

## Studi Deskriptif pada Perencanaan dan Pelaksanaan Manajemen Hubungan Masyarakat di Madrasah Ibtidaiyah

\*Luqman Nur Fajri, Muhammad Nasir, Bahrani

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Samarinda, Indonesia



DOI: <https://doi.org/10.53621/jider.v5i2.520>

### Informasi Artikel

#### Riwayat Artikel:

Diterima: 28 April 2025

Revisi Akhir: 1 Mei 2025

Disetujui: 2 Mei 2025

Terbit: 3 Mei 2025

#### Kata Kunci:

Madrasah Ibtidaiyah;

Manajemen Hubungan;

Masyarakat;

Perencanaan dan Pelaksanaan;

Studi Deskriptif.



### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perencanaan dan pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat di Madrasah Ibtidaiyah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metodenya adalah studi deskriptif. Sedangkan informan berjumlah 6 orang, terdiri atas kepala madrasah, wakil kepala bidang humas, guru dan tenaga kependidikan. Analisis menggunakan analisis model Milles, Huberman and Saldana, dengan menitikberatkan pada penyajian data, Kondensasi data, dan membuat Kesimpulan data. Hasil penelitian menemukan bahwa terjalin hubungan baik antara manajemen hubungan Masyarakat madrasah ibtidaiyah dengan Masyarakat, perencanaan dan pelaksanaan baik jangka pendek, jangka menengah dan Panjang, serta implementasi program Humas juga telah terwujudnya citra madrasah, branding madrasah ibtidaiyah dengan baik di Masyarakat, terdapatnya kegiatan sekolah, terjadinya fasilitator rapat atau pertemuan, serta menginformasikan segala bentuk kegiatan sekolah kepada publik internal baik melalui penyampaian langsung maupun melalui media yang ada. Melalui MHM terwujudnya komunikasi yang dibangun dalam manajemen humas dengan menggunakan memanfaatkan android, website, email. j u g a s e m u a media online, bahkan memanfaatkan televisi dan radio.

### PENDAHULUAN

Perencanaan dan pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat (MHM) di lembaga pendidikan, khususnya Madrasah Ibtidaiyah (MI), merupakan aspek penting yang berkontribusi terhadap citra dan reputasi institusi tersebut (Khorotunniswah, 2020). Di Kota Samarinda, keberadaan MI tidak hanya berfungsi sebagai pusat pendidikan agama, tetapi juga sebagai bagian integral dari masyarakat yang lebih luas. Dalam konteks ini, MHM berperan dalam menjembatani komunikasi antara sekolah, siswa, orang tua, dan Masyarakat, dengan manajemen humas bisa menjadi penguatan lembaga Pendidikan dan membangun citra baik dengan Masyarakat (Khorotunniswah, 2020).

Namun, tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan MHM juga cukup signifikan. Beberapa kepala sekolah mengungkapkan kesulitan dalam mengelola hubungan dengan masyarakat yang beragam, terutama dalam hal perbedaan pandangan dan harapan. Humas yang baik akan memberikan kesempatan Masyarakat memberikan dukungan kepada lembaga Pendidikan dan Madrasah sendiri (Dwiyama et al., 2020).

Manajemen hubungan masyarakat (MHM) merupakan salah satu aspek vital dalam dunia organisasi modern. Dengan semakin kompleksnya interaksi antara lembaga pendidikan, media, dan publik, perencanaan yang efektif dalam PR menjadi sangat penting, dapat membangun branding madrasah sebagai lembaga Pendidikan yang disukai Masyarakat (Al Farisi & Setiawan, 2023). Perencanaan yang matang tidak hanya membantu organisasi dalam membangun citra positif, tetapi juga dalam mengelola krisis dan merespons isu-isu yang muncul di masyarakat.

Perencanaan dalam PR juga harus mempertimbangkan aspek demografis dan psikografis dari audiens. perencanaan komunikasi harus mencakup strategi untuk menunjukkan komitmen perusahaan terhadap isu-isu sosial, lingkungan, dan etika. Dalam konteks ini, perusahaan yang mampu merencanakan dan melaksanakan kampanye PR yang responsif terhadap nilai-nilai audiens akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. Perencanaan yang baik, yang

mempertimbangkan nilai-nilai audiens dan potensi reaksi publik, dapat menghasilkan hasil yang positif bagi Lembaga Pendidikan seperti Madrasah Ibtidaiyah.

Perencanaan dalam manajemen hubungan masyarakat bukan hanya sekadar aktivitas administratif, tetapi merupakan proses strategis yang memerlukan analisis mendalam dan pemahaman yang baik tentang audiens, media, dan konteks social (Hasbiyallah et al., 2023). Dalam era informasi yang cepat berubah ini, organisasi yang dapat merencanakan dan melaksanakan strategi PR dengan baik akan lebih mampu bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif.

Identifikasi audiens menjadi langkah penting dalam proses perencanaan. Pemahaman yang mendalam tentang audiens target akan membantu dalam merumuskan pesan yang tepat dan memilih saluran komunikasi yang sesuai. Segmentasi audiens dan penyesuaian pesan menjadi sangat penting dalam mencapai tujuan komunikasi. Setelah audiens ditentukan, langkah berikutnya adalah merumuskan strategi komunikasi. Strategi ini harus mencakup berbagai elemen, seperti pemilihan saluran komunikasi, pengembangan konten, dan penjadwalan (Karsono et al., 2021).

Sedangkan pelaksanaan dalam MHM, pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat tidak hanya terbatas pada penyampaian pesan, tetapi juga mencakup pengelolaan komunikasi dua arah antara organisasi dan pemangku kepentingan. Hal ini mencakup konsumen, karyawan, investor, dan komunitas local, artinya menjalin hubungan yang harmonis antara lembaga madrasah dengan Masyarakat sekitarnya (Tamam et al., 2021).

Pada pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat telah mengalami perkembangan yang signifikan. Seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi, semakin banyak organisasi yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk berinteraksi dengan publik. pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat juga tidak dapat diabaikan. Krisis komunikasi dapat terjadi kapan saja, dan organisasi harus siap untuk merespons dengan cepat dan efektif.

Salah satu alasan pentingnya MHM di MI adalah untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan. Kepercayaan ini tidak hanya berdampak pada jumlah pendaftar baru, tetapi juga pada dukungan dari orang tua dan masyarakat sekitar. Menariknya karena dapat mengacu pada teori komunikasi publik yang menyatakan bahwa hubungan yang baik antara institusi pendidikan dan masyarakat akan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sekolah (Anam, 2021). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai perencanaan dan pelaksanaan MHM di MI di Samarinda sangat diperlukan.

Perencanaan dan pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat menjadi krusial untuk membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta memperkuat hubungan antara sekolah dan komunitas. Menurut data dari Kementerian Agama Republik Indonesia, terdapat lebih dari 200 MI di Samarinda, yang menunjukkan betapa pentingnya manajemen hubungan masyarakat untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut (Azzahra, 2024).

Dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini akan mengidentifikasi strategi, tantangan, dan praktik terbaik yang diterapkan oleh MI dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Melalui pemahaman yang mendalam tentang MHM, diharapkan dapat ditemukan solusi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pendidikan di MI, terdapat strategi yang tepat dalam membranding madrasah (Karsono et al., 2021), lembaga menjadi bermutu. Kemudian dalam MI memiliki karakteristik dan tantangan masing-masing dalam mengelola hubungan dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana perencanaan dan pelaksanaan manajemen Humas di MI di Kota Samarinda.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif (Sugiono, 2016). Lokasi penelitian dilakukan di MI Negeri 1 Kota Samarinda dan MI Ma'arif NU 003 Samarinda yang telah menerapkan manajemen hubungan Masyarakat Madrasah tersebut, MI

Negeri 1 Kota Samarinda dan MI Ma'arif NU 003. Jumlah informan penelitian ini terdapat 6 orang terdiri atas kepala madrasah, wakil kepala bidang humas, guru, dan tenaga kependidikan di bagian tata usaha.

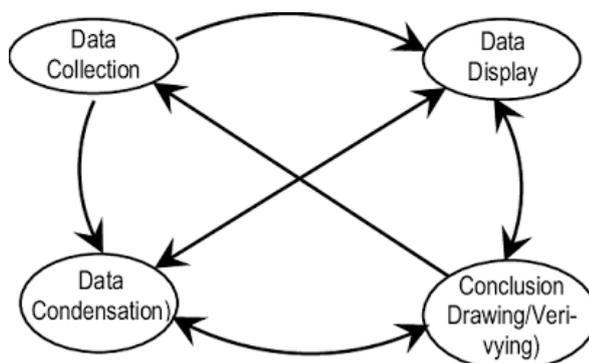
Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan kepala sekolah, guru, dan orang tua siswa, untuk Observasi langsung terhadap kegiatan manajemen hubungan masyarakat di MI (Azzahra, 2024). Dengan menggali informasi dari berbagai sumber, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai praktik manajemen hubungan masyarakat di MI di Kota Samarinda.

Data utama dikumpulkan melalui wawancara mendalam (Arikunto, 2002; Jailani, 2023), dengan informan penelitian ini, serta observasi langsung digunakan di awal penelitian ini, jadi dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara yang peneliti lakukan Dimana berusaha melakukan penggalian data secara sistematis terhadap gejala yang tampak di Madrasah Ibtidaiyyah Ma'arif Nu 003 Samarinda dan Madrasah Ibtidaiyyah Negeri 01 Samarinda.

Wawancara di lokasi penelitian dengan panduan wawancara yang disusun dengan mempertimbangkan agar penelitian ini focus pada tujuan penelitian (Creswell, 2013; Jailani, 2023).

Teknik analisis data yang digunakan adalah model Milles Huberman dan Saldana (Rukajat, 2018), di mana peneliti mengidentifikasi penyajian data, pengumpulan dan penarikan Kesimpulan yang merupakan utama dengan memunculkan data yang dikumpulkan (Sugiono, 2016).

Model ini dapat dipahami dengan gambar berikut ini:



**Gambar 1.** Data analysis of interactive model (Miles, Huberman & Saldana, 2014)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Hasil*

Pendekatan partisipatif dalam perencanaan memungkinkan orang tua siswa merasa memiliki andil dalam pengembangan MI, yang pada gilirannya dapat meningkatkan dukungan mereka terhadap kegiatan sekolah. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa keterlibatan orang tua dapat berkontribusi pada keberhasilan akademik siswa.

Hasil penelitian melalui wawancara sebagai berikut:

*program humas dalam menjalin hubungan internal dan eksternal di Mi Ma'arif Nu 003 Samarinda direncanakan dengan melibatkan semua pihak baik internal madrasah maupun eksternal madrasah diinformasikan melalui berbagai media humas salah satunya adalah wa group agar informasi lebih cepat diterima oleh semua pihak.*

*... tentang manajemen humas di Mi Ma'arif Nu 003 itu sangat banyak, karena humas merupakan perpanjangan tangan dari ibu kepala madrasah untuk melaksanakan tugas kepala madrasah bagian kehumasan dengan stakeholder, khususnya di Mi Ma'arif Nu 003 Samarinda baik secara intern maupun secara ekstern. Jadi di internal madrasah itu, masalah bagaimana menyampaikan informasi,*

*menyelenggarakan berbagai program madrasah yang berkaitan dengan kerjasama antar stakeholder yang ada di dalam lingkup madrasah. Terwujudnya citra MI dengan baik di Masyarakat itu merupakan tujuan kami...*

*“Proses perumusan perencanaan kehumasan merupakan cikal bakal dari penggabungan dua tupoksi kehumasan yaitu dengan humas secara umum dan juga bidang keagamaan, kemudian dua tupoksi tersebut dijabarkan menjadi suatu program kerja. Untuk perencanaan jangka panjang sendiri adalah dengan berusaha melakukan rapat komite dengan menghubungi orang tua untuk membahas bagaimana kondisi anaknya selama satu tahun pembelajaran, studi banding guru dan juga siswa ke madrasah/sekolah unggulan lainnya, sosialisasi, halal bi halal Guru, Tata Usaha dan juga Komite Madrasah”*

*“Di setiap pelaksanaan humas mempromosikan, dipastikan semua pihak di Mi Ma'arif Nu 003 ikut berpartisipasi karena ini merupakan tanggung jawab bersama tidak hanya kepala madrasah ataupun wakamad humas. Karena madrasah ini merupakan milik bersama sehingga kemajuan dan perkembangan madrasah kedepannya itu sudah pasti tanggung jawab bersama sehingga semua pihak sangat diharuskan berpartisipasi dalam semua pelaksanaan program humas” (wawancara, 17 Februari 2025).*

Hasil wawancara juga menemukan:

*“Kita memanfaatkan android, website, email kita memanfaatkan semua media online, bahkan memanfaatkan televisi dan radio., kita langsung buat beritanya. Itu tugas humas bagaimana menyampaikan informasi dan menjalin kerjasama”*

Penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi juga perlu dikelola dengan baik. Meskipun banyak orang tua yang aktif di media sosial, tidak semua informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi MI untuk menyusun strategi konten yang menarik dan informatif, serta melibatkan orang tua dalam proses pembuatan konten tersebut. Hal ini dapat meningkatkan rasa memiliki dan keterlibatan masyarakat terhadap MI.

*“Alhamdulillah, selama ini hubungan antara humas dan guru serta staf berjalan dengan baik, karena kelancaran suatu program-program dari sekolah itu kalau tidak dipublikasikan melalui humas tidak akan berjalan. Oleh karena itu, humas sangat memiliki andil yang besar untuk kelancaran program kerja wali kelas, guru-guru yang telah dibuat oleh kepala madrasah melalui humas”*

Demikian pula di MI Negeri 1, ditemukan hasil wawancara sebagai berikut:

*“Program humas sendiri sejak awal tahun sudah ditetapkan, jadi ketika di awal tahun pelajaran baru kita sudah memiliki program- program ke depan, baik dari program humas sampai kepada bagian sarpras semuanya ada. Dalam perencanaannya sendiri kita dengan rapat dewan guru, waka, maupun kepala madrasah tentunya, selain itu untuk penanggung jawab, panitia, sekretaris dan anggota dalam program yang ditentukan sudah dibentuk sejak awal, nama- namanya sudah tercantum dalam program kerja”.*

*“Memberikan informasi-informasi kepada civitas akademika yang ada di sekolah kami”. Sedangkan fungsi dan peran humas adalah menghubungkan stakeholder (masyarakat luar, masyarakat dalam, dan masyarakat umum), sebagai koordinator informasi, sebagai fasilitator kegiatan sekolah, fasilitator rapat atau pertemuan, serta menginformasikan segala bentuk kegiatan sekolah kepada publik internal baik melalui penyampaian langsung maupun melalui media yang ada”.*

Dengan demikian temuan penelitian ini adalah, sudah terjalin hubungan baik antara manajemen hubungan Masyarakat madrasah ibtidaiyah dengan Masyarakat, perencanaan dan pelaksanaan baik jangka pendek, jangka menengah dan Panjang, serta implementasi program Humas juga telah terwujudnya citra madrasah, branding madrasah ibtidaiyah dengan baik di Masyarakat, terdapatnya kegiatan sekolah, terjadinya fasilitator rapat atau pertemuan, serta

menginformasikan segala bentuk kegiatan sekolah kepada publik internal baik melalui penyampaian langsung maupun melalui media yang ada. Melalui MHM terwujudnya komunikasi yang dibangun dalam manajemen humas dengan menggunakan memanfaatkan android, website, email kita memanfaatkan semua media online, bahkan memanfaatkan televisi dan radio.

### *Pembahasan*

Dalam perencanaan dan pelaksanaan MHM di MI di Samarinda menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa praktik baik, masih banyak ruang untuk perbaikan. Salah satu strategi yang berhasil diterapkan adalah tersusunnya program humas yang baik (Ariyanti & Prasetyo, 2021), serta terdapat penggunaan media sosial (Salehudin, 2024), sebagai sarana komunikasi antara sekolah dan Masyarakat (Iskandar & Syueb, 2017).

Komunikasi yang dihadapi oleh MI menunjukkan perlunya strategi yang lebih efektif untuk menjembatani perbedaan pandangan antara pihak sekolah dan masyarakat. Kemampuan komunikasi yang baik dapat memperkuat hubungan antara organisasi dan publiknya, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan Masyarakat, terbangunnya citra yang baik, madrasah dengan Masyarakat menemukan citra yang baik (Warisno, 2022). Faktor lain yang jelas berkontribusi adalah peran humas dalam organisasi.

Ada banyak langkah yang harus dilakukan seorang manajer dalam manajemen kehumasan untuk meningkatkan kerjasama antara madrasah dan masyarakat, termasuk konsep manajemen, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kerjasama antara Madrasah dan orang tua siswa diharapkan mampu menghasilkan pendidikan yang berkualitas (Supriani, 2022). Mengingat istilah kata-kata itu digabung menjadi kata kerja manager yang artinya menangani. Managere diterjemahkan kedalam bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja to manage, dengan kata benda management, dan manager untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya management diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan.

Adanya konsep membutuhkan komunikasi untuk mempengaruhi orang lain dan memperoleh tanggapan yang menguntungkan. Umpan balik dari penerima berita hanya suara atau timbul masalah yang terjadi selama komunikasi karena komunikan telah menerima pesan lain yang berbeda dari pesan komunikator. Perbaikan sistem akuntabilitas kepada masyarakat dan pemerintah, memutuskan strategi tindak lanjut untuk hasil Pembangunan (Athifah, 2022)

Perencanaan menentukan hubungan dengan Masyarakat (Miasari et al., 2025), dalam PR melibatkan identifikasi tujuan komunikasi yang ingin dicapai, analisis audiens, serta pengembangan strategi yang sesuai. Dalam hal ini, penting bagi praktisi PR untuk melakukan riset yang mendalam. Proses perencanaan dalam manajemen hubungan masyarakat dimulai dengan analisis situasi (Supriani, 2022). Pada tahap ini, praktisi PR perlu mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi organisasi.

Pelaksanaan, di sisi lain, merupakan tahap di mana rencana yang telah disusun diimplementasikan. Ini mencakup pemilihan saluran komunikasi yang tepat, pengembangan konten yang relevan, dan pelaksanaan kampanye. Tantangan dalam pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat juga tidak dapat diabaikan (Mahfuzhah & Anshari, 2018). Krisis komunikasi dapat terjadi kapan saja, dan organisasi harus siap untuk merespons dengan cepat dan efektif. Pelaksanaan pengelolaan humas pada lembaga pendidikan yang menjadi penyambung komunikasi ataupun perpanjangan tangan mengenai informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat, Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi humas dalam membangun citra sekolah (Ningsih et al., 2022).

Pengertian manajemen hubungan masyarakat mencakup dua dimensi utama: perencanaan dan pelaksanaan. Keduanya saling terkait dan berkontribusi pada keberhasilan komunikasi antara organisasi dan publik. Dalam dunia yang semakin kompleks dan terhubung, kemampuan untuk merencanakan dan melaksanakan strategi PR yang efektif menjadi semakin penting bagi keberlanjutan dan reputasi organisasi (Hasbiyallah et al., 2023).

Manajemen hubungan masyarakat (public relations) adalah suatu disiplin yang berfokus pada pengelolaan komunikasi antara organisasi dan publiknya. Konsep ini telah berkembang seiring dengan perubahan sosial dan teknologi, di mana peran PR semakin penting dalam membangun citra dan reputasi suatu lembaga madrasah ibtidaiyah (Noorsanti et al., 2023). Humas merupakan aktivitas yang dilakukan oleh industri, perserikatan, perusahaan, perhimpunan, jawatan pemerintah, dan organisasi lainnya, untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang sehat dan bermanfaat dengan masyarakat tertentu, dengan maksud menyesuaikan dirinya pada keadaan sekeliling dan memperkenalkan dirinya kepada masyarakat (Ritonga et al., 2022).

Menurut Grunig dan Hunt (1984), PR adalah "suatu fungsi manajemen yang membantu organisasi untuk berkomunikasi dengan publiknya". Dalam konteks ini, perencanaan dan pelaksanaan menjadi dua aspek krusial yang tidak dapat dipisahkan dalam manajemen hubungan masyarakat. *To devise and implement programs the will gain wide and favorable interpretations of an organization's policies and operations* yang diartikan sebagai merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi (M, 2017).

Data dari *Public Relations Society of America* (PRSA) menunjukkan bahwa sekitar 70% dari semua organisasi di dunia kini menganggap PR sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam tentang perencanaan dan pelaksanaan dalam PR sangatlah penting, membina hubungan harmonis kepada publik internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan, seperti: dosen/guru, tenaga administrasi, dan siswa), dan hubungan kepada publik eksternal (di luar lembaga pendidikan, seperti: orang tua siswa, dan di luar lembaga pendidikan) (Estaswara, 2020).

Pelaksanaan pengelolaan humas pada lembaga pendidikan yang menjadi penyambung komunikasi ataupun perpanjangan tangan mengenai informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat, Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi humas dalam membangun citra sekolah (Warisno, 2022). Penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan dan pelaksanaan MHM di Madrasah Ibtidaiyah di Kota Samarinda telah dilakukan dengan baik, meskipun masih terdapat tantangan yang perlu diatasi.

## KESIMPULAN

Manajemen Humas (MHM) telah menemukan jalinan hubungan baik, dan implementasi antara manajemen hubungan Masyarakat madrasah ibtidaiyah dengan Masyarakat, perencanaan dan pelaksanaan baik jangka pendek, jangka menengah dan Panjang, serta implementasi program Humas juga telah terwujudnya citra madrasah, branding madrasah ibtidaiyah dengan baik di Masyarakat, terdapatnya kegiatan sekolah, terjadinya fasilitator rapat atau pertemuan, serta menginformasikan segala bentuk kegiatan sekolah kepada publik internal baik melalui penyampaian langsung maupun melalui media yang ada. Melalui MHM terwujudnya komunikasi yang dibangun dalam manajemen humas dengan menggunakan memanfaatkan android, website, email kita memanfaatkan semua media online, bahkan memanfaatkan televisi dan radio.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, Y., & Setiawan, M. B. A. (2023). Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Branding Image Di Madrasah Aliyah Nurul Jadid. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10653–10663. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V6i12.3407>
- Anam, K. (2021). Strategi Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kepercayaan Dan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Aliyah Al Falah Jatilawang Banyumas.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian; Sebuah Pendekatan Praktek*. Pt Rineka Cipta.

- Ariyanti, N., & Prasetyo, M. A. M. (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.
- Athifah, S. N. (2022). Manajemen Hubungan Madrasah/Pesantren Dengan Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(2), 58–68.
- Azzahra, A. (2024). Peran Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Promosi (Studi Kasus Di Madrasah Tsanawiyah At-Taqwa Jampue). Iain Parepare.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design Qualitative Quantitative And Mixed Method Approaches*. Sage-Publications.
- Dwiyama, F., Adriani, A., Ismia, I., & Oktafiana, R. (2020). Manajemen Humas: Membangun Peran Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(1), 63–71. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v10i1.868>
- Estaswara, H. (2020). Defining Communication Problems In Stakeholder Relations Based On Stakeholder Theory. *Jurnal Aspikom*, 5(1), 87. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i1.540>
- Hasbiyallah, H., Hidayah, K. N., Dzakiya, M. G., Sidiq, M. B. A., & Nur, M. R. (2023). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan. *Al-Amar: Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Agama Islam, Manajemen Dan Pendidikan*, 4(2), 131–146.
- Iskandar, J., & Syueb, S. (2017). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Komunikasi Kelompok Terhadap Kohesivitas Kelompok Pada Supporter Persebaya Korwil Suramadu. *Jurnal Ilmu Komunikasi Ultimacomm*, 9(2), 90–109.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869–880. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2649>
- Khorotunniswah, L. (2020). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga. *Jurnal Kependidikan Islam*, 10(2), 176–189.
- M, S. (2017). Analisis Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan. *Kelola: Journal Of Islamic Education Management*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.24256/kelola.v2i2.434>
- Mahfuzhah, H., & Anshari, A. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 137–149. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>
- Miasari, R. S., Julianti, T., Pangestu, A., & Suprinanto, S. (2025). Manajemen Hubungan Masyarakat Di Sekolah/Madrasah. *Jurnal Manajemen Pendidikan Al Hadi*, 2(1), 47–52.
- Ningsih, I., Arman, & Harnalia. (2022). Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Smpn 1 Tellu Siattinge. *Jurnal Mappesona*, 5(1), 11–21. <https://doi.org/10.30863/mappesona.v5i1.2495>
- Noorsanti, N., Zamroni, Z., & Salehudin, M. (2023). Pengaruh Kepemimpinan Kepala Sekolah Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Guru. *Leader: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 84–99. <https://doi.org/10.32939/ljmpi.v1i2.2506>
- Ritonga, M. A. S., Monang, S., & Azhar, A. A. (2022). Peran Humas Madrasah Dalam Mengembangkan Brand Image: Studi Kasus Humas Man Labuhanbatu. *Berajah Journal*, 2(4), 979–988. <https://doi.org/10.47353/bj.v2i4.187>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Salehudin, M. (2024). Penerapan Media Sosial Instagram Pada Pembelajaran Desain Grafis Di Kelas Multimedia Pada Sekolah Menengah Kejuruan. *Journal Of Instructional And*

- Development Researches, 4(2), 75-84.  
<https://doi.org/10.53621/jider.V4i2.342>
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriani, Y. (2022). Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah. *Jiip-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 587-594.
- Tamam, B., Fathorrahman, Z., & Sholeh, K. (2021). Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat: Di Madrasah Diniyah Awwaliyah Nurul Holil Panyirangan-Pangarengan. *Kabillah: Journal Of Social Community*, 6(1), 61-83.
- Warisno, A. (2022). Membangun Citra Madrasah Melalui Manajemen Strategis Hubungan Masyarakat. *Jurnal Mubtadiin*, 8(2).