



## **Manajemen Hubungan Masyarakat di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Merangin**

**Salsabila Janati<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Administrasi Pendidikan, Universitas Jambi

Email: [salsabilajanati20@gmail.com](mailto:salsabilajanati20@gmail.com)

---

Article History:

Received: 2025-11-28, Accepted: 2025-12-20, Published: 2025-12-31

---

**Abstract:** *School image plays an important role in building public trust and influencing parents' decisions in choosing educational institutions. The development of a positive school image requires effective and sustainable public relations management. This study aims to analyze public relations management at SMK Negeri 3 Merangin, focusing on school promotion strategies, the use of technology in public relations activities, the role of public relations in supporting school accreditation, and the effectiveness of communication with the community. This research employed a qualitative approach with a case study design. Data were collected through observation, structured interviews, documentation, and literature review. The findings indicate that school promotion strategies are implemented through direct outreach to lower secondary schools by involving teachers, students, and alumni. The use of technology, particularly social media, serves as an important medium for disseminating information and enhancing school attractiveness. Public relations also play an active role in supporting the school accreditation process through documentation activities, preparation of school profiles, and communication management during assessor visits. Furthermore, effective communication with the community is realized through the school's involvement in social and cultural activities, collaboration with parents, and rapid responses to negative issues or information. In conclusion, public relations management at SMK Negeri 3 Merangin contributes significantly to enhancing the school's image, strengthening public trust, and supporting the improvement of educational quality and institutional sustainability.*

**Keywords:** *Public Relations Management, School Image, School Promotion*

**Abstrak:** Citra sekolah memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan masyarakat dan memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan. Pembentukan citra positif sekolah memerlukan pengelolaan hubungan masyarakat yang efektif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen kehumasan di SMK Negeri 3 Merangin yang meliputi strategi promosi sekolah, pemanfaatan teknologi dalam pelaksanaan kehumasan, peran hubungan masyarakat dalam mendukung akreditasi sekolah, serta efektivitas komunikasi dengan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara terstruktur, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi sekolah dilakukan melalui pendekatan langsung ke sekolah Menengah Tingkat Pertama dengan melibatkan guru, siswa, dan alumni. Pemanfaatan teknologi, khususnya media sosial, menjadi sarana penting dalam menyebarluaskan informasi dan meningkatkan daya tarik sekolah. Hubungan masyarakat juga berperan aktif dalam mendukung akreditasi sekolah melalui kegiatan dokumentasi, penyusunan profil sekolah, serta pengelolaan komunikasi selama proses visitasi asesor. Selain itu, komunikasi yang efektif dengan masyarakat diwujudkan melalui keterlibatan sekolah dalam kegiatan sosial dan budaya, kerja sama dengan orang tua peserta didik, serta respons cepat terhadap isu atau informasi negatif. Kesimpulannya, manajemen kehumasan di SMK Negeri 3 Merangin berkontribusi signifikan dalam meningkatkan citra sekolah, memperkuat kepercayaan masyarakat, serta mendukung peningkatan mutu dan keberlanjutan lembaga pendidikan.

**Kata Kunci :** Manajemen Kehumasan, Citra Sekolah, Promosi Sekolah

### **Pendahuluan**

Citra sekolah merupakan persepsi masyarakat terhadap reputasi dan mutu suatu lembaga pendidikan. Citra yang positif memiliki pengaruh besar terhadap keputusan orang tua dalam menentukan pilihan pendidikan bagi anak-anak mereka. Namun demikian, upaya untuk membangun dan menjaga citra sekolah yang baik tidaklah mudah karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti capaian akademik, kualitas layanan pendidikan, serta hubungan yang terjalin antara sekolah dan masyarakat (Wulandari & Hariono 2020).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan citra lembaga pendidikan adalah dengan mengoptimalkan peran hubungan masyarakat dalam mengelola komunikasi antara sekolah dan publik. Hubungan masyarakat berperan sebagai penghubung antara sekolah dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti orang tua, masyarakat, dan pemerintah. Peran hubungan masyarakat tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi terkait prestasi akademik, tetapi juga mencakup upaya membangun citra positif sekolah melalui berbagai kegiatan yang mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat. Pengelolaan hubungan masyarakat yang efektif dapat menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan sekolah serta menyampaikan nilai-nilai pendidikan yang dianut oleh sekolah secara jelas dan terarah (Astuti & Fauzi, 2022).

SMK Negeri 3 Merangin sebagai salah satu sekolah kejuruan di Kabupaten Merangin terus berupaya meningkatkan eksistensinya di tengah masyarakat. Oleh karena itu, strategi promosi sekolah menjadi sangat penting untuk menarik minat calon peserta didik dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan. Promosi sangat bermanfaat untuk mengembangkan dan menyebarkan informasi mengenai lembaga pendidikan, serta dapat menambah jumlah minat peserta didik. Sekolah perlu merancang dan menerapkan strategi yang tepat untuk menarik calon peserta didik yang berkualitas, sehingga kualitas input peserta didik dapat meningkat. Dengan input yang baik, proses pembelajaran dapat berlangsung secara optimal dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan mutu sekolah secara keseluruhan (Novitasari, Fitri & Rohmah, 2022).

Selain itu, pemanfaatan teknologi dalam pelaksanaan fungsi hubungan masyarakat menjadi salah satu indikator keberhasilan manajemen kehumasan di sekolah. Teknologi informasi memungkinkan penyampaian informasi secara lebih cepat, luas, dan efisien, sekaligus memperkuat komunikasi antara sekolah dan publik. Penerapan strategi promosi digital yang efektif melalui berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan media sosial lainnya, dapat meningkatkan visibilitas sekolah serta mendorong interaksi yang lebih intens dengan calon peserta didik (Johnson & Lee dalam Mushoffi & Supardi, 2024).

Kinerja tim manajemen Humas juga berperan krusial dalam mendukung akreditasi sekolah. Keberhasilan akreditasi bukan hanya bergantung pada aspek administratif dan

akademik, tetapi juga pada bagaimana sekolah membangun citra dan hubungan positif dengan para pemangku kepentingan. Tim Humas yang solid dan profesional dapat memberikan kontribusi dalam penyusunan dokumen pendukung, dokumentasi kegiatan, dan pelaporan yang dibutuhkan dalam proses akreditasi.

Di sisi lain, kemampuan tim hubungan masyarakat dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat sekitar maupun masyarakat luas menjadi indikator penting dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara sekolah dan lingkungannya. Hubungan yang terjalin dengan baik antara pihak sekolah, wali murid, dan masyarakat dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pendidikan dan proses pembelajaran, sehingga secara bersama-sama dapat mewujudkan penyelenggaraan pendidikan yang bermutu di sekolah (Hakim, 2019).

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen kehumasan di SMK Negeri 3 Merangin dengan fokus pada strategi promosi sekolah, pemanfaatan teknologi dalam kehumasan, peran Humas dalam mendukung akreditasi, serta efektivitas komunikasi Humas dengan masyarakat.

## **METODE**

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Menurut Sugiyono (2022) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Menurut Handoko, Wijaya, dan Lestari (2024), studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang berfokus pada penelaahan secara mendalam terhadap suatu kasus yang telah ditetapkan. Tujuan penggunaan studi kasus mencakup dua hal utama, yaitu untuk mendeskripsikan secara rinci suatu kasus yang bersifat khas atau spesifik (intrinsik), serta untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap isu, masalah, atau fenomena tertentu.

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang penting dalam penelitian karena bertujuan untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan menggunakan observasi terstruktur, di mana peneliti menyampaikan secara terbuka kepada narasumber bahwa sedang melakukan penelitian (Sugiyono, 2022). Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan bentuk wawancara terstruktur, yaitu peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan tertulis sebagai pedoman pengumpulan data (Sugiyono, 2022). Selain itu, dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data berupa foto-foto kegiatan penelitian. Untuk mendukung dan memperkuat data lapangan, peneliti juga melakukan studi pustaka

dengan memanfaatkan literatur yang relevan, khususnya buku, sebagai bahan acuan dalam pembahasan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Strategi Promosi Sekolah Di SMK N 3 Merangin

Strategi dalam manajemen humas untuk menarik siswa baru dilakukan melalui kegiatan promosi. Promosi sekolah merupakan suatu cara untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai keberadaan sekolah, dengan tujuan utama menarik calon siswa agar mendaftar dan bersekolah di sekolah yang dipromosikan. Meskipun terdapat tujuan lain seperti meningkatkan reputasi sekolah, memperkenalkan iklim sekolah, dan sebagainya, pada akhirnya promosi sekolah akan mengerucut pada peningkatan perolehan siswa baru (Wijayawinangun dalam Zachrofi, Fatimah & Munthe, 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Humas (hubungan masyarakat) SMK Negeri 3 Merangin, strategi promosi sekolah difokuskan pada pendekatan langsung ke sekolah-sekolah tingkat pertama di wilayah Kecamatan Pangkalan Jambu dan sekitarnya, seperti SMP dan MTs, serta sekolah tingkat pertama di wilayah Kerinci. Promosi ini dilakukan secara terstruktur dan sistematis dengan membentuk sebuah tim promosi yang terdiri dari guru dan perwakilan siswa dari tiap jurusan yang ada di sekolah.

Selain melibatkan guru dan siswa, sekolah juga mengikutsertakan para alumni dalam kegiatan promosi. Alumni diundang kembali ke sekolah untuk memberikan testimoni dan membagikan pengalaman mereka selama menempuh pendidikan di SMK Negeri 3 Merangin. Mereka juga dimintai untuk aktif menyebarkan informasi tentang sekolah melalui media sosial seperti WhatsApp dan Facebook agar jangkauan promosi semakin luas.

Keunggulan geografis turut menjadi nilai strategis dalam promosi sekolah. SMK Negeri 3 Merangin merupakan satu-satunya SMK yang berada di wilayah Sungai Manau Lamo, yang saat ini telah terbagi menjadi tiga kecamatan: Sungai Manau, Pangkalan Jambu, dan Renah Pembarap. Dengan minimnya jumlah SMK di kawasan tersebut, peluang untuk menarik minat calon siswa menjadi lebih besar.

### 2. Penggunaan Teknologi Dalam Pelaksanaan Hubungan Masyarakat

Dalam penelitian Ngondo (dalam Romadhona & Rifqi, 2022) diungkapkan bahwa media sosial telah mengubah praktik kehumasan (*Public Relations*) secara profesional, baik dalam komunikasi internal maupun eksternal. Hal senada juga disampaikan oleh Rakhman dan Trihantoyo (2020), yang berpendapat bahwa media sosial dapat mendukung sekolah dalam kegiatan promosi, publikasi, dan pemasaran, karena menyediakan akses yang terhubung langsung dengan pihak sekolah.

Sejalan dengan pendapat tersebut, SMK N 3 Merangin turut memanfaatkan teknologi digital melalui media sosial dalam melaksanakan program kehumasan. Berdasarkan hasil wawancara, pihak Humas menggunakan berbagai platform media sosial seperti WhatsApp, YouTube, TikTok, dan Facebook untuk menginformasikan berbagai kegiatan

sekolah, baik yang berkaitan dengan promosi maupun aktivitas siswa. Di SMK N 3 Merangin, keterlibatan siswa dalam produksi konten visual menjadi bagian dari proses pembelajaran sekaligus bentuk kontribusi nyata dalam mendukung promosi sekolah.

Salah satu jurusan yang sangat aktif dalam bidang ini adalah jurusan Desain Komunikasi Visual (DKV). Melalui wawancara yang dilakukan, diketahui bahwa siswa-siswi DKV terlibat langsung dalam pembuatan video profil sekolah, dokumentasi kegiatan, hingga pengelolaan akun media sosial. Dari hasil wawancara, diketahui bahwa akun TikTok sekolah dikelola oleh siswa dari jurusan DKV yang bekerja sama dengan OSIS. Namun, untuk akun Instagram sekolah, saat ini belum dapat dikatakan aktif.

### **3. Kinerja Team Manajemen Humas Dalam Membantu Akreditasi Sekolah**

Dari hasil wawancara dengan kepala Humas, mengatakan bahwa tim Humas turut andil dalam membantu akreditasi di sekolah dimana peran humas lebih ke dokumentasi dan komunikasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, *et al* (2025) menegaskan bahwa Humas berperan dalam pengumpulan, dokumentasi, dan penyajian data yang dibutuhkan untuk portofolio akreditasi, termasuk publikasi berbagai capaian sekolah. Dengan kemampuan komunikasi yang baik, Humas turut meningkatkan daya saing sekolah dan memperkuat kepercayaan publik terhadap mutu pendidikan yang diselenggarakan. Secara keseluruhan, kehadiran dan kinerja Humas sangat mendukung terpenuhinya berbagai indikator dalam proses akreditasi sekolah.

Selain dalam hal dokumentasi Humas juga membantu menyiapkan profil sekolah, baik dalam bentuk cetak maupun video, agar asesor dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai sekolah sejak awal kunjungan. Humas juga berperan dalam menciptakan suasana yang kondusif dan ramah selama proses kunjungan asesor ke sekolah, misalnya dengan mengatur penyambutan tim asesor, memasang spanduk, menyiapkan ruang tamu, hingga menyusun alur kunjungan asesor ke sekolah agar rapi dan terorganisir. Secara keseluruhan, kehadiran dan kinerja Humas sangat mendukung terpenuhinya berbagai indikator dalam proses akreditasi sekolah.

### **4. Kinerja Team Humas Sekolah Dalam Menjalin Komunikasi Yang Efektif**

#### **Dengan Masyarakat Sekitar Maupun Masyarakat Luas**

Kinerja tim Humas sekolah dalam menjalin komunikasi yang efektif dengan masyarakat sekitar maupun masyarakat luas sangat menentukan citra dan kepercayaan publik terhadap institusi pendidikan. Menurut Ifadah & Roesminingsih (2022), peran humas yang strategis tidak hanya terletak pada penyebaran informasi, tetapi juga dalam membentuk kerja sama yang sinergis antara sekolah dan masyarakat demi kemajuan pendidikan. Dukungan masyarakat yang tumbuh dari komunikasi dua arah ini terbukti mampu meningkatkan partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan sekolah dan memperkuat legitimasi kebijakan pendidikan yang dijalankan (Elyus & Sholeh, 2021). Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Humas dan Masyarakat sekitar, berikut ini adalah beberapa bentuk kinerja Humas di SMA N 3 Merangin dalam menjalin komunikasi yang efektif dengan masyarakat sekitar maupun masyarakat luas:

**a) Mantai Adat**

Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk nyata kinerja tim Humas sekolah dalam menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, yaitu melalui pelibatan aktif dalam kegiatan budaya lokal seperti Mantai Adat (kegiatan adat istiadat daerah setempat, dimana dilakukan dengan cara memotong belasan bahkan sampai puluhan kerbau/sapi dalam rangka menyambut bulan suci Ramadan). Dengan mengerahkan siswa dari jurusan TKJ(Teknik Komputer Jaringan) dan DKV untuk mendokumentasikan prosesi adat menggunakan teknologi seperti drone, tim Humas tidak hanya turut melestarikan kearifan lokal, tetapi juga memperkuat peran sekolah sebagai bagian dari komunitas.

Langkah ini memperlihatkan strategi komunikasi yang efektif menggabungkan media digital dengan nilai-nilai budaya untuk membangun citra positif sekolah di mata masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil wawancara dengan warga sekitar mereka membenarkan hal tersebut, bahwa benar SMK N 3 Merangin turut andil dalam kegiatan adat ini. Ini tentu saja menciptakan citra dan pandangan positif Masyarakat tentang sekolah.

**b) Rapat wali siswa**

Salah satu agenda tahunan yang menjadi tanggung jawab tim Humas adalah pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), yang melibatkan komunikasi intensif dengan wali murid. Sebelum siswa diberangkatkan ke tempat PKL, sekolah mengadakan rapat resmi yang dihadiri oleh seluruh wali murid. Dalam pertemuan tersebut, tim Humas menyampaikan informasi teknis terkait pelaksanaan PKL secara rinci, mulai dari jadwal keberangkatan, lokasi, aktivitas siswa selama PKL, hingga tanggung jawab dan evaluasi kinerja. Langkah ini menunjukkan bahwa Humas tidak hanya menjalankan fungsi informasi, tetapi juga membangun partisipasi orang tua dalam proses pendidikan.

Berdasarkan hasil wawancara, kegiatan ini mendapat respon yang sangat positif dari wali murid, Dimana mereka menuturkan bahwa dengan adanya rapat ini wali murid menjadi lebih aman dan percaya kepada sekolah selama anak mereka PKL, mereka merasa tidak ada yang di tutup-tutupi oleh sekolah mengenai kegiatan PKL. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala Humas, menuturkan bahwa sekolah juga telah melakukan beberapa kerja sama dengan Perusahaan atau Lembaga yang dapat mendukung kegiatan PKL ini. Di antara nya yaitu Toyota Jambi, Toyota Sarolangun, PLTA, PLN, dan Jambi TV.

**c) Upacara HUT RI di Kecamatan Pangkalan Jambu**

Salah satu bentuk nyata kinerja Humas SMK Negeri 3 Merangin dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat adalah dengan mengikutsertakan seluruh anggota paskibra dari siswa SMK dalam upacara HUT RI tingkat Kecamatan Pangkalan Jambu. Kegiatan ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi siswa

untuk tampil dan berkontribusi secara langsung dalam acara kenegaraan, tetapi juga membuka ruang interaksi antara sekolah dan masyarakat.

**d) Melibatkan ketua adat dalam kegiatan yang dilakukan sekolah**

Di Kecamatan Pangkalan Jambu, nilai-nilai adat masih sangat kuat dan menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. SMK Negeri 3 Merangin berhasil membangun hubungan yang erat dengan tokoh adat melalui hubungan kelembagaan. Ketua Komite Sekolah saat ini juga menjabat sebagai Ketua Lembaga Adat Pangkalan Jambu. Kondisi ini menjadi keunggulan tersendiri bagi sekolah karena secara tidak langsung, nilai-nilai adat telah terintegrasi ke dalam kehidupan dan kegiatan sekolah. Peran Humas sekolah dalam menjalin komunikasi yang baik dengan tokoh adat setempat turut memperkuat posisi sekolah sebagai bagian dari masyarakat adat.

Dalam upaya menjaga citra sekolah dan membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat, SMK Negeri 3 Merangin tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga memiliki mekanisme khusus dalam menangani isu atau berita miring yang beredar di lingkungan sekitar maupun di media sosial. Kecepatan dan ketegasan dalam merespons informasi negatif menjadi bagian penting dari strategi komunikasi pihak Humas.

Berdasarkan hasil wawancara, bila terdapat informasi negatif yang mencuat di masyarakat atau media, tim Humas segera melakukan tindakan cepat (*quick response*) dengan cara mendatangi langsung pihak yang menyebarkan berita tersebut. Tujuan dari langkah ini adalah untuk mencari kejelasan dan klarifikasi terkait kebenaran informasi tersebut.

## **KESIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas SMK Negeri 3 Merangin memiliki peran strategis dalam mendukung pencapaian tujuan institusi, khususnya dalam bidang promosi, komunikasi, dan akreditasi. Strategi promosi dilakukan secara langsung ke sekolah-sekolah tingkat pertama di wilayah sekitar selain itu juga melibatkan bantuan dari alumni. Penggunaan teknologi, khususnya media sosial seperti YouTube dan TikTok, menjadi media komunikasi yang aktif dan menarik untuk memperluas jangkauan informasi sekolah.

Dalam mendukung akreditasi, Humas berkontribusi melalui dokumentasi kegiatan, penyusunan profil sekolah (versi cetak dan video), serta pengaturan suasana yang ramah dan tertib saat kunjungan asesor. Humas juga menjadi penghubung komunikasi antara tim asesor dan seluruh pihak di sekolah. Selain itu, kinerja tim Humas dalam menjalin hubungan dengan masyarakat juga sangat baik, dibuktikan dengan keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan lokal seperti Mantai Adat, upacara HUT RI, dan kegiatan budaya serta keagamaan lainnya. Humas juga menjalin komunikasi dua arah dengan wali murid

melalui rapat-rapat rutin, khususnya menjelang kegiatan PKL, yang meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah.

Kemampuan Humas dalam menangani isu-isu negatif dengan respons cepat menunjukkan bahwa mereka tidak hanya fokus pada promosi, tetapi juga menjaga citra dan reputasi sekolah. Dengan demikian, kinerja Humas SMK Negeri 3 Merangin berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik sekolah, membangun kepercayaan masyarakat, serta mendukung kelancaran proses akreditasi dan kualitas layanan Pendidikan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, R., & Fauzi, N. (2022). Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah Melalui Komunikasi Efektif. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan*, 7(1), 45-57.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Elyus, D. S., & Sholeh, M. (2021). Strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di era pandemi COVID-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*. Vol 09(02)
- Hakim, M. N. (2019). Manajemen hubungan masyarakat dalam mengembangkan lembaga pendidikan (studi kasus di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto). *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 121-139.
- Ifadah, F. A., & Roesminingsih, E. (2022). Peran humas dalam membangun kerjasama di SMK. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*. Vol 10(02)
- Mushoffi, M. F., & Supardi, S. (2024). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di SMA Muhammadiyah 4 Porong: Sebuah Studi Kualitatif dengan Pendekatan Marketing Mix (7P). *Journal of Education Research*, 5(3), 3983-3994.
- Novitasari, N., Fitri, N. L., & Rohmah, A. N. M. (2022). Peran Manajemen Humas dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru di TK Dharma Wanita Singgahan Tuban TP. 2021/2022. *JECED: Journal of Early Childhood Education and Development*, 4(2), 129-142.
- Rakhman & Trihantoyo, S. (2020). Peran Hubungan Masyarakat Era Marketing 4.0 Dalam Meningkatkan Keterserapan Lulusan Program Keahlian Multimedia di SMKN 12 Surabaya. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 8(3), 199-212.
- Romadhona, A., & Rifqi, A. (2022). Peran media sosial dalam mendukung implementasi manajemen humas sekolah. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 613-624.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, P., & Hariono, B. (2020). Analisis Pengelolaan Humas dalam Pembangunan Citra Sekolah di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 34-47.
- Zachrofi, S. S., Fatimah, T., & Munthe, W. (2021). Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Peserta Didik Baru:(Studi Kasus di MTsS Al-Washliyah Simpang

Marbau, Labuhanbatu Utara). *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 276-283.