UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
SIDOARJO

UMSIDA
DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI

Strategi *Public Relations* Dalam Meningkatkan *Imege Building* Lembaga Pendidikan Islam

Oleh: Abdillah Faizun NIM : 258610800018
Dosen Pembimbing ; Dr. Budi Haryanto, M. Pd.

Magister Pendidikan Islam
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
2026

Pendahuluan

Persaingan lembaga pendidikan semakin ketat, *Public relations* menjadi strategi penting membangun citra lembaga. Akan tetapi, Masih banyak lembaga pendidikan Islam yang belum mengoptimalkan fungsi *public relatio*ns sebagai alat strategis dalam membangun *image building*. Banyak sekolah masih memandang *public relatio*ns sebatas aktivitas promosi, bukan sebagai strategi komunikasi yang holistik. Padahal, image lembaga pendidikan terbentuk tidak hanya dari kualitas akademik, tetapi juga dari persepsi publik yang dibangun melalui komunikasi efektif, pelayanan publik, serta reputasi sosial. Disinilah pentingnya strategi *public relatio*ns untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan masyarakat, orang tua siswa, dan pihak eksternal lainnya.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti memandang perlu dikaji secara mendalam untuk memahami bagaimana strategi *public relation* dalam membangun *image building* lembaga pendidikan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi *public relatio*ns lembaga pendidikan Islam yang adaptif terhadap tantangan perkembangan zaman dan sekaligus tetap menjaga keaslian nilai-nilai dalam dunia pendidikan, fokus peneliti bagaimana strategi, kekuatan, pencapaian humas dengan strategi untuk meningkatkan *image building* lembaga pendidikan islam.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- Bagaimana strategi public relations dalam meningkatkan image building lembaga pendidikan islam
- Bagaimana dukungan dan kekuatan strategi public relations dalam meningkatkan image building di lembaga pendidikan islam
- Bagaiman respon warga sekolah dan masyarakat tentang image building di lembaga pendidikan islam.

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. *D*ata yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data-data kualitatif, yang berasal dari sumber data tertulis dan tidak tertulis. Sumber dipilih melalui teknik *snowball* sampling. Adapun informan dalam penelitian ini adalah, kepala sekolah, humas, tenaga pendidik dan kependidikan serta komite/wali murid/Masyarakat umum.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah : 1) Wawancara mendalam, 2) Observasi partisipan, 3) Dokumentasi. Dalam pelaksanaannya peneliti menggunakan beberapa instrument penelitian, diantaranya adalah: 1) Rumusan wawancara 2) Peneliti dan pedoman observasi, serta 3) List dokumen yang diperlukan.

Teknik analisisis data yang digunakan adalah teknik analisis interaktif, yang dilakukan melalui tiga alur kegiatan. Sebagaimana yang diungkapakan Miles dan Huberman yaitu: reduksi data (mengumpulkan, memilah hasil data lapangan), penyajian data (mendeskripsikan hasil data dan melakukan triangulasi, penarikan kesimpulan atau verifikasi. (menyajikan data deskrisptif sebagai hasil penelitian). Dimana tiga jenis kegiatan tersebut merupakan proses siklus dan interaktif dan diuji keabsahan data dengan teknik triangulasi. Hal ini dilakukan untuk menarik kesimpulan/verifikasi untuk mendeskripsikan hasil temuan penelitian.

Hasil

Dalam implementasinya, strategi public relations diwujudkan melalui beberapa program utama. Pertama, media relations dilakukan dengan mengirimkan press release kegiatan sekolah kepada media lokal guna meningkatkan eksposur dan legitimasi lembaga. Kedua, publikasi digital dilaksanakan melalui pengelolaan website, Instagram, Facebook, dan YouTube sekolah sebagai sarana penyebaran informasi yang cepat dan terbuka. Ketiga, event management diwujudkan melalui kegiatan seperti open house, lomba akademik, wisuda tahfidz, PHBI, dan bakti sosial sebagai sarana branding sekolah. Keempat, parent relations dilakukan melalui komunikasi intensif dengan orang tua melalui grup WhatsApp, konsultasi, dan pertemuan wali murid. Kelima, community relations diwujudkan melalui kerja sama dengan masyarakat, PCM, Lazismu, dan kegiatan sosial lingkungan.

Lanjutan ...

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kekuatan utama strategi public relations terletak pada kemampuan sekolah membangun kredibilitas dan emotional trust masyarakat. Publikasi kegiatan sekolah secara konsisten, keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial, serta komunikasi dua arah dengan wali murid mampu memperkuat image positif sekolah. Transparansi sekolah dalam merespon kritik dan isu publik juga menjadi faktor penting dalam menjaga reputasi lembaga pendidikan.

Lanjutan ...

Respon masyarakat terhadap image sekolah menunjukkan persepsi yang positif. Warga sekitar menilai sekolah sebagai lembaga yang religius, disiplin, dan aktif melibatkan masyarakat dalam kegiatan sosial maupun keagamaan. Masyarakat luar sekolah juga mengenal sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang berkualitas melalui media sosial dan publikasi digital sekolah.

Guru dan wali murid memandang bahwa image sekolah terbentuk melalui pembinaan karakter Islami, kedisiplinan siswa, prestasi akademik, serta komunikasi sekolah yang transparan dan responsif. Orang tua merasa dilibatkan dalam proses pendidikan melalui komunikasi yang aktif dan pelayanan informasi yang cepat. Sementara itu, siswa menunjukkan rasa bangga terhadap sekolah karena lingkungan yang bersih, tertib, dan kaya kegiatan positif seperti tahfidz, pramuka, dan tapak suci.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi public relations dalam meningkatkan image building lembaga pendidikan Islam dilaksanakan secara terencana, sistematis, dan berorientasi pada reputasi lembaga melalui program publikasi prestasi, promosi program unggulan, kegiatan sosial, event keagamaan, serta layanan komunikasi kepada orang tua dan masyarakat. Strategi tersebut diperkuat dengan komunikasi dua arah (two way symmetrical communication), kreativitas komunikasi, narasi autentik, dan storytelling yang mampu membangun kedekatan emosional antara sekolah dan publik. Selain itu, pemanfaatan media digital seperti website, media sosial, video profil, dan publikasi online menjadi instrumen utama dalam memperluas informasi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Image positif sekolah tidak hanya dibentuk oleh aktivitas public relations, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas layanan pendidikan, profesionalitas guru, budaya religius, fasilitas sekolah, serta hubungan harmonis dengan masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan image building lembaga pendidikan Islam merupakan hasil integrasi antara strategi komunikasi yang efektif, nilai-nilai keislaman, dan mutu layanan pendidikan yang konsisten sehingga sekolah dipersepsikan sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul, modern, religius, dan terpercaya.

Temuan Penting Penelitian

Temuan penting dalam penelitian ini menunjukkan bahwa strategi public relations yang efektif dalam meningkatkan image building lembaga pendidikan Islam tidak hanya bergantung pada promosi formal, tetapi juga pada kreativitas komunikasi, narasi autentik, dan storytelling yang mampu membangun kedekatan emosional dengan publik. Penelitian menemukan bahwa program media relations, publikasi digital, event management, parent relations, dan community relations yang dijalankan secara terencana berhasil meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperkuat reputasi sekolah, serta meningkatkan minat pendaftaran peserta didik baru.

Selain itu, penggunaan media sosial dan komunikasi digital menjadi faktor dominan dalam membentuk citra positif sekolah di era modern. Temuan lainnya menunjukkan bahwa image sekolah terbentuk dari keselarasan antara kualitas layanan pendidikan, budaya religius, profesionalitas guru, komunikasi yang transparan, serta keterlibatan aktif masyarakat dan orang tua dalam kegiatan sekolah, sehingga sekolah dipersepsikan sebagai lembaga pendidikan Islam yang unggul, modern, religius, dan terpercaya.

Manfaat Penelitian

- Secara teoritis dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu public relations khususnya pada lembaga pendidikan Islam, terutama terkait strategi komunikasi, kreativitas public relations, narasi autentik, dan storytelling dalam membangun image building sekolah di era digital.
- Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi kepala sekolah, tim humas, dan pengelola lembaga pendidikan Islam sebagai bahan evaluasi dan acuan dalam merancang strategi public relations
- Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi masyarakat dan orang tua sebagai sumber informasi mengenai pentingnya komunikasi publik, kualitas layanan pendidikan, serta hubungan harmonis antara sekolah dan stakeholder dalam membangun citra positif lembaga pendidikan Islam.

Refrensi

- [1] F. Miftahul and F. Ulya, “Strategi Kompetitif Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Smp Islam Kepung),” vol. 1, no. 2, 2023.
- [2] T. Desriani and S. Wahyuni, “Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan,” *J. MEDIA Akad.*, vol. 3, no. 6, pp. 3031–5220, 2023, doi: 10.62281.
- [3] M. H. R. Sirait, D. M. Sari, D. Rahmawati, U. Islam, N. Sumatera, and U. Medan, “Manajemen Humas Pendidikan dalam Upaya Pencitraan Lembaga Pendidikan Dasar (Sekolah Dasar),” vol. 1, no. 3, pp. 342–349, 2021.
- [4] S. Puspita, “Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan,” *Communicology*, vol. 7, pp. 47–64, Jul. 2019.
- [5] M. Dkk., *Penulisan Kreatif Public Relation*, 14th ed. Yogyakarta: PT. Nas Media Indonesia, 2022.
- [6] Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th Editi. Upper Saddle River, New Jersey: Upper Saddle River, New Jersey, 2016.
- [7] A. Risnawati, Z. Zuraini, A. Asian, and Haryati, “Strategi Humas (Public Relation) Dalam Membentuk Citra Organisasi,” *J. Rev. Pendidik. dan Pengajaran*, vol. 6, no. 4, pp. 4139–4143, 2023.
- [8] E. S. Mulyani, I. Fauji, and L. P. Islam, “Humas dalam Institusi Lembaga Pendidikan Islam,” no. 2, pp. 1–12, 2025.
- [9] I. Fahreza, L. A. Nst, and S. Anggraini, “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Sekolah Dasar (Studi Kasus Di SDN 040447 Kabanjahe),” *J. Pendidik. dan Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 82–87, 2021, [Online]. Available: https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/pema
- [10] I. Indriani, “Manajemen public relation dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga Pendahuluan Pendidikan menjadi salah satu hal terpenting bagi inividu maupun masyarakat .,” vol. 01, no. 01, pp. 106–117, 2023.
- [11] E. Norman, L. Marliani, D. Widiantari, and I. N. Rasini, “Effective Public Relations Management in Building a Positive Image : A Case Study of Madrasah Ibtidaiyah Negeri 3 Cirebon,” vol. 12, no. 1, pp. 135–144, 2023.

Lanjutan ....

- [12] L. A. Zahroh, “Public Relations Management in Building School Image : A Case Study,” vol. 06, no. 02, pp. 501–510, 2022.
- [13] L. Saharani, M. A. F. Sanjani, and S. Diana, “Optimization Of Islamic Values-Based Public Relations Strategy In Increasing New Student Admissions,” vol. 6, no. 2, pp. 194–206, 2024.
- [14] Nugroho Agung Prasetyo, *Stories Untold Strategi Public Relations di Industri Kreatif*. Indonesia: PT Gramedia, 2025.
- [15] Yin, *Studi Kasus Desain & Metode*, 4th ed. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- [16] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Indonesia: Alfabeta, 2014.
- [17] Miles and Huberman, *Analisis Data Kualitatif*. Indonesia: Universitas Indonesia, 2009.
- [18] M. N. Hakim and F. Rozi, “Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Terhadap Pendidikan Madrasah,” pp. 28–45.
- [19] B. Shihab, Zohriah, “Manajemen Hubungan Masyarakat dengan Lembaga Pendidikan Islam,” vol. 5, pp. 4587–4593, 2023.
- [20] Nurdi, “Manajemen Hubungan Masyarakat Berbasis Digital,” vol. 2, no. 2, pp. 141–153, 2023.
- [21] R. Sholihin, Giyoto, “Enhancing Performance Of School Public Relations : The Contributing Website Of School Public Relations Services In Madrasah Tsanawiyah,” vol. 7, no. December 2022, pp. 249–262, 2023.
- [22] R. F. Nurdin Rivaldy, Ilzamudin Ma’mur, “Membangun Reputasi Pendidikan Dasar Islam Melalui Public Relation di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi pada Sekolah Dasar Islam Terpadu di Kabupaten Bekasi),” vol. 5, no. 2, pp. 16–34, 2023, doi: 10.54396/alfahim.v5i2.668.

Lanjutan ....

- [23] M. Zadri and S. Zakir, “Membangun Kembali Reputasi Pai Di Tengah Krisis Moral Siswa: Strategi Branding Religius Sekolah Islam,” vol. 18, no. 1, 2025, doi: 10.9644/sindoro.v3i9.267.
- [24] M. Jannah, R. Naemuddin, A. Khasanah, and S. Rizkianti, “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Pendidikan Berdasarkan Persperktif Al-Qur ’ an,” vol. 21, no. 1, pp. 67–76, 2025.
- [25] H. I. Wahyuni, A. N. Abrar, A. A. Fitrah, U. M. Indonesia, and U. G. Mada, “Systematic review of university public relations communication strategies :,” vol. 10, no. 1, pp. 121–143, 2025.
- [26] M. S. Ramadhina and D. Optimization, “Optimizing Social Media As A Public Relations Tool In Educational Institutions,” vol. 02, no. 02, pp. 1334–1340, 2024.
- [27] W. Dike, “Public Relations Strategies and Reputation Management: Mastering Stakeholder Engagement and Community Building,” *Int. J. Latest Technol. Eng. Manag. Appl. Sci.*, vol. 14, pp. 52–60, 2025.
- [28] G. Al-thani, “Beyond Consultation : Rethinking Stakeholder Engagement in Qatar ’ s Public Education Policymaking,” *Educ. Sci.*, vol. 15, p. 769, 2025, doi: https://doi.org/ 10.3390/educsci15060769.
- [29] L. Karmilah, “Public Relations Management in Improving the Image and Performance of Educational Institutions : Strategies , Challenges , and Implications,” vol. 4, no. 3, pp. 1417–1425, 2025, doi: https://doi.org/10.56916/jirpe.v4i3.1506.
- [30] T. Sholihah, “Manajemen Humas Dalam Membangun Citra (Image Building) di SD IT Al Manar Pangkalan Bun,” *J. JISPENDIORA Vol*, vol. 1, no. 2, 2022.
- [31] I. Suryani, M. Al Amin, I. S. Wijaya, I. Samarinda, M. Al Amin, and I. Samarinda, “Strategi Public Relations dalam Pengembangan Brand Image Sekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Kota Samarinda,” *Lent*, vol. IV, pp. 152–169, 2020.
- [32] D. Parati, “Peran Media Sosial Dalam Strategi Public Relations Untuk Membangun Brand Image Di Lembaga Pendidikan,” *J. Ilm. Pendidik. Dasar*, vol. 10, no. September 2025.


UMSIDA
DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI