

## **STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU**

Moh. Rofiki<sup>1</sup>, Nur Siska Aprilia Putri<sup>2</sup>  
MPI FAI Universitas Nurul Jadid

[1mohrofik1984@unuja.ac.id](mailto:mohrofik1984@unuja.ac.id), [2mpi.2110900001@unuja.ac.id](mailto:mpi.2110900001@unuja.ac.id)

### **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the public relations strategy for increasing new student enrollment at SD Muhammadiyah 1 Paiton. Using a case study-based qualitative approach, this research explores the various promotional methods applied by the school's public relations, including the utilization of social media, organizing open houses, cooperation with kindergartens/early childhood, and fostering public relations. The results showed that well-planned and innovative PR strategies contributed significantly to the increase in the number of new students. The application of social media as a means of communication and promotion, as well as active interaction with audiences, are key factors in attracting prospective students and parents. In addition, open house programs and collaboration with other educational institutions also support the effectiveness of new student enrollment campaigns. With a sustainable and research-based strategy, SD Muhammadiyah 1 Paiton is able to increase its competitiveness in the world of education.*

*Keywords: Social Media, School Promotion, Student Admission, Public Relations*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru di SD Muhammadiyah 1 Paiton. Dengan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus, penelitian ini menggali berbagai metode promosi yang diterapkan oleh humas sekolah, termasuk pemanfaatan media sosial, penyelenggaraan open house, kerja sama dengan TK/PAUD, serta pembinaan hubungan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas yang terencana dan inovatif berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan jumlah peserta didik baru. Penerapan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi, serta interaksi aktif dengan audiens, menjadi faktor kunci dalam menarik minat calon siswa dan orang tua. Selain itu, program open house dan kerja sama dengan lembaga pendidikan lain turut mendukung efektivitas kampanye penerimaan siswa baru. Dengan strategi yang berkelanjutan dan berbasis riset, SD Muhammadiyah 1 Paiton mampu meningkatkan daya saingnya dalam dunia pendidikan.

Kata Kunci: Hubungan Masyarakat, Penerimaan Siswa, Media Sosial, Promosi Sekolah

#### **A. Pendahuluan**

Hubungan Masyarakat (humas) merupakan bagian penting dari

manajemen di lembaga pendidikan.

Tujuan utama humas menyebarkan informasi, membangun, menjaga, dan

mempererat hubungan baik untuk menciptakan citra positif bagi instansi tersebut. Setiap instansi memerlukan humas untuk mencapai tujuannya. Hubungan masyarakat di lembaga pendidikan bertujuan untuk membangun jaringan komunikasi yang efektif dengan masyarakat, menyampaikan informasi tentang program dan kebijakan. Peran ini sangat penting untuk menumbuhkan pemahaman dan dukungan, yang pada akhirnya berkontribusi pada inisiatif komunikasi strategi lembaga (Sinaga, Gultom, and Setiyadi 2024).

Tantangan utama dalam strategi humas untuk meningkatkan peserta didik baru adalah langkah-langkah yang diambil oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap sekolah (Anwar and Irsyad 2024). Keberadaan peserta didik sangat penting dalam proses pembelajaran di sekolah. Hal ini karena peserta didik memiliki peran ganda, yakni sebagai subjek yang aktif dan juga sebagai objek dalam memperoleh dan mentransformasikan keterampilan serta pengetahuan yang dibutuhkan oleh peserta didik. Setiap tahun ajaran baru, sekolah selalu terlibat dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru. Lembaga

pendidikan baik negeri maupun swasta, membuka pendaftaran peserta didik baru setiap tahunnya dengan menawarkan berbagai pelayanan pendidikan terbaik.

Saat ini setiap satuan pendidikan diharapkan dapat menciptakan inovasi baru untuk menarik minat calon peserta didik agar tertarik mendaftar. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala sekolah dan studi dokumen SD Muhammadiyah 1 Paiton, selama tiga tahun terakhir SD Muhammadiyah 1 paiton mengalami peningkatan setiap tahunnya (Lailatul, 2024).

**Tabel 1 Data Peserta Didik Baru Tiga Tahun Terakhir**

Jumlah Peserta Didik Baru

2022		2023		2024	
L	P	L	P	L	P
90	80	116	92	123	101
170		208		224	

Penelitian tentang hubungan masyarakat sudah banyak dilakukan, seperti penelitian oleh Wahyuni yang mengemukakan bahwa perencanaan humas untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru di sekolah dilakukan dengan menganalisis kondisi sekolah dan kebutuhan masyarakat, baik internal maupun eksternal (Wahyuni, 2020). Sementara itu, penelitian lainnya

hanya terfokus pada faktor internal dan eksternal tentang manajemen humas bahwa manajemen humas mencakup tiga aspek utama: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan program humas merupakan langkah awal yang penting untuk keberhasilan program. Pelaksanaan program dilakukan melalui kegiatan humas internal dan eksternal, dengan dukungan dari kepala sekolah, wakil kepala sekolah bagian humas, guru, karyawan, serta kerja sama dengan pihak luar dan elemen masyarakat seperti tokoh masyarakat dan tokoh agama (Mukarohmah and Fatimah 2023).

Penelitian juga dilakukan oleh Jafar yang menemukan bahwa strategi humas yang diterapkan fokus kepada partisipasi wali murid dalam pemantauan peserta didik dan kegiatan sekolah, namun penelitian sebelumnya fokus pada partisipasi wali dalam pemantauan peserta didik dan kegiatan sekolah (Makhin 2024). Selain itu, penelitian tentang humas menyoroti pentingnya keterlibatan humas dalam merancang kampanye promosi yang berbasis pada keunggulan akademik dan fasilitas sekolah untuk menarik lebih banyak peserta didik (Sholihah 2018).

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan adalah terletak pada objek yang dituju yaitu pada sekolah dasar berbasis riset yang menerapkan strategi humas secara efektif dalam meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Dengan melihat data tersebut, penting untuk melakukan penelitian ini, karena dapat membantu memperkuat posisi lembaga dalam persaingan pendidikan (Hermawan and Carnawi 2024).

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi hubungan masyarakat di SD Muhammadiyah 1 Paiton dalam meningkatkan peserta didik baru.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggali fenomena secara rinci, menganalisis pola-pola komunikasi yang dilakukan oleh humas dalam rangka meningkatkan minat calon siswa (Hakim and Rozi 2024). Pemilihan objek penelitian SD Muhammadiyah 1 Paiton didasari

kemudahan memperoleh data penelitian serta merupakan salah sekolah percontohan (Yulianti and Hidayat 2024). Teknik pengumpulan datanya melalui observasi partisipan, wawancara mendalam dengan informan (kepala sekolah, wakil kepala sekolah, waka humas, empat guru, serta komite sekolah) dan studi dokumentasi. Sedangkan, teknis analisis data terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (Elsherif 2024).

### **C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Strategi Humas dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru**

#### **1) Publikasi Sekolah Melalui Media Sosial**

SD Muhammadiyah 1 Paiton memanfaatkan *platform* seperti *Instagram*, *Facebook*, *tik tok*, dan *YouTube* untuk mempublikasikan informasi tentang sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, fasilitas, serta program unggulan lainnya. Septiani menuturkan bahwa promosi ini juga mencakup testimoni orang tua, video kegiatan siswa, dan materi pengenalan sekolah yang menarik, selain itu waka humas SD Muhammadiyah 1 Paiton juga selalu

mengikuti perkembangan trend media sosial dikalangan peserta didik (Septiani 2024).

Menurut Lailatul untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat, SD Muhammadiyah 1 Paiton melakukan langkah awal yaitu merencanakan dengan teliti materi yang akan disampaikan, tujuan, sasaran, strategi, dan metode penyampaiannya, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan memberikan pengaruh yang besar terhadap kemajuan lembaga. Dapat diketahui bahwa strategi humas dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru melalui media sosial dilakukan dengan beberapa tahapan yang dimulai dari perencanaan konten, pembuatan dan penyusunan konten, penyebaran konten, interaksi dengan *audiens*, serta pemantauan dan evaluasi yang digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 1 Tahapan Humas Melalui Media Sosial**

a) Perencanaan Konten

Dalam membuat konten berupa foto, video, dan infografis yang akan diupload ke media sosial, panitia PPDB SD Muhammadiyah 1 Paiton akan memilih tema dan topik yang bagus sesuai dengan tujuan dan sasaran yang akan dicapai (Septiani 2024).

b) Pembuatan dan Penyusunan Konten

Saat pembuatan konten waka humas akan membuat dengan kreatif mungkin baik dari segi ide dan inovasinya. Dalam konteks pemasaran digital yang meliputi branding. Konten yang bagus dan menarik merupakan kunci untuk membuat masyarakat tertarik untuk melihat (Fauziah 2024).

c) Penyebaran Konten

Konten yang sudah dibuat akan disebarkan melalui media sosial SD Muhammadiyah 1 Paiton seperti *Instagram*, *Facebook*, *Tik-Tok*, *YouTube* dan *WhatsApp* sekolah (Septiani 2024).

d) Interaksi dengan *Audiens*

Interaksi di sosial media juga digunakan oleh pihak humas SD Muhammadiyah 1 Paiton dengan membalas komentar dan menjawab pesan dengan cepat. Komunikasi tersebut dilakukan untuk mengetahui

*feedback* masyarakat terhadap sekolah. Komunikasi tersebut disebut dengan komunikasi dua arah dan komunikasi yang digunakan dalam bentuk verbal maupun non-verbal (Fauziah 2024).

e) Pemantauan dan Evaluasi

Pemantauan dan evaluasi ini dilakukan oleh pihak humas SD Muhammadiyah 1 Paiton dalam menilai seberapa efektif konten yang dibuat dan menarik. Tujuan dari pemantauan ini yaitu untuk memastikan sejauh mana hasil yang diperoleh dalam meningkatkan jumlah pendaftar peserta didik baru (Septiani 2024).

2) Pengenalan Sekolah (*Open House*)

Strategi humas yang dilakukan di SD Muhammadiyah 1 Paiton yaitu kegiatan *open house*, kegiatan tersebut berisi tentang pengenalan lapangan sekolah kepada siswa dan wali murid terkait kurikulum, sarana prasarana, dan kegiatan pembelajaran disekolah. Kegiatan tersebut dapat membangun hubungan sekolah dengan masyarakat dan stek holder pendidikan seperti orang tua dan alumni (Fauziah 2024).

Dalam menyelenggarakan kegiatan *open house* ini sebelumnya kepala sekolah sudah merencanakan

terkait SDM yang akan ikut sertakan, waktu pelaksanaan kegiatan, materi yang akan disampaikan serta fasilitas yang akan diberikan. Harapannya kegiatan tersebut berjalan dengan efektif (Agus 2024). Kegiatan open house ini juga dilaksanakan dalam bentuk lomba yang disebut dengan Mutu Festival. Tujuannya agar peserta lomba tertarik untuk menyekolahkan anaknya di SD Muhammadiyah 1 Paiton ini. Dalam kegiatan lomba tersebut sekolah akan membangun suasana yang ramah, respect dan menyenangkan. Kegiatan ini dilaksanakan secara rutin oleh tim PPDB SD Muhammadiyah 1 Paiton. Kegiatan tersebut dihadiri oleh seluruh kepala sekolah TK se-kecamatan paiton dan juga wali murid yang ingin mengikutkan anaknya lomba. (Handoyo, Nurdyansyah, and Haryanto 2020).

### 3) Bekerjasama dengan TK/PAUD

Strategi selanjutnya yang dilakukan oleh SD Muhammadiyah 1 Paiton untuk meningkatkan jumlah siswa pada setiap tahunnya seperti yang disampaikan oleh Septiani (2024) adalah dengan mengadakan kerja sama dengan TK/PAUD baik di luar unit Yayasan maupun dalam unit

yayasan yang serupa, diharapkan kesempatan untuk peningkatan jumlah siswa setiap tahunnya akan terus mengalami peningkatan. (Septiani 2024).

Lailatul juga menuturkan bahwa dengan melakukan kolaborasi atau kerjasama dengan TK/PAUD se Kecamatan paiton memiliki potensi besar dalam meningkatkan proses Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Kolaborasi ini tidak hanya memudahkan transisi anak-anak dari TK ke SD, tetapi juga dapat memperkenalkan SD kepada orang tua sejak dini dan membantu meningkatkan kualitas pendidikan secara keseluruhan (Lailatul 2024). Dengan terjalinnya kerja sama yang solid di antara semua pihak, akan terbangun hubungan yang harmonis dan saling pengertian antara sekolah, orang tua, masyarakat, serta lembaga-lembaga lain yang ada di sekitarnya (Ariyana, Ramdhani, and Sumiyani 2020).

### 4) Membina Hubungan Publik

Kegiatan selanjutnya yang dilakukan oleh SD Muhammadiyah 1 Paiton dalam pelaksanaan PPDB adalah kerjasama dengan pihak eksternal dan internal yang dilakukan bersama dengan komite dan *stake*

*holder*. Humas eksternal dengan melakukan *school community partnership* adapun pihak yang terlibat diantaranya: sekolah-sekolah mitra, Polsek Paiton, PJB Paiton, PT Pomi Paiton (Lailatul 2024). Humas internal yaitu adanya kerja sama antara guru, kepala sekolah, dan staf administrasi untuk memastikan kualitas pembelajaran yang optimal sehingga sekolah dapat menciptakan lingkungan yang kolaboratif dan supportif (Septiani 2024).

Berbagai strategi dan upaya telah dijabarkan untuk meningkatkan jumlah peserta didik melalui promosi dan kerja sama yang melibatkan berbagai pihak. Salah satu strategi utama yang dilakukan adalah perencanaan yang matang terkait pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat, baik itu mengenai program sekolah, fasilitas, maupun kegiatan pembelajaran yang ditawarkan (Maulina, Ramli, and Musdalifah 2024). SD Muhammadiyah 1 Paiton mengutamakan perencanaan yang terstruktur, meliputi materi yang akan disampaikan, tujuan yang ingin dicapai, sasaran yang dituju, serta metode yang digunakan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dan

memberikan dampak signifikan bagi kemajuan lembaga tersebut (Hariro, Ulkhaira, and Ramadhani 2024)

Salah satu elemen penting dalam strategi promosi yang diterapkan oleh sekolah ini adalah penggunaan berbagai media dan konten yang menarik untuk menarik perhatian audiens. Ini termasuk testimoni orang tua, video kegiatan siswa, dan materi pengenalan sekolah yang menarik. Hal ini menunjukkan bahwa SD Muhammadiyah 1 Paiton tidak hanya mengandalkan pendekatan tradisional dalam mempromosikan sekolah, tetapi juga mengintegrasikan media digital yang saat ini lebih banyak diminati masyarakat. Dengan strategi ini, pesan tentang kualitas pendidikan dan kehidupan sekolah dapat lebih mudah tersampaikan kepada masyarakat luas (Tripathi 2023).

Selain itu, strategi promosi yang dilakukan oleh SD Muhammadiyah 1 Paiton mencakup 5 tahapan yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan program Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Tahapan pertama adalah perencanaan konten yang matang, yang mencakup penentuan pesan yang akan disampaikan dan format yang akan

digunakan. Setelah itu, sekolah melakukan pembuatan dan penyusunan konten, yang diikuti dengan tahap penyebaran konten melalui berbagai platform yang relevan. Interaksi dengan audiens juga menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam tahapan ini, karena hal ini membantu sekolah membangun hubungan yang lebih erat dengan calon siswa dan orang tua. Pemantauan dan evaluasi dilakukan untuk melihat sejauh mana strategi yang diterapkan memberikan dampak yang diinginkan. Dengan siklus yang berkelanjutan ini, SD Muhammadiyah 1 Paiton memastikan bahwa setiap strategi promosi yang diterapkan selalu relevan dan efektif dalam meningkatkan jumlah siswa (Farichah and Wahyuni 2024).

Salah satu kegiatan penting dalam strategi promosi adalah penyelenggaraan *open house*. Kegiatan ini memungkinkan calon peserta didik dan orang tua untuk mendapatkan informasi langsung mengenai berbagai aspek sekolah, seperti fasilitas, kurikulum, dan kegiatan pembelajaran (Manuputty et al. 2023). Kegiatan *open house* ini juga memberikan peluang bagi sekolah untuk mempererat hubungan

dengan masyarakat sekitar dan membangun kemitraan dengan orang tua, alumni, atau pihak-pihak terkait lainnya. Namun, Penyelenggaraan *open house* memerlukan perencanaan yang matang dan pengelolaan yang efisien, termasuk dalam pengelolaan sumber daya seperti waktu, tenaga pengelola, serta materi yang disampaikan (Hernawati et al. 2024). Tanpa pengelolaan yang baik, *open house* berisiko menjadi kurang efektif dalam mencapai tujuannya. Untuk itu, pengelolaan kegiatan *open house* di SD Muhammadiyah 1 Paiton dilakukan dengan sangat hati-hati agar tujuan yang ingin dicapai dapat terlaksana dengan baik. Selain *open house*, kegiatan lain yang turut mendukung promosi adalah penyelenggaraan acara lomba, seperti Mufest (Mutu Festival). Mufest bertujuan untuk menarik perhatian calon siswa dan orang tua, serta memberikan kesempatan untuk merasakan langsung atmosfer sekolah yang menyenangkan dan interaktif. Integrasi lomba atau kompetisi dalam acara *open house* memberikan suasana yang lebih hidup dan memotivasi bagi para peserta. Hal ini juga dapat memperkenalkan sekolah

lebih jauh kepada masyarakat sekitar, bukan hanya fasilitas tetapi juga semangat dan dinamika kegiatan di dalam sekolah (Yulia 2019).

Selanjutnya, strategi kolaborasi juga menjadi bagian penting dalam meningkatkan jumlah siswa setiap tahunnya (Tahili et al. 2022). SD Muhammadiyah 1 Paiton aktif menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga pendidikan di luar dan dalam yayasan yang sama, khususnya dengan TK/PAUD yang ada di sekitar Kecamatan Paiton. Kerjasama ini diharapkan dapat mempermudah transisi anak-anak dari TK ke SD dan memperkenalkan SD Muhammadiyah 1 Paiton kepada orang tua sejak dini. Kolaborasi ini juga diharapkan dapat meningkatkan kualitas pendidikan secara keseluruhan, karena mempererat hubungan antar lembaga pendidikan yang saling mendukung. Selain itu SD Muhammadiyah 1 Paiton juga menekankan pentingnya kerjasama dengan stakeholder terkait, untuk mendukung promosi dan PPDB. Dengan menjalin kerjasama yang erat, sekolah dapat menciptakan lingkungan yang lebih kolaboratif dan suportif, yang tidak hanya mendukung peningkatan kualitas pendidikan tetapi juga meningkatkan kesejahteraan dan

motivasi bagi para guru dan staf sekolah (Aprila et al. 2024). Oleh karena itu, menjalin hubungan dengan pihak luar dan dalam sekolah merupakan strategi yang sangat berharga dalam mengembangkan sekolah.

### **E. Kesimpulan**

Strategi humas yang dilakukan di SD Muhammadiyah 1 Paiton yang meliputi publikasi sekolah melalui media sosial, *open house*, kerja sama dengan lembaga TK/SD se Kecamatan Paiton, membina hubungan publik eksternal dan internal yang berdampak positif terhadap keberhasilan pada saat penerimaan peserta didik baru (PPDB) dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru, dan kualitas sekolah. Dalam menggunakan media sosial dengan pembuatan video kegiatan siswa dan testimoni orang tua dalam kegiatan *open house* dan mufest dapat mempererat hubungan dan interaksi antar sekolah dengan wali murid. Dalam kegiatan tersebut juga melakukan kerja sama dengan lembaga lain seperti TK/PAUD untuk mempromosikan sekolah. Dalam penerapan strategi tersebut ada faktor pendukung seperti sumber daya

manusia, sarana dan prasarana, prestasi sekolah, dan liteasi guru. Adapun yang menjadi penghambat dalam pelaksanaannya seperti halnya keterbatasan waktu bagi guru, peserta didik, wali murid, dan teman sebaya.

Namun, penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang dapat diperbaiki dalam penelitian selanjutnya. Pertama, efektivitas strategi humas yang diterapkan belum diukur secara kuantitatif, sehingga penelitian mendatang dapat mengembangkan metode evaluasi berbasis data untuk mengetahui sejauh mana peningkatan jumlah peserta didik yang diperoleh dari masing-masing strategi. Kedua, penelitian ini belum membahas tantangan yang dihadapi dalam implementasi strategi humas, seperti kendala teknis dalam manajemen media sosial atau hambatan dalam membangun kerja sama dengan pihak eksternal. Ketiga, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi bagaimana strategi humas di sekolah ini dibandingkan dengan sekolah lain yang memiliki kondisi serupa untuk mengetahui best practice yang lebih optimal. Dengan memperbaiki keterbatasan tersebut, penelitian mendatang dapat memberikan

wawasan yang lebih komprehensif tentang efektivitas strategi humas dalam dunia pendidikan dasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus. 2024. Hasil wawancara dengan guru kelas pada tanggal 22 November 2024.
- Anwar, and Irsyad. 2024. "Strategi Memikat Hati Publik; Membentuk Citra Dan Opini Publik Di Lembaga Pendidikan Islam." *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* 6 (11). <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i11.5434>.
- Aprila, Feida Noorlaila Isti'adah, Salis Iklima, Isma Nurul Barokah, Lusi Susanti, Nazwa Ramadhani, and Lutfi Raihan. 2024. "Peran Guru Bimbingan Konseling Dalam Meningkatkan Efektivitas Konsultasi Dan Kolaborasi Di SMP Yayasan Islam Kota Tasikmalaya." *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia* 2 (3): 167–75. <https://doi.org/10.55606/jubpi.v2i3.3079>.
- Ariyana, Ariyana, Intan Sari Ramdhani, and Sumiyani Sumiyani. 2020. "Merdeka Belajar Melalui Penggunaan Media Audio Visual Pada Pembelajaran Menulis Teks Deskripsi." *Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, Dan Asing* 3 (2): 356–70. <https://doi.org/10.31540/silamparibisa.v3i2.1112>.

- Bianco, Anita. 2024. "Open Spaces and Emergent Dwellings. Innovative Solutions to Sustainable Renovation of Student Housing." *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* 1402 (1): 012015. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1402/1/012015>.
- Elsherif, Hesham Mohamed, ed. 2024. *Foundational Theories and Practical Applications of Qualitative Research Methodology: Advances in Library and Information Science*. IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2414-1>.
- Farichah, Ulin, and Akhtim Wahyuni. 2024. "Management Marketing of Multi Talent School: Manajemen Marketing Sekolah Multi Talent." <https://doi.org/10.21070/ups.5782>.
- Fauziah, Ismi. 2024. Hasil wawancara dengan wakil kepala sekolah pada tanggal 21 November 2024.
- Fitriah, Najmatul. 2024. Hasil wawancara dengan guru kelas pada tanggal 22 November 2024.
- Hakim, Muhammad Nur, and Fahrur Rozi. 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>.
- Handoyo, Muhammad, Nurdyansyah Nurdyansyah, and Budi Haryanto. 2020. "Marketing Strategy of New Schools in the Selection of New Students at AL Zamzam Sukodono Islamic Elementary School." *Proceedings of The ICECRS 7* (June). <https://doi.org/10.21070/icecrs2020367>.
- Hariro, Ulkhaira, and Ramadhani. 2024. "Perencanaan Dalam Administrasi Pendidikan." *Dewantara : Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora* 3 (3): 94–107. <https://doi.org/10.30640/dewanara.v3i3.2850>.
- Hermawan, Iwan and Carnawi. 2024. "Konsep Membangun Branding Image untuk Meningkatkan Kepercayaan Terhadap Lembaga Pendidikan Islam." *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management* 2 (1): 12–26. <https://doi.org/10.61553/ascent.v2i1.96>.
- Hernawati, Joseph Aldo Irawan, Abdul Khalim, Moch. Rizky Najmuddin, and Chondro Suryono. 2024. "Analisis Kinerja Humas Pada Marketing Kegiatan Open House Politeknik Pariwisata Prima Internasional." *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 3 (2): 445–51. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2441>.
- Huda, Samsul. 2024. Hasil wawancara dengan guru kelas bidang kesiswaan pada tanggal 23 November 2024.
- Irhamni, Lailatul. 2024. Hasil wawancara dengan kepala sekolah pada tanggal 21 November 2024.

- Makhin. 2024. "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Pendaftaran Peserta Didik Baru." *Khazanah Pendidikan - Jurnal Ilmiah Kependidikan(JIK)*, 18 (2.): 398–412. <https://dx.doi.org/10.30595/jkp.v18i2.23109>.
- Manuputty, Ricko Jordan, Penti Penti, Meti Agustina, Nanda Anjelia, and Rinie Rinie. 2023. "Availability of Facilities Supports Education Across All School Levels: Case Study of SDN 1 Sabaru." *Journal of Instructional and Development Researches* 3 (3): 86–100. <https://doi.org/10.53621/jider.v3i3.228>.
- Maulina, Maulina, Muhammad Ramli, and Musdalifah Musdalifah. 2024. "Strategi Kepala Sekolah Dan Komite Sekolah Dalam Pengembangan Sarana Prasarana Di Sekolah Smp Muhammadiyah 6 Makassar." *LEARNING: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran* 4 (2): 346–53. <https://doi.org/10.51878/learnin.g.v4i2.2898>.
- Mukarohmah, Ayun, and Siti Fatimah. 2023. "Implementation of Public Relations Management in Increasing Parental Participation in Elementary Schools." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2 (11): 3606–11. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i11.969>.
- Mustofiah, Meli. 2024. Hasil wawancara dengan guru kelas pada tanggal 23 November 2024.
- Rahayu, Mulyani, Happy Fitria, and Rohana Rohana. 2024. "Management of Educational Facilities and Infrastructure in Improving the Learning Process." *Journal of Social Work and Science Education* 5 (2): 588–97. <https://doi.org/10.52690/jswse.v5i2.793>.
- Septiani, Ayu. 2024. Hasil wawancara dengan waka humas pada tanggal 21 November 2024.
- Sholihah, Tutut. 2018. "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu." *J-MPI* 3 (2): 72–84. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>.
- Sinaga, Wellty Mely Betesda Br, Nur Hidayati Gultom, and Bradley Setiyadi. 2024. "Peran Komunikasi Dan Organisasi Humas Pada Lembaga Pendidikan." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 24 (3): 2594. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5107>.
- Sonianto, Herman. 2024. Hasil wawancara dengan guru kelas bidang sarpras pada tanggal 22 November 2024.
- Tahili, Mashuri H., Ismail Tolla, Muhammad Arifin Ahmad, Sulaiman Samad, Abdul Saman, and Pattaufi Pattaufi. 2022. "Developing the Strategic Collaboration Model in Basic Education." *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)* 11 (2): 817. <https://doi.org/10.11591/ijere.v11i2.21907>.
- Tripathi. 2023. "A Study on 'Attention Harvesting' Strategies Used by Mass Media and Its

Implications.” *Journal of Communication and Management* 2 (02): 153–57.  
<https://doi.org/10.58966/JCM20232215>.

Wahyuni,. 2020. “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Sd It Al Huda Sidayu Kabupaten Cilacap.”  
<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/id/eprint/7118>.

Yulia, Rahmah. 2019. “Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat.” INA-Rxiv.  
<https://doi.org/10.31227/osf.io/u8b2x>.

Yulianti, Hilda, and Rofiq Hidayat. 2024. “Marketing Communication Strategy 5.0 Public Relations In Increasing The Number Of Students.” *JETL (Journal of Education, Teaching and Learning)* 9 (2): 103.  
<https://doi.org/10.26737/jetl.v9i2.5920>.