Humas telah dilakukan oleh sejumlah peneliti, antara lain Sriwati et al. (2024) mengenai komunikasi Humas dalam membangun citra sekolah, Wirabhakti (2023) mengenai peningkatan citra sekolah, serta Marpaung et al. (2023) mengenai manajemen Humas dan layanan publik. Penelitian ini memiliki fokus pada keterkaitan strategi Humas, pelayanan informasi akademik, citra positif, dan dukungan terhadap kualitas pendidikan di SMKN 10 Surabaya. Model evaluasi CIPP (Context, Input, Process, Product) digunakan untuk menganalisis strategi tersebut mulai dari kebutuhan, sumber daya, pelaksanaan, hingga hasil yang dicapai (Stufflebeam & Shinkfield, 2007).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan strategi Humas beserta faktor pendukung dan penghambatnya, mengkaji pelayanan informasi akademik, mengevaluasi efektivitas strategi Humas, serta mengidentifikasi upaya Humas dalam meningkatkan citra positif dan mendukung kualitas pendidikan di SMKN 10 Surabaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai strategi Humas dalam meningkatkan citra positif dan kualitas pendidikan di SMKN 10 Surabaya. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan Humas di sekolah. Proses penelitian dilaksanakan secara sistematis melalui beberapa tahapan, mulai dari studi literatur, pengumpulan data, analisis data, evaluasi menggunakan model CIPP, hingga penarikan kesimpulan. Secara lebih rinci, tahapan penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Langkah-Langkah Penelitian

Berdasarkan Gambar 1, penelitian diawali dengan studi literatur untuk memperoleh landasan teori yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan melalui data primer berupa observasi dan wawancara, serta data sekunder berupa dokumentasi, publikasi sekolah, dan dokumen pendukung SMKN 10 Surabaya. Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.Hasil analisis selanjutnya dikaji menggunakan model evaluasi CIPP (*Context, Input, Process, Product*) untuk memahami pelaksanaan strategi Humas secara menyeluruh. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Tahap akhir penelitian dilakukan dengan menyusun pembahasan, kesimpulan, dan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

A. Penerapan Strategi Humas serta Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Meningkatkan Citra Positif dan Kualitas Pendidikan

Penerapan strategi Hubungan Masyarakat (Humas) di SMKN 10 Surabaya merupakan bagian dari upaya sekolah dalam membangun komunikasi dengan masyarakat, memperkenalkan program pendidikan, serta menjaga hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan (stakeholder). Berdasarkan hasil penelitian, strategi Humas tidak hanya dilakukan melalui kegiatan promosi dan publikasi sekolah, tetapi juga melalui penyampaian informasi pendidikan, komunikasi langsung dengan orang tua, pemanfaatan media digital, serta kerja sama dengan dunia usaha dan dunia industri. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi Humas berperan sebagai penghubung antara kepentingan sekolah dan kebutuhan informasi masyarakat.

Pelaksanaan strategi tersebut dilakukan melalui komunikasi digital dan komunikasi interpersonal. Dalam komunikasi digital, Humas memanfaatkan media sosial sekolah untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan, program, dan berbagai keunggulan pendidikan kepada masyarakat. Media sosial juga menjadi saluran komunikasi eksternal yang memungkinkan masyarakat menyampaikan pertanyaan maupun keluhan melalui fitur pesan langsung. Sementara itu, komunikasi interpersonal dilakukan melalui pertemuan dengan orang tua serta komunikasi langsung dengan stakeholder untuk memperoleh informasi, menyampaikan pertanyaan, dan melakukan klarifikasi terhadap informasi yang dibutuhkan.

Selain publikasi dan komunikasi, strategi Humas juga berkaitan dengan pengenalan program pendidikan dan kompetensi keahlian kepada masyarakat. Informasi yang disampaikan tidak hanya bertujuan memperkenalkan sekolah, tetapi juga memberikan gambaran mengenai program pembelajaran dan peluang setelah peserta didik menyelesaikan pendidikan. Dengan demikian, komunikasi Humas diarahkan untuk membangun pemahaman masyarakat terhadap karakteristik pendidikan vokasi yang diselenggarakan oleh SMKN 10 Surabaya.

Dalam mendukung pelaksanaan strategi tersebut, keterlibatan pihak internal sekolah menjadi salah satu unsur penting. Kepala sekolah berperan dalam memberikan arahan, memantau pelaksanaan program, serta memberikan masukan terhadap kegiatan Humas. Dukungan tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan fungsi Humas tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi bagian dari koordinasi dan pengelolaan sekolah secara keseluruhan. Selain itu, keberadaan tim Humas, media komunikasi digital, program unggulan sekolah,

serta jaringan kerja sama dengan stakeholder menjadi sumber daya yang mendukung penyampaian informasi kepada publik.

Faktor pendukung lainnya adalah hubungan sekolah dengan dunia usaha dan dunia industri. Kerja sama tersebut menjadi bagian dari upaya sekolah dalam memperkuat relevansi pendidikan vokasi dengan kebutuhan dunia kerja. Melalui hubungan dengan mitra industri, sekolah memiliki informasi dan kegiatan yang dapat dikomunikasikan kepada masyarakat sebagai gambaran keterhubungan antara proses pendidikan dan lingkungan profesional. Hal ini turut mendukung pembentukan citra sekolah sebagai lembaga pendidikan vokasi yang menjalin hubungan dengan dunia industri.

Meskipun demikian, penerapan strategi Humas masih menghadapi sejumlah hambatan. Salah satu kendala yang ditemukan adalah pengelolaan media sosial yang belum sepenuhnya optimal. Media digital dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif apabila dikelola secara konsisten dan mampu menyajikan informasi yang relevan. Namun, apabila pengelolaannya tidak maksimal, media tersebut belum dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menjangkau masyarakat. Selain itu, informasi yang tidak lengkap atau tidak dipahami secara utuh oleh masyarakat berpotensi menimbulkan kesalahpahaman terhadap kegiatan maupun kebijakan sekolah. Kondisi ini menuntut Humas untuk menjaga ketepatan penyampaian informasi dan menyediakan ruang klarifikasi bagi stakeholder.

Berdasarkan temuan tersebut, penerapan strategi Humas di SMKN 10 Surabaya dapat dipahami sebagai upaya komunikasi yang menggabungkan publikasi digital, komunikasi interpersonal, pengenalan program pendidikan, dan pemeliharaan hubungan dengan stakeholder. Pelaksanaannya didukung oleh keterlibatan pimpinan sekolah, sumber daya Humas, program pendidikan, media komunikasi, serta jaringan kerja sama industri. Di sisi lain, optimalisasi media sosial dan potensi kesalahpahaman informasi masih menjadi hal yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, keberhasilan strategi Humas tidak hanya bergantung pada banyaknya informasi yang dipublikasikan, tetapi juga pada kualitas pengelolaan komunikasi, kejelasan informasi, dan kemampuan sekolah membangun hubungan yang berkelanjutan dengan masyarakat.

B. Peran Strategi Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Akademik

Pelayanan informasi akademik merupakan salah satu fungsi komunikasi Humas dalam membantu stakeholder memperoleh informasi mengenai program dan perkembangan pendidikan di sekolah. Di SMKN 10 Surabaya, pelayanan tersebut ditujukan terutama kepada orang tua peserta didik dan calon peserta didik. Informasi yang disampaikan mencakup program kerja sekolah, perkembangan pendidikan, kompetensi keahlian, serta gambaran peluang pekerjaan setelah peserta didik menyelesaikan pendidikan.

Salah satu bentuk pelayanan informasi akademik dilakukan melalui pertemuan langsung dengan orang tua peserta didik. Kepala SMKN 10 Surabaya menjelaskan bahwa orang tua dikumpulkan di aula sebelum pengambilan rapor untuk memperoleh pemaparan mengenai program kerja tahunan, capaian sekolah, aspek yang perlu diperbaiki, serta dukungan yang dibutuhkan dari orang tua. Mekanisme tersebut menunjukkan bahwa sekolah menyediakan ruang komunikasi secara terencana agar orang tua dapat mengetahui perkembangan dan pelaksanaan program pendidikan. Dengan demikian, informasi yang diberikan tidak hanya berupa pengumuman, tetapi juga

menjadi sarana untuk membangun pemahaman dan keterlibatan orang tua dalam mendukung penyelenggaraan pendidikan.

Selain melalui pertemuan tatap muka, pelayanan informasi dilakukan dengan memanfaatkan media sosial sekolah. Wakil Kepala Sekolah bidang Humas menjelaskan bahwa masyarakat dapat menyampaikan pertanyaan maupun keluhan melalui fitur pesan langsung atau *direct message* (DM). Saluran tersebut memberikan kemudahan bagi stakeholder untuk menghubungi pihak sekolah tanpa harus selalu datang secara langsung. Keberadaan komunikasi digital juga memungkinkan sekolah memberikan penjelasan dan klarifikasi terhadap informasi yang membutuhkan tindak lanjut.

Pelayanan informasi akademik juga diarahkan kepada calon peserta didik, khususnya dalam memberikan pemahaman mengenai kompetensi keahlian yang tersedia di sekolah. Informasi yang disampaikan mencakup materi pembelajaran pada setiap jurusan serta gambaran bidang pekerjaan yang relevan setelah lulus. Penyampaian informasi tersebut dilakukan sebelum masa pendaftaran agar calon peserta didik memiliki pemahaman awal mengenai bidang keahlian yang akan dipilih. Hal ini memperlihatkan bahwa pelayanan informasi Humas tidak hanya berorientasi pada menarik minat pendaftar, tetapi juga membantu calon peserta didik memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai pilihan pendidikan vokasi.

Berdasarkan temuan tersebut, pelayanan informasi akademik di SMKN 10 Surabaya dilaksanakan melalui tiga mekanisme utama, yaitu pertemuan langsung dengan orang tua, komunikasi melalui media sosial, dan penyampaian informasi kompetensi keahlian kepada calon peserta didik. Ketiga mekanisme tersebut menunjukkan adanya penyesuaian saluran komunikasi dengan kebutuhan penerima informasi. Orang tua memperoleh informasi mengenai program dan perkembangan sekolah, sedangkan calon peserta didik mendapatkan informasi yang berkaitan dengan pilihan kompetensi keahlian dan prospek pekerjaan.

Tabel 2. Penerapan Strategi Humas serta Faktor Pendukung dan Penghambat di SMKN 10 Surabaya

Aspek	**Temuan penelitian**
Strategi publikasi	Publikasi kegiatan, program, dan keunggulan sekolah
Komunikasi digital	Pemanfaatan media sosial dan layanan pesan langsung
Komunikasi interpersonal	Pertemuan orang tua dan komunikasi dengan stakeholder
Pengenalan pendidikan	Penyampaian informasi program dan kompetensi keahlian
Faktor pendukung	Dukungan kepala sekolah, tim Humas, media komunikasi, program sekolah, dan kerja sama industri
Faktor penghambat	Pengelolaan media sosial belum optimal dan potensi kesalahpahaman informasi
Aspek	Temuan penelitian

Dengan demikian, peran Humas dalam pelayanan informasi akademik tidak terbatas pada penyebaran informasi, tetapi juga mencakup penyediaan akses komunikasi dan pemberian pemahaman kepada stakeholder. Pelayanan tersebut mendukung transparansi informasi sekolah, memperkuat komunikasi antara sekolah dan orang tua, serta

membantu calon peserta didik memahami karakteristik program pendidikan yang tersedia. Meskipun demikian, kualitas pelayanan informasi tetap bergantung pada kejelasan, kelengkapan, dan ketepatan informasi yang disampaikan agar tidak menimbulkan perbedaan pemahaman di kalangan masyarakat.

C. Efektivitas Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif dan Mendukung Kualitas Pendidikan

Efektivitas strategi Humas SMKN 10 Surabaya dapat dilihat melalui beberapa indikator, yaitu meningkatnya minat calon peserta didik, terbentuknya persepsi positif terhadap sekolah, serta tersampaikannya informasi pendidikan secara lebih tepat kepada masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian, pelaksanaan strategi Humas tidak hanya berorientasi pada kegiatan promosi, tetapi juga diarahkan untuk memperkenalkan program dan kompetensi keahlian yang dimiliki sekolah. Dalam evaluasi model CIPP, capaian tersebut termasuk dalam komponen *product* karena berkaitan dengan hasil yang diperoleh dari pelaksanaan program.

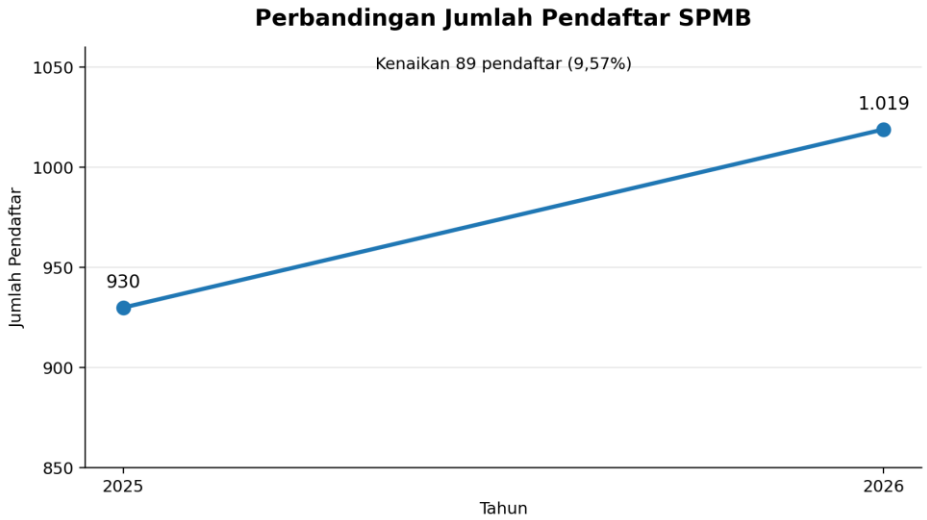
Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat daya tarik sekolah adalah perkembangan jumlah pendaftar Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB). Berdasarkan data Humas SMKN 10 Surabaya, terdapat peningkatan jumlah pendaftar dari tahun 2025 ke tahun 2026 sebagaimana ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 1 Data Pendaftar SPMB SMK Negeri 10 Surabaya Tahun 2025–2026

Data Pendaftar SPMB SMK NEGERI 10 Surabaya					
No	**Konsentrasi Keahlian**	**Pendaftar 2025**	**Pendaftar 2026**	**Perubahan**	**Presentase**
1	Akuntansi	131	147	16	12,21%
2	Manajemen Perkantoran	141	134	-7	-4,96%
3	Layanan Perbankan	132	141	9	6,82%
4	Usaha Layanan Wisata	143	157	14	9,79%
5	DKV	75	81	6	8,00%
6	Bisnis Digital	119	139	20	16,81%
7	LPK3	124	131	7	5,65%
8	RPL	65	89	24	36,92%
Total		930	1.019	89	9,57%

Sumber : Humas SMKN 10 Surabaya

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah pendaftar SMKN 10 Surabaya mengalami peningkatan dari 930 orang pada tahun 2025 menjadi 1.019 orang pada tahun 2026. Peningkatan tersebut berjumlah 89 pendaftar atau sebesar 9,57%. Dari delapan konsentrasi keahlian yang ditampilkan, tujuh di antaranya mengalami peningkatan jumlah pendaftar, sedangkan Manajemen Perkantoran mengalami penurunan sebanyak tujuh pendaftar atau sekitar 4,96%. Peningkatan terbesar berdasarkan jumlah pendaftar terjadi pada Rekayasa Perangkat Lunak (RPL), yaitu sebanyak 24 orang, sedangkan Bisnis Digital mengalami peningkatan sebanyak 20 orang.



Gambar 2. Grafik Perbandingan Pendaftar SPMB 2025 dan 2026

Peningkatan jumlah pendaftar tersebut dapat menjadi salah satu indikasi bahwa SMKN 10 Surabaya memiliki daya tarik yang semakin baik di kalangan calon peserta didik. Hasil ini juga relevan dengan keterangan Kepala Sekolah, Imam Soetopo, S.Pd., M.M., dalam wawancara pada 24 Agustus 2026. Beliau menjelaskan bahwa kegiatan branding, sosialisasi sistem penerimaan murid baru, dan pengenalan kompetensi keahlian telah dilaksanakan oleh Humas. Jumlah peminat pada tahun 2026 yang melampaui 1.000 orang menunjukkan adanya respons positif terhadap keberadaan dan program sekolah.

Meskipun demikian, peningkatan jumlah pendaftar tidak dapat secara langsung diartikan sebagai akibat dari strategi Humas semata. Jumlah pendaftar juga berpotensi dipengaruhi oleh faktor lain, seperti reputasi sekolah, program keahlian, fasilitas pendidikan, rekomendasi masyarakat, serta kebutuhan calon peserta didik terhadap bidang keahlian tertentu. Oleh karena itu, data SPMB dalam penelitian ini lebih tepat diposisikan sebagai indikator pendukung untuk melihat daya tarik sekolah, bukan sebagai bukti tunggal keberhasilan strategi Humas.

Efektivitas strategi Humas juga terlihat dari perubahan orientasi komunikasi sekolah kepada calon peserta didik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, strategi Humas yang sebelumnya lebih menitikberatkan pada promosi dan pengenalan sekolah mulai diarahkan pada penyampaian informasi yang lebih mendalam mengenai karakteristik setiap kompetensi keahlian. Calon peserta didik perlu memperoleh pemahaman mengenai materi pembelajaran, kegiatan praktik, serta gambaran peluang kerja dari jurusan yang akan dipilih. Upaya tersebut bertujuan membantu calon peserta didik menentukan pilihan secara lebih tepat dan mengurangi kemungkinan terjadinya ketidaksesuaian antara minat dengan kompetensi keahlian yang dipilih.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan Humas tidak hanya dinilai dari banyaknya calon peserta didik yang mendaftar. Kualitas informasi yang diterima masyarakat dan pemahaman calon peserta didik terhadap program sekolah juga menjadi bagian penting dalam menilai efektivitas komunikasi. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dari komunikasi yang berorientasi pada promosi menuju komunikasi yang lebih informatif dan edukatif. Dengan demikian, Humas turut mendukung proses pengambilan keputusan pendidikan melalui penyediaan informasi yang relevan mengenai kompetensi keahlian.

Dari sisi citra positif, hasil penelitian juga menunjukkan adanya persepsi positif dari peserta didik terhadap SMKN 10 Surabaya. Berdasarkan wawancara dengan Kinesa Ramadhani Putri Ismail, siswa kelas XI Manajemen Perkantoran 2, pada 24 Agustus 2026, siswa tersebut menilai sekolah memiliki program pendidikan yang baik, terutama keberadaan *Teaching Factory* (TEFA) dan pembimbingan sebelum pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Ia juga menunjukkan rasa bangga terhadap program-program sekolah yang memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk memperoleh pengalaman dan mengembangkan kompetensi.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa citra positif sekolah tidak hanya terbentuk melalui publikasi dan kegiatan promosi Humas, tetapi juga melalui pengalaman langsung peserta didik dalam mengikuti program pendidikan. Keberadaan TEFA dan pembimbingan sebelum PKL menjadi bagian dari pengalaman yang memengaruhi penilaian siswa terhadap sekolah. Dengan demikian, citra positif memiliki hubungan dengan kualitas program pendidikan yang benar-benar dirasakan oleh warga sekolah. Namun, karena data persepsi tersebut diperoleh dari wawancara dengan satu orang siswa, temuan ini lebih tepat dipahami sebagai gambaran pengalaman individual dan belum mewakili keseluruhan persepsi peserta didik.

Jika ditinjau melalui model CIPP, capaian tersebut memperlihatkan bahwa strategi Humas telah menghasilkan beberapa perkembangan pada komponen *product*, khususnya dalam bentuk meningkatnya daya tarik sekolah, terbentuknya persepsi positif dari peserta didik, serta tersampaikannya informasi mengenai kompetensi keahlian. Capaian tersebut didukung oleh pelaksanaan program komunikasi pada komponen *process*, seperti publikasi kegiatan sekolah, komunikasi dengan orang tua dan masyarakat, serta sosialisasi program pendidikan. Sementara itu, dukungan kepala sekolah, sumber daya manusia Humas, media komunikasi, dan kerja sama dengan dunia industri merupakan bagian dari komponen *input* yang menunjang pelaksanaan strategi tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Sriwati et al. (2024) yang menjelaskan pentingnya strategi komunikasi Humas dalam membangun citra sekolah melalui penyampaian informasi dan publikasi kegiatan. Temuan ini juga relevan dengan penelitian Wirabhakti (2023), yang menempatkan strategi komunikasi Humas sebagai salah satu upaya untuk membangun citra dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Sementara itu, Marpaung et al. (2023) menekankan peran manajemen Humas dan layanan publik dalam mendukung peningkatan kualitas pendidikan. Ketiga penelitian tersebut memperkuat pemahaman bahwa komunikasi Humas dan pelayanan informasi merupakan bagian penting dalam membangun hubungan positif antara sekolah dan masyarakat.

Walaupun demikian, efektivitas strategi Humas dalam penelitian ini belum dapat dinyatakan secara mutlak meningkatkan kualitas pendidikan secara keseluruhan. Data yang diperoleh lebih banyak menunjukkan pelaksanaan komunikasi, respons terhadap informasi sekolah, persepsi peserta didik, serta perkembangan jumlah pendaftar. Penelitian ini belum mengukur secara langsung perubahan hasil belajar, kompetensi lulusan, maupun tingkat kepuasan seluruh stakeholder melalui pengukuran kuantitatif. Oleh sebab itu, kontribusi Humas terhadap kualitas pendidikan lebih tepat dipahami melalui dukungannya dalam memperkuat transparansi informasi, memperkenalkan program pendidikan, membangun hubungan dengan stakeholder, dan membantu calon peserta didik memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Berdasarkan uraian tersebut, strategi Humas SMKN 10 Surabaya dapat dinilai telah

menunjukkan hasil positif dalam mendukung citra sekolah dan daya tarik masyarakat. Peningkatan jumlah pendaftar, persepsi positif peserta didik, serta perubahan orientasi komunikasi menuju penyampaian informasi yang lebih edukatif menjadi indikator capaian pelaksanaan strategi Humas. Namun, keberlanjutan efektivitasnya tetap memerlukan pengelolaan komunikasi yang konsisten dan peningkatan kualitas program pendidikan, sehingga citra positif yang dibangun melalui komunikasi Humas sejalan dengan pengalaman dan mutu pendidikan yang diterima peserta didik.

D. Upaya Humas dalam Membangun Citra Positif dan Mendukung Kualitas Pendidikan

Upaya Humas SMKN 10 Surabaya dalam membangun citra positif dan mendukung kualitas pendidikan dilakukan melalui penguatan komunikasi dengan stakeholder internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil penelitian, upaya tersebut tidak hanya berorientasi pada pengenalan sekolah kepada masyarakat, tetapi juga mencakup penyampaian informasi mengenai program pendidikan, pengembangan hubungan dengan orang tua, serta kerja sama dengan dunia industri. Berbagai kegiatan tersebut menunjukkan bahwa Humas berperan sebagai penghubung antara sekolah dengan pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap penyelenggaraan pendidikan.

Salah satu upaya yang dilakukan adalah membangun komunikasi secara terbuka dengan orang tua peserta didik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Imam Soetopo, S.Pd., M.M., selaku Kepala SMKN 10 Surabaya pada 24 Agustus 2026, sekolah secara rutin mengadakan pertemuan dengan orang tua sebelum pembagian rapor. Dalam kegiatan tersebut, pihak sekolah menyampaikan program kerja tahunan, capaian yang telah diperoleh, hal-hal yang masih perlu diperbaiki, serta dukungan yang dibutuhkan dari orang tua. Komunikasi tersebut menjadi sarana bagi sekolah untuk menyampaikan perkembangan pendidikan sekaligus melibatkan orang tua dalam mendukung pelaksanaan program sekolah.

Selain menyampaikan informasi mengenai program sekolah, Humas juga memanfaatkan pengalaman dan keberhasilan peserta didik sebagai materi komunikasi kepada orang tua. Salah satu bentuknya adalah penyampaian dokumentasi pengalaman siswa yang bekerja di Jepang melalui video yang ditampilkan dalam pertemuan wali murid. Upaya tersebut memberikan gambaran mengenai peluang yang dapat diperoleh peserta didik setelah mengikuti pendidikan di SMKN 10 Surabaya. Dengan demikian, komunikasi sekolah tidak hanya berisi informasi administratif, tetapi juga memperlihatkan pengalaman nyata yang dapat menjadi motivasi bagi peserta didik dan orang tua.

Upaya berikutnya dilakukan melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana publikasi dan komunikasi dengan masyarakat. Media sosial digunakan untuk memperkenalkan kegiatan, program, serta berbagai aktivitas sekolah kepada publik. Pemanfaatan media digital memungkinkan informasi mengenai sekolah disebarluaskan secara lebih luas dan dapat diakses oleh calon peserta didik maupun masyarakat. Selain sebagai media publikasi, saluran digital juga dimanfaatkan untuk menerima pertanyaan, laporan, dan keluhan dari masyarakat. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi Humas tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga menyediakan ruang bagi masyarakat untuk berinteraksi dengan pihak sekolah.

Dalam pelaksanaannya, pengelolaan media digital tetap memerlukan perhatian

terhadap konsistensi publikasi dan kemampuan sumber daya manusia yang bertanggung jawab. Media sosial yang tidak dikelola secara optimal dapat mengurangi efektivitas penyampaian informasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, upaya membangun citra positif melalui media digital perlu didukung oleh pengelolaan konten yang terencana, informasi yang akurat, serta respons yang baik terhadap pertanyaan dan masukan publik. Hal ini penting agar informasi yang diterima masyarakat sesuai dengan kondisi dan program yang benar-benar dilaksanakan sekolah.

Upaya lain yang memiliki keterkaitan langsung dengan kualitas pendidikan adalah penguatan hubungan kerja sama dengan dunia industri. Berdasarkan hasil wawancara dengan Sigit Ari Wibowo, M.Pd., selaku Wakil Kepala Sekolah bidang Humas pada 24 Agustus 2026, kerja sama sekolah dengan industri dilaksanakan melalui kesepakatan formal dalam bentuk Memorandum of Understanding (MoU) atau Perjanjian Kerja Sama (PKS). Kerja sama tersebut disesuaikan dengan program link and match antara pendidikan vokasi dan dunia kerja, termasuk kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL), guru tamu, magang guru, serta bentuk kerja sama lain yang relevan dengan kebutuhan industri.

Kerja sama formal tersebut menjadi upaya untuk memperkuat hubungan kelembagaan sekaligus mendukung pelaksanaan pendidikan vokasi. Melalui hubungan dengan dunia industri, peserta didik memperoleh kesempatan untuk mengenal lingkungan kerja dan mengembangkan pengalaman praktik sesuai bidang keahliannya. Di sisi lain, keterlibatan industri juga dapat menjadi informasi penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap relevansi program pendidikan yang diselenggarakan sekolah. Dengan demikian, peran Humas dalam menjalin dan menjaga hubungan dengan mitra industri tidak hanya berkaitan dengan citra kelembagaan, tetapi juga mendukung keterhubungan antara proses pendidikan dan kebutuhan dunia kerja

Hubungan dengan dunia industri juga memerlukan pengelolaan dan evaluasi agar kerja sama yang dibangun tetap memberikan manfaat bagi peserta didik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Waka Humas, sekolah memperhatikan kesesuaian pelaksanaan kerja sama dengan tujuan pendidikan, termasuk dalam penempatan peserta didik untuk PKL. Apabila ditemukan ketidaksesuaian dalam pelaksanaan kerja sama, pihak sekolah dapat melakukan komunikasi dan evaluasi terhadap mitra yang bersangkutan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemeliharaan hubungan eksternal tidak hanya dilakukan melalui pembentukan kerja sama, tetapi juga melalui upaya memastikan keberlanjutan dan kesesuaiannya dengan kepentingan pendidikan.

Selain memperkuat hubungan dengan orang tua dan industri, Humas juga berupaya memberikan informasi yang lebih komprehensif mengenai kompetensi keahlian kepada calon peserta didik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, pengenalan jurusan dilakukan dengan memberikan penjelasan mengenai materi pembelajaran, karakteristik kompetensi, serta gambaran peluang kerja dari masing-masing bidang keahlian. Upaya ini bertujuan agar calon peserta didik tidak hanya tertarik untuk masuk ke sekolah, tetapi juga memahami pilihan jurusan yang akan diambil. Penyampaian informasi tersebut menjadi penting untuk membantu calon peserta didik menentukan pilihan pendidikan secara lebih sesuai dengan minat dan pemahamannya.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan SMKN 10 Surabaya
Sumber : Intagram SMKN 10 Surabaya

Jika ditinjau melalui model CIPP, berbagai upaya tersebut terutama menggambarkan komponen process, yaitu pelaksanaan strategi Humas melalui komunikasi dengan orang tua, publikasi media digital, penyampaian informasi akademik, dan pengelolaan hubungan dengan dunia industri. Pelaksanaannya didukung oleh komponen input berupa sumber daya manusia, dukungan pimpinan, media komunikasi, program sekolah, serta jaringan kerja sama eksternal. Sementara itu, hasil yang diharapkan dari upaya tersebut termasuk dalam komponen product, yaitu terbentuknya hubungan yang lebih baik dengan stakeholder, meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap program sekolah, serta dukungan terhadap penyelenggaraan pendidikan vokasi.

Upaya Humas SMKN 10 Surabaya tersebut sejalan dengan Sriwati et al. (2024), yang menekankan pentingnya komunikasi dan publikasi dalam membangun citra sekolah. Temuan ini juga relevan dengan Wirabhakti (2023), yang menjelaskan bahwa strategi Humas diperlukan untuk membangun citra dan kepercayaan masyarakat melalui pengelolaan komunikasi. Selain itu, Marpaung et al. (2023) menempatkan manajemen Humas dan layanan publik sebagai bagian yang mendukung kualitas pendidikan. Dengan demikian, upaya Humas tidak cukup hanya dilakukan melalui promosi, tetapi perlu diwujudkan dalam komunikasi yang terbuka, penyediaan informasi yang jelas, dan hubungan kerja sama yang memberikan manfaat bagi penyelenggaraan pendidikan.

Berdasarkan uraian tersebut, upaya Humas SMKN 10 Surabaya dalam membangun citra positif dan mendukung kualitas pendidikan dilakukan melalui pendekatan komunikasi yang melibatkan berbagai stakeholder. Komunikasi dengan orang tua, pemanfaatan media digital, publikasi program dan keberhasilan peserta didik, penguatan kerja sama industri, serta pengenalan kompetensi keahlian menjadi bentuk upaya yang saling melengkapi. Keberlanjutan upaya tersebut perlu didukung oleh pengelolaan komunikasi yang konsisten dan evaluasi terhadap pelaksanaan program, sehingga citra positif sekolah tidak hanya terbentuk melalui informasi yang disampaikan kepada masyarakat, tetapi juga didukung oleh kualitas program pendidikan yang dirasakan secara nyata.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas SMKN 10 Surabaya dilaksanakan melalui publikasi kegiatan sekolah, pemanfaatan media digital, komunikasi dengan orang tua, serta kerja sama dengan dunia industri. Strategi tersebut

memperlihatkan bahwa humas tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai penghubung antara sekolah dengan masyarakat dan pemangku kepentingan. Pelaksanaan ini sejalan dengan penelitian Sriwati et al. (2024) dan Wirabhakti (2023) yang menjelaskan bahwa komunikasi humas yang terencana berperan dalam membangun citra positif lembaga pendidikan.

Dalam perspektif model CIPP, pelaksanaan strategi tersebut berkaitan dengan aspek Context, yaitu kebutuhan sekolah untuk membangun kepercayaan dan menyampaikan informasi pendidikan secara terbuka, serta aspek Input, berupa dukungan kepala sekolah, tim humas, media digital, dan jaringan kerja sama industri. Sementara itu, aspek Process terlihat melalui pelaksanaan publikasi, pertemuan orang tua, layanan komunikasi digital, dan sosialisasi kompetensi keahlian. Namun, pemanfaatan media sosial yang belum optimal menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi humas masih memerlukan penguatan, terutama dalam konsistensi publikasi dan kompetensi sumber daya manusia.

Strategi humas juga berperan dalam mendukung pelayanan informasi akademik. Penyampaian informasi melalui pertemuan orang tua, media sosial, dan komunikasi langsung membantu masyarakat memperoleh informasi mengenai program sekolah dan kompetensi keahlian. Temuan ini menunjukkan pentingnya komunikasi dua arah agar informasi tidak hanya disampaikan, tetapi juga dapat diklarifikasi ketika muncul pertanyaan atau kesalahpahaman. Hal tersebut sejalan dengan Marpaung et al. (2023) yang menempatkan manajemen humas dan layanan publik sebagai bagian penting dalam mendukung kualitas pendidikan.

Dari aspek Product, peningkatan jumlah pendaftar dari 930 orang pada tahun 2025 menjadi 1.019 orang pada tahun 2026 dapat menjadi salah satu indikator meningkatnya daya tarik sekolah. Meskipun demikian, peningkatan tersebut tidak dapat sepenuhnya dikaitkan dengan strategi humas karena terdapat faktor lain, seperti program keahlian, fasilitas, reputasi sekolah, dan kebutuhan masyarakat. Selain itu, penelitian ini belum mengukur secara langsung peningkatan hasil belajar maupun kepuasan seluruh pemangku kepentingan. Dengan demikian, efektivitas humas lebih tepat dipahami melalui kontribusinya dalam membangun persepsi positif, memperluas akses informasi, dan memperkuat hubungan sekolah dengan masyarakat.

Secara keseluruhan, strategi humas SMKN 10 Surabaya telah mendukung pembentukan citra positif dan penyediaan informasi pendidikan melalui komunikasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Akan tetapi, keberlanjutan hasil tersebut memerlukan pengelolaan media digital yang lebih optimal, penyampaian informasi yang konsisten, serta evaluasi kerja sama dengan dunia industri. Strategi humas dengan demikian menjadi salah satu unsur pendukung kualitas pendidikan, yang pelaksanaannya perlu berjalan beriringan dengan peningkatan mutu program dan layanan pendidikan sekolah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Humas SMKN 10 Surabaya berperan dalam membangun citra positif dan mendukung kualitas pendidikan melalui publikasi dan branding sekolah, pemanfaatan media digital, pelayanan informasi akademik, komunikasi dengan stakeholder, serta kerja sama dengan dunia industri. Berdasarkan evaluasi model CIPP (*Context, Input, Process, Product*), pelaksanaan strategi tersebut didukung oleh kebijakan sekolah, sumber daya Humas, dan jaringan kemitraan.

Peningkatan jumlah pendaftar SPMB dari 930 orang pada tahun 2025 menjadi 1.019 orang pada tahun 2026 atau sebesar 9,57% menjadi salah satu indikator meningkatnya daya tarik sekolah, meskipun tidak dapat dikaitkan sepenuhnya dengan strategi Humas.

Secara praktis, Humas perlu diperkuat sebagai bagian dari strategi pengembangan sekolah melalui pengelolaan media digital yang konsisten, penyampaian informasi akademik secara transparan, serta evaluasi kerja sama industri agar memberikan manfaat nyata bagi peserta didik. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan dan cakupan persepsi stakeholder, serta belum mengukur dampak strategi Humas secara langsung terhadap hasil belajar dan kualitas lulusan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak informan, seperti orang tua, alumni, calon peserta didik, dan mitra industri, serta mengkaji lebih mendalam hubungan antara strategi Humas, citra sekolah, dan kualitas pendidikan.

REFERENSI

Agnia, M. W., Permana, H., & Husen, C. S. (2024). Peran dan Strategi Humas Dalam Meningkatkan Layanan Informasi di MAN 1 Bekasi. *Indonesian Research Journal on Education*, *4*(1), 246–252. https://doi.org/10.31004/irje.v4i1.472

Amaliya, A., Mappincara, A., & Basri, S. (2024). Strategi Humas Dalam Menjalin Kerja Sama Dengan Dunia Usaha Dan Dunia Industri Di Sekolah Menengah Kejuruan. *EDUSTUDENT: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, *3*(2), 86. https://doi.org/10.26858/edustudent.v3i2.52809

Amin, I., & Saputra, H. (2024). IAIN Curup's public relations strategy in branding the campus through the use of social media in new student admission promotion. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 9*(1), 221–232. https://doi.org/10.29240/jdk.v9i1.11751

Arini, et all. (2022). Analysis Of The Controlling Effectiveness Of Food Traders Case Study Of The Implementation Of Regional Regulation Number 8 Year 2007 In The Kelurahan Cipete Selatan Sub-District Cilandak City Administration Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, *5*(1), 90–98. https://news.detik.com/berita/d-3791272/pemprov-dki-

Awalina, A. R., Damayanti, S. W. P., Ilmi, H. M., Wulandari, R. N. A., & Puspasari, D. (2024). Public relations strategy in improving the image of East Java Regional Development Planning Agency: A review of its digitalization strategy. *Journal of Office Administration: Education and Practice,* *4*(2), 69–81. https://doi.org/10.26740/joaep.v4n2.p69-81

Din El Hakim Malik, Aji Nurmanto, Jeihan Mahendra Putra, & Adha Agung Saputro. (2023). Analisis Efisiensi Birokrasi dalam Administrasi Publik: Tinjauan Terhadap Proses Pengambilan Keputusan. *Eksekusi : Jurnal Ilmu Hukum Dan Administrasi Negara*, *1*(3), 232–237. https://doi.org/10.55606/eksekusi.v1i3.525

Effendi, M. I., & Nurjanah, L. (2025). Public relations management in enhancing the collaboration between SMK Negeri 6 Malang City and the industrial sector. *Jurnal Inovasi dan Manajemen Pendidikan,* *5*(1), 51–61. https://doi.org/10.12928/jimp.v5i1.13108

Gultom, D. N., Khairina, E., & Salsabila, L. (2024). Analisis Efisiensi Dan Efektivitas E-Government Dalam Administrasi Publik. *PUBLIKA : Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, *10*(1), 128–136. https://doi.org/10.25299/jiap.2024.16516

Habiburrahman. (2022). Akurasi dalam Analisis Kompetensi Calon Tenaga Keperawatan Menggunakan Algoritma Apriori. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, *4*, 172–177.

https://doi.org/10.37034/infeb.v4i4.167

Hakim, M. N., & Rozi, F. (2024). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Animo Masyarakat terhadap Pendidikan Madrasah. *JoIEM (Journal of Islamic Education Management)*, *5*(1), 28–45. https://doi.org/10.30762/joiem.v5i1.2675

Hasna, F. N., & Rohimakumullah, M. A. A. (2022). Strategi Humas dalam Pengelolaan Aplikasi Website Saker Humas oleh Humas Pemerintah Kota Bekasi. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *5*(10), 4049–4060. https://doi.org/10.54371/jiip.v5i10.1016

Info, A. (2025). *Administrasi Tata Usaha Pendidikan di SD 6 Muhammadiyah Palembang Afril Dwi Saputra 1 , Shafira Agustina Putri 2*. *3*(1), 102–107.

M. Natsir, Sangkala, & Yunus, M. (2023). Analisis Determinan Perilaku Kerja Berinovasi. *Sawala : Jurnal Administrasi Negara*, *11*(1), 152–161. https://doi.org/10.30656/sawala.v11i1.6113

Malinda Sitorus, C., Nikmah Siregar, N., & Wulan Hasibuan, T. (2021). Strategi humas dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah (Studi kasus di MTs. N 4 PALAS). *PEMA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 1–5. https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/pema

Nuryani, I., Hernawan, D., & Wahyudin, C. (2024). Analisis Efektivitas Pelayanan Administrasi Kependudukan Melalui Website Pakuan Prima. *Karimah Tauhid*, *3*(6), 6579–6593.

Pendidikan, J., Pengabdian Kepada Masyarakat, D., Triatmaja, D., Junani, B. L., & Sakinah, A. (2021). *PEMA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian kepada Masyarakat STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN MUTU PENDIDIKAN (Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Swasta (MIS) Nurus Salam)*. *1*(2), 75–81. https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/pema

Qalsum, U., & Wibowo, A. (2023). Administrasi Perkara Dan Persidangan Di Peradilan Tata Usaha Negara Secara Elektronik. *Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *2*(1), 77–86. https://doi.org/10.58705/jpm.v2i1.104

Rifa'I, M., & Hosen, M. (2023). Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di Ma Miftahul Ulum). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *6*(7), 5420–5426. https://doi.org/10.54371/jiip.v6i7.2535

Rohimah, H. Z., Basith, A., & Nur, M. A. (2025). Strategi Humas dalam Muwujudkan Transparansi Publik Menuju Madrasah Zona Integritas. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, *8*(7), 7301–7307. https://doi.org/10.54371/jiip.v8i7.8401

Rudiyanto, R., & Sutisna, A. J. (2022). Academics Human Capital Dan Kinerja Dosen Akuntansi. *Owner*, *6*(3), 3048–3074. https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.997

Salsabila, N. P., Ramadhan, N. J. H., Gaffar, A., & Nur, M. A. (2025). Public relations strategy in realising vision, mission and school image. *Esteem Journal of English Education Study Programme, 8*(1), 10–18. https://doi.org/10.31851/esteem.v8i1.16670

Saputra, D. E., & Pujiastuti, N. (2023). Analisis Efektifitas Kerja Pegawai Di Kantor Kecamatan Samarinda Seberang. *PREDIKSI : Jurnal Administrasi Dan Kebijakan*, *22*(1), 62. https://doi.org/10.31293/pd.v22i1.7188

Sholihannisa, L. U., & Bisnis, P. A. (2024). *Analisis Dampak Budaya Organisasi dan Kompetensi dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai DISDIK Jawa Barat*. *10*(2).

Sulistiyo Wibowo, & Hanung Ikhwanush Shafa. (2022). Advokasi Proaktif Terhadap Tindakan Tata Usaha Negara Sebagai Alternatif Kontrol Administrasi Negara. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, *1*(4), 01–14. https://doi.org/10.58192/sidu.v1i4.168

Supratman, D. (2022). Akselerasi Pembelajaran Berbasis Digital dalam Meningkatkan Kompetensi Pegawai di Masa Pandemi. *Jurnal Administrasi Publik*, *18*(1), 1–24. https://doi.org/10.52316/jap.v18i1.86

Susilowati, S., Armelsa, D., & Duneti, D. (2022). Strategi hubungan masyarakat Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia (STIAMI) dalam membentuk citra positif. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, *3*(1), 44–49. https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1009

Tinggi, S., Ekonomi, I., Yogyakarta, S. B. I., & Yogyakarta, S. Y. (2024). *4 1,2,3*. *16*(1), 60–71.

Wulandari, S. S., & Kharima, L. (2020). *Analisis Strategi Humas Dalam Meningkatkan Image Positif Pelayanan Administrasi di Kantor Kepala Desa Watudandang Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk*. *8*, 1–8.

Yosi Vindi Amalia, & Sasmito Jati Utama. (2022). Analisis Akuntabilitas Sosial dalam Penanganan Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial melalui Program Campus Social Responsibility. *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, *25*(2), 110–116. https://doi.org/10.30649/aamama.v25i2.143

Juhji, B. N. (2020). *Manajemen humas pada lembaga pendidikan.* Bandung: Widina Bhakti Persada.

Sriwati, L. P. (2024). Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, dan Ilmu Komunikasi, . *Strategi komunikasi humas SMK Negeri 3 Singaraja dalam membangun citra sekolah.*, 8(2), 101–110.

Wirabhakti, A. (2023). Nizamul 'Ilmi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. *Strategi Humas dalam meningkatkan citra sekolah.*, 20–27.

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA