

KOMUNIKASI STRATEGIS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF SEKOLAH : PADA SEKOLAH DASAR ISLAM TERPADU AR RAJWAA SAMARINDA SEBERANG

Nihan Kristiyani¹, Sri Wartini², Widyatmike Gede Milawarman³, Nurlaili⁴, Masrur Yahya⁵
^{1,2,3,4,5}FKIP Universitas Mulawarman

1nihanipldpi@gmail.com, 2sw.wartini@gmail.com, 3widyatmike@fkip.unmul.ac.id
4nurlaili@fkip.unmul.ac.id, 5masruryahyaalwi@fkip.unmul.ac.id

ABSTRACT

This research aims to find out and analyze strategic communication in building a positive image of favorite private schools. One favorite private school in Samarinda City is Ar Rajwaa Integrated Islamic Elementary School, especially in Samarinda Seberang District. The method in this study uses a descriptive qualitative method, with observation techniques, information collection in the form of data, literature studies and interviews. The results of this study discuss the strategic communication process carried out by the Ar Rajwaa Integrated Islamic Elementary School through the role of the public relations section, in interacting with students, educators and education staff and parents/guardians and the community so as to build a positive image of the school. The strategic communication that was prepared was carried out in the form of Islamic communication, transparency and accountability, educational and positive content, and welcoming with hospitality at school. In addition to strategic communication, SD IT Ar Rajwaa carries out imagery through story telling, branding and alumni testimonials. SD IT Ar Rajwaa has a queue of prospective students for the next 3 (three) years, as many as 98 children.

Keywords: *positive image of the school, public relations, strategic communication*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis komunikasi strategis dalam membangun citra positif sekolah swasta favorit. Sekolah satu sekolah swasta favorit di Kota Samarinda adalah SD Islam Terpadu Ar Rajwaa terutama di Kecamatan Samarinda Seberang. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan Teknik observasi, pengumpulan informasi dalam bentuk data, studi literatur dan wawancara. Hasil penelitian ini membahas tentang proses komunikasi strategis yang dilaksanakan oleh SD Islam terpadu Ar Rajwaa melalui peran bagian hubungan masyarakat, dalam berinteraksi dengan peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan dan orang tua/walimurid serta masyarakat sehingga dapat membangun citra positif

sekolah. Komunikasi strategis yang disusun, dilaksanakan berupa komunikasi keislaman, transparansi dan akuntabilitas, konten edukatif dan positif, serta penyambutan dengan keramahan di sekolah. Selain komunikasi strategis, SD IT Ar Rajwaa melaksanakan pencitraan melalui *story telling, branding* dan testimoni alumni. SD IT Ar Rajwaa memiliki antrian calon peserta didik selama 3 (tiga) tahun ke depan, sebanyak 98 anak.

Kata Kunci: citra positif sekolah, hubungan masyarakat, komunikasi strategis

A. Pendahuluan

Peningkatan kualitas lembaga pendidikan di era globalisasi dan digitalisasi ini merupakan tantangan tersendiri dalam mempertahankan sekaligus meningkatkan eksistensi dalam dunia pendidikan. Langkah inovatif dan kreatif dapat dilakukan dengan mempelajari analisis kebutuhan masyarakat terhadap kualitas pendidikan. Lembaga pendidikan juga diharapkan mampu menghasilkan output yang memiliki karakter serta keunggulan kompetitif dalam menghadapi masa depan, salah satunya adalah melalui pembentukan citra positif sekolah kepada warga sekolah dan masyarakat luas.

Output Lembaga pendidikan, salah satuya adalah mampu menyiapkan dan menghasilkan lulusannya menjadi pemimpin masa depan yang mengerti membantu dan menghormati sesama, memiliki kecerdasan intelektual, spiritual,

dan emosional. Tidak hanya memiliki kemampuan akademik namun juga kepekaan sosial kemasyarakatan. Artinya lulusan yang dapat meyesuaikan diri dalam pergaulan masyarakat serta bermanfaat bagi sesama sesuai nilai-nilai keagamaan dan norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Citra suatu lembaga tidak bisa terjadi dengan instant, citra bisa dibentuk dan dipertahankan melalui strategi yang tepat serta melakukan kegiatan guna membangun citra lembaganya. Seiring dengan perkembangan zaman, banyak lembaga pendidikan dasar tumbuh di tengah-tengah masyarakat. Setiap lembaga saling berkompetisi untuk menarik perhatian masyarakat melalui program unggulan yang menjadi ciri khas lembaga. Hal tersebut berimplikasi pada masyarakat dimana mereka memiliki banyak pilihan lembaga pendidikan terbaik untuk anggota keluarganya. Pertimbangan masyarakat dalam

menentukan lembaga pendidikan salah satunya dipengaruhi oleh citra suatu lembaga pendidikan (Dewi Agus Triani, 2021).

Tingkat pengetahuan orang tua terhadap kebutuhan pendidikan seperti apa yang dibutuhkan anaknya menjadi faktor yang paling dominan dalam memilih sekolah tujuan, dimana orang tua selaku bagian dari masyarakat memiliki harapan, ketertarikan, dan rasa senang yang dapat menumbuhkan motivasi orang tua untuk menyekolahkan anaknya di sekolah yang dituju (Susilowati, 2012 dalam ut Erna Wijayanti, 2023).

Masyarakat terutama para orang tua menginginkan rasa aman terhadap pendidikan putra putrinya. Selain pendidikan akademik orang tua mengharapkan agar Lembaga pendidikan tempat putra putrinya menuntut ilmu dapat memberikan pendidikan akhlaq dan adab yang benar. Putra putrinya dapat memahami sopan santun, beretika dan bermoral baik. Oleh karena itu diperlukan komunikasi yang tepat antara lembaga pendidikan dan masyarakat terutama orang tua agar terbentuk citra positif sekolah termasuk

penyampaian program pembelajaran dan kurikulum sekolah dalam mendidik putra putrinya di sekolah. Selain itu Lembaga pendidikan juga perlu menyampaikan tentang sumber daya yang dimiliki suatu lembaga pendidikan baik itu sumber daya manusia yang kompeten dan Amanah, terdiri atas tenaga pendidikan dan kependidikan, sumber daya sarana prasarana dan peralatan yang memadai, sumber daya anggaran yang diperlukan maupun metode yang digunakan dalam pengelolaan sumber daya yang tersedia, dikenal dengan istilah 5M (*Man, Machine, Money, Methode, Material*).

Kesemuanya ini dilaksanakan secara baik dan terpercaya oleh Lembaga pendidikan diharapkan dan pada akhirnya dapat membangun citra positif lembaga pendidikan di mata masyarakat. Dalam pengelolaan seluruh sumber daya yang tersedia, Man/Sumber Manusia sebagai pelaku atau subjek pengelola diharapkan memahami strategi pengelolaan sumber daya agar dapat mencapai hasil yang optimal. Komunikasi strategis menekankan pada penggunaan pesan untuk mencapai tujuan, menggunakan

lambing lambang yang mengandung arti (bahasa/symbol verbal). Tujuan dari komunikasi strategis adalah *to inform* (memberikan informasi), *to remind* (mengingatkan), *to persuade* (mempengaruhi / meyakinkan). Oleh karena itu, dalam pelaksanaan strategis dibutuhkan strategi komunikasi.

Komunikasi strategis dilaksanakan dengan tujuan tertentu. Dalam konteks komunikasi strategis, tujuan untuk menginformasikan, mengingatkan, dan meyakinkan, merupakan landasan yang kuat untuk membangun pesan yang efektif. Strategi adalah rencana jangka panjang yang disusun untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut para ahli, strategi memiliki pengertian sebagai berikut:

- a. Menurut Griffin (2000) mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi.
 - b. Craig & Grant (1996) mendefinisikan strategi sebagai penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang, serta arah tindakan dan alokasi sumber daya.
 - c. Johnson dan Schools (2016) mendefinisikan strategi sebagai arah dan ruang lingkup organisasi dalam jangka Panjang.
 - d. Siagian (2016) mendefinisikan strategi sebagai rangkaian keputusan dan tindakan yang dibuat manajemen puncak untuk mencapai tujuan organisasi.
- Faktor utama selain pemahaman dan penerapan strategi, pengelola Lembaga pendidikan diharapkan juga memahami tentang komunikasi yang tepat dalam menyampaikan suatu Lembaga pendidikan terkait keunggulan yang dimiliki agar memunculkan kepercayaan masyarakat khususnya orang tua dalam menentukan Lembaga pendidikan tempat putra dan putrinya menuntut ilmu.
- Dari beberapa pengertian tentang komunikasi dan strategi di atas dapat disimpulkan, bahwa pengertian komunikasi strategis adalah suatu rangkaian tindakan sistematis yang memiliki arah untuk menginformasikan, mengingatkan, dan meyakinkan dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia.untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Berdasarkan seluruh pemaparan di atas maka penulis akan membuat artikel mengenai Komunikasi Strategis dalam Membangun Citra Positif Sekolah pada Sekolah Dasar Islam Terpadu Ar Rajwaa Samarinda Seberang. Sekolah ini menjadi favorit karena banyak orang tua yang berminat mempercayakan pendidikan putra putrinya, terbukti sampai dengan saat ini terdapat calon siswa rela mengantre (*indent*) untuk bersekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu Ar Rajwaa. Datanya adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Daftar Antrian Calon Siswa SD Ar Rajwaa Samarinda Seberang

No	Tahun	Jumlah Calon Siswa
1	2026	42 anak
2	2027	37 anak
3	2028	19 anak
Jumlah		98 anak

Sumber : Data SD IT Ar Rajwaa per 11 Juli 2025

Pemilihan Sekolah Dasar Islam Terpadu Ar Rajwaa Samarinda Seberang sebagai objek penelitian didasarkan pada posisinya merupakan salah satu sekolah swasta yang dirujuk oleh Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Samarinda sebagai sekolah swasta berprestasi dan memiliki citra positif di

masyarakat di Kota Samarinda, terutama di Kecamatan Samarinda Seberang.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Informan yang menjadi key person adalah kepala sekolah, SD Islam Terpadu Ar Rajwaa Samarinda Seberang. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Fokus dalam penelitian ini adalah menganalisis komunikasi strategis dalam membangun citra sekolah swasta favorit di Kota Samarinda.

Analisis data menggunakan analisis data kualitatif yang dilakukan dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain . (Moleong, 2014). Tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian mengacu pada teori (Miles and Huberman, 2013). Tahapan pertama pengumpulan data.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Profil SD Islam Terpadu Ar Rajwaa

Sekolah Islam Terpadu Ar Rajwaa adalah lembaga pendidikan yang berdiri dengan visi “Membentuk Generasi Cerdas Ilman berilmu beramal”, yakni anak-anak yang tumbuh dengan kecerdasan intelektual, spiritual, dan emosional. Berlokasi di jantung Samarinda Seberang, sekolah ini dikenal masyarakat karena pendekatannya yang lembut namun kuat dalam membangun karakter anak.

Dengan dua satuan Pendidikan TKIT dan SDIT Ar Rajwaa tidak hanya menekankan aspek akademik, namun juga keseharian yang dilandasi adab, akhlak, ibadah, dan pembiasaan sunnah Rasulullah ﷺ. Sejak menjadi Sekolah Penggerak, Ar Rajwaa semakin aktif menghadirkan inovasi pembelajaran, memperkuat komunitas belajar GTK, dan menjalin komunikasi strategis dengan orang tua serta masyarakat luas. Berdasarkan Dapodik per 15 April 2025, data Peserta Didik, Pendidikan dan Tenaga Kependidikan pada SD Islam Terpadu Ar rajwaa, adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Jumlah Peserta Didik dan Pegawai SD IT Ar Rajwaa Samarinda Seberang

Uraian	Jumlah
Peserta Didik	362
Rombongan Belajar	12
Guru	12
Ruang	12
Pegawai Tata Usaha	1

Sumber : Manajemen Dapodikdasmen (Pertanggal 15 April 2025) <https://dapo.kemdikdasmen.go.id/pd/3/166003>:

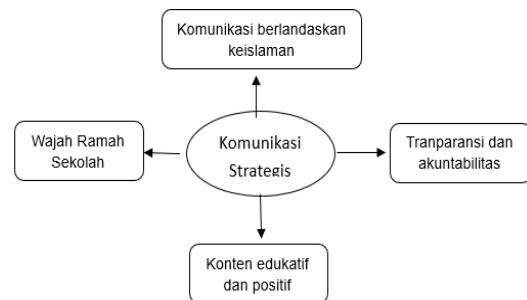
SD Islam Terpadu Ar Rajwaa, beralamatkan di Jalan Bung Tomo Gang Reel 8 No. 60 RT 25 Kecamatan Samarinda Seberang, Kota Samarinda, Propinsi Kalimantan Timur. Melalui Visi yang telah dituliskan sebelumnya SD IT Ar Rajwaa Menyusun beberapa misi yang akan dijalankan untuk mencapai visi, diantaranya adalah 1) malaksanakan sholat lima waktu dengan kesadaran, baik di lingkungan rumah dan sekolah 2) memiliki sifat menghargai orang tua dan guru 3) menanamkan sikap disiplin dan percaya diri 4) meningkatkan kualitas diri dalam bidang akademik dan hafalan Alqur'an 5) berkemampuan melakukan komunikasi dengan baik 6) melatih siswa untuk memiliki sifat dermawan 7) melakukan pembiasaan 5S (senyum, sapa, salam, sopan dan santun) 8) melaksanakan

budaya bersih 9) meningkatkan rasa Kerjasama di lingkungan sekolah.

Komunikasi Strategis SD IT Ar Rajwaa

Komunikasi strategis sekolah dengan masyarakat merupakan faktor yang penting dalam membangun citra positif sekolah. Dalam wawancara bersama Ibu Nurida., S.Pd, salah satu pimpinan Yayasan Ar Rajwaa beliau menyampaikan bahwa, "Sebagai sekolah Islam terpadu, persepsi masyarakat dibentuk bukan hanya dari apa yang kami katakan, tapi dari apa yang mereka (murid dan masyarakat) rasakan. Maka komunikasi kami selalu dirancang tidak sekadar informatif, tapi juga membangun hubungan yang penuh nilai".

"Di Ar Rajwaa, kami tidak hanya mendidik anak untuk cerdas secara akademik. Kami membangun peradaban kecil di lingkungan sekolah tempat anak tumbuh dengan adab, guru menjadi teladan, dan masyarakat melihat bahwa sekolah Islam bisa modern, berkualitas, dan membumi."Lanjut Ibu Ida.



Gambar 2 Pendekatan Komunikasi Strategis SD IT Ar Rajwaa

Strategi komunikasi yang dijalankan di Ar Rajwaa antara lain:

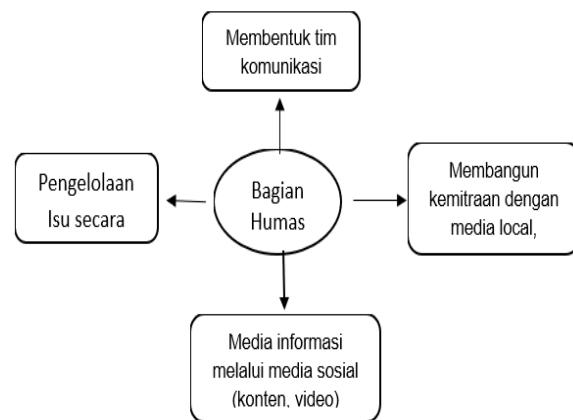
1. Komunikasi yang berlandaskan nilai yang selalu mengedepankan nilai keislaman, kasih sayang, dan keteladanan dalam semua interaksi, baik dengan siswa, orang tua, maupun masyarakat.
2. Transparansi dan akuntabilitas
Membuka ruang komunikasi dua arah melalui forum parenting, rapat wali murid, grup WhatsApp, dan media sosial.
3. Konten yang edukatif dan positif
Melalui media sosial, SD It Ar Rajwa menyajikan konten-konten inspiratif tentang aktivitas siswa, nilai karakter, dan pencapaian sekolah agar masyarakat melihat langsung semangat kebaikan dari dalam.

4. Wajah ramah sekolah

Setiap tamu, calon wali murid, hingga pengantar siswa akan disambut dengan senyum dan layanan yang humanis – ini bagian dari citra positif yang kami jaga konsisten. Penyebaran informasi melalui konten yang dipublikasikan dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap perusahaan, dengan pentingnya pengemasan yang kreatif oleh Public Relations untuk menjaga reputasi perusahaan (Virgin dan Dian, 2022, dalam Yohanes, 2024).

Peran Humas di SD IT Ar Rajwaa

Menjalin komunikasi yang baik, merupakan peran salah satu manajemen sekolah yang biasa disebut Bagian Humas (Hubungan Masyarakat)/ Public Realtion. "Di SD IT Ar Rajwaa, peran Humas tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi sebagai penjaga citra dan penjembatan silaturahmi antara sekolah dan masyarakat." ungkap salah satu pimpinan Yayasan Ar Rajwaa, Ibu Nurida, S.Pd pada hari Jumat, tanggal 11 Juli 2025 dalam wawancara bersama penulis. Berikut Gambar Peran Humas di SD IT Ar Rajwaa Samarinda.



Gambar 2 Peran Bagian Humas SD IT Ar Rajwaa Samarinda Seberang

Humas di dalam kegiatannya melakukan fungsi dari manajemen yang memiliki ciri dari kegiatan yang di preogramkan dan juga dilakukan dengan cara keberlanjutan oleh perusahaan dan juga sebuah lembaga baik lembaga pemerintahan maupun swasta digunakan guna mendapatkan dan juga menjalin hubungan yang saling memahami, pengertian dan juga mendukung perusahaan atau lembaga tersebut mempunyai keterkaitan cara melakukan evaluasi akan pendapat dari masyarakat guna memperoleh hubungan kebijakan untuk terpenuhinya kepentingan bersama yang lebih baik yang terencana dan disebarluaskan. (Susilowati, et all, 2024).

Beberapa pendekatan yang dilakukan Bagian Humas SD IT Ar Rajwaa, diantaranya adalah :

1. Membentuk tim komunikasi sekolah (Bagian Hubungan Masyarakat) yang terdiri dari guru, staf admin, dan media kreatif yang secara rutin merancang pesan sekolah.
2. Membangun kemitraan dan kerja sama dengan media lokal, komunitas parenting, dan tokoh masyarakat untuk menyampaikan citra positif sekolah secara luas.
3. Media informasi berkelanjutan
Baik konten video, maupun update media sosial, dan memastikan bahwa masyarakat tidak hanya mendapat informasi, tapi juga merasakan kedekatan dan kepercayaan.
4. Mengelola isu secara bijak
Pengelolaan isu ini dilakukan sesuai protokol komunikasi saat menghadapi isu atau miskomunikasi agar diselesaikan dengan dialog terbuka dan pendekatan solutif.

Upaya-upaya membangun citra sekolah ini disusun bersama dengan stakeholder sekolah. Program dibuat secara kolektif oleh kepala sekolah di bantu oleh tim yang dibentuk oleh kepala

sekolah yang terdiri dari guru yang dianggap kompeten, staf admin dan media kreatif untuk merumuskan program, melaksanakan sekaligus mengevaluasi sampai pada pengelolaan isu secara baik, salah satunya adalah menciptakan citra positif sekolah.

Pencitraan Visual & Hashtag Event
dijalankan oleh SD IT Ar Rajwaa menggunakan tema desain khusus, dokumentasi profesional, dan tagar khusus di media sosial agar event sekolah mendapat perhatian luas. Hal ini sangat bermanfaat baik bagi sekolah dalam menciptakan citra positif sekolah dan komunikasi yang strategis kepada masyarakat luas. Selain itu orang tua saat ini yang tidak lagi asing dengan berbagai berita maupun event di media sosial menjadi lebih mengetahui dan senang mendapatkan informasi tentang kegiatan kegiatan pitra putrinya di sekolah memalui penyampaian berita maupun video di media sosial sekolah.

Komunikasi melalui media sosial ini juga merupakan salah satu bentuk *transparancy* atau keterbukaan public terhadap layanan pendidikan di sekolah, sehingga dapat menciptakan respon

positif di kalatang orang tua maupun masyarakat.

Upaya *Story Telling, Branding* dan Testimoni Alumni dan SD IT Ar Rajwaa *Story Telling*

Storytelling atau istilah dalam Bahasa Indonesia adalah Bercerita, merupakan sebuah seni bercerita yang dapat digunakan sebagai sarana untuk menanamkan nilai-nilai pada anak yang dilakukan tanpa perlu menggurui sang anak.. *Storytelling* dapat dikatakan sebagai cabang dari ilmu sastra yang paling tua sekaligus yang terbaru. Meskipun tujuan dan syarat-syarat dalam *storytelling* berganti dari abad-ke abad, dan dari kebudayaan satu ke kebudayaan lain, *storytelling* berkelanjutan untuk memenuhi dasar yang sama dari kebutuhan-kebutuhan secara sosial dan individu.

Dalam Jurnal Surya Priambudi dan Yeni Probawati, 2019, menjelaskan bahwa, bercerita adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang secara lisan kepada orang lain dengan alat tentang apa yang harus disampaikan dalam bentuk pesan, informasi atau hanya sebuah dongeng yang dikemas dalam bentuk cerita yang dapat didengarkan

dengan rasa menyenangkan (Madyawati L, 2016, hlm. 162). Nurgiyantoro (dalam Madyawati L, 2016, hlm. 162) berpendapat bahwa bercerita merupakan kegiatan berbahasa yang bersifat produktif. Artinya, dalam bercerita seseorang melibatkan pikiran, kesiapan mental, keberanian, perkataan yang jelas sehingga dapat dipahami oleh orang lain. Metode bercerita tersebut atau *story telling* adalah teknik yang dianggap menarik untuk anak-anak yang juga dipercaya akan meningkatkan kemampuan berbahasa anak sehingga anak mampu menyampaikan perasaan, pikiran, keinginan, permintaan, dan harapan mereka (Setyowati, 2018). Latif A (2012) mengemukakan bahwa bercerita adalah metode yang sangat baik dalam pendidikan. Pada umumnya cerita disukai oleh jiwa manusia karena memiliki pengaruh yang menakjubkan untuk dapat menarik perhatian pendengar dan membuat seseorang bisa mengingat kejadian-kejadian dalam sebuah kisah dengan cepat.

SD IT Ar Rajwa, juga melaksanakan Program *Story Telling*. "Kami percaya bahwa kisah adalah cara terbaik menanamkan nilai dan

membangun kedekatan emosional. Maka *storytelling* menjadi ruh dalam strategi komunikasi kami." Hasil Wawancara bersama Narasumber : Ibu Nurida., S.Pd. Beberapa bentuk *storytelling* yang dilaksanakan antara lain :

1. Cerita inspiratif keseharian di kelas Guru menuliskan atau merekam cerita anak-anak yang belajar berbagi, belajar jujur, atau berani tampil lalu disebarluaskan di grup orang tua atau media sekolah.
2. Dari Balik Lensa Ar Rajwaa Dokumentasi foto dengan narasi menggugah yang menampilkan proses belajar siswa sebagai pengalaman yang menyentuh.
3. Kisah perjuangan guru dan siswa Kami angkat cerita guru yang mendampingi anak-anak dengan penuh kesabaran, atau kisah siswa yang berhasil menghafal Juz Amma dengan kerja keras.
4. Storytelling visual Video pendek kegiatan, mini dokumenter, atau kutipan harian dari anak-anak juga menjadi bagian dari strategi kami memperkuat narasi sekolah yang hidup dan bernyawa

Dalam kegiatan proses *storytelling* menjadi sangat penting karena dari proses inilah nilai atau pesan dari cerita tersebut dapat sampai pada anak. Pada saat proses *storytelling* berlangsung terjadi sebuah penyerapan pengetahuan yang disampaikan pencerita kepada *audience*.

Event Branding untuk Memperkuat Reputasi Sekolah

Membangun *branding* sekolah bukan hanya sekedar pilihan namun sudah menjadi kebutuhan di era modern ini. *Branding* sekolah melibatkan proses menciptakan citra yang kuat dan positif tentang institusi pendidikan tersebut di mata masyarakat luas.

Dalam wawancara narasumber menyampaikan bahwa "Kami menyadari bahwa *event* bukan hanya seremoni, tetapi media syiar dan penguatan identitas. Maka setiap *event* kami rancang untuk menanamkan kesan mendalam."

Event-event unggulan yang kami branding kuat di Ar Rajwaa antara lain

1. Wisuda Tahfidz dan Pentas Seni

Acara yang menggabungkan prestasi akademik dan spiritual, menampilkan penampilan anak-anak yang sarat

makna Islami dan profesional dalam pengemasan.	membawa cahaya itu seumur hidupnya.
2. Munaqosah Cilik dan Uji Kompetensi Tahfidz Di Sekolah Islam Terpadu Ar Rajwaa, anak-anak tak hanya belajar membaca, tetapi juga mencintai dan menghafal Al-Qur'an sejak dini. Salah satu program unggulan kami adalah Munaqosah Cilik untuk jenjang TK dan Uji Kompetensi Tahfidz bagi siswa SD.	4. Festival Muharram dan Parenting Awal Tahun Event ini membangun keterlibatan masyarakat dan memperkenalkan nilai-nilai Islam sebagai ruh sekolah.
3. Munaqosah Cilik adalah ujian hafalan Al-Qur'an yang dilakukan secara terbuka, penuh semangat dan kebanggaan. Anak-anak menyetorkan hafalan Juz 30 atau surat pilihan dengan adab dan kepercayaan diri di hadapan guru dan orang tua. Sementara di tingkat SD, uji tahfidz dilakukan secara bertahap—meliputi kelancaran, tajwid, dan adab dalam menyetor. Program ini membentuk karakter jujur, tangguh, dan cinta Al-Qur'an. Lebih dari sekadar evaluasi, ini adalah perayaan proses dan iman. Kami percaya, anak-anak yang tumbuh bersama Al-Qur'an akan	5. Open House Momentum untuk menunjukkan budaya sekolah, kualitas guru, dan karakter siswa kepada masyarakat luas.

Testimoni Alumni

"Alumni adalah saksi nyata dari perjalanan sekolah. Suara mereka membawa kredibilitas dan harapan baru bagi generasi setelahnya."

Strategi memaksimalkan testimoni alumni antara lain

1. Mengundang alumni dalam kegiatan besar seperti Wisuda Tahfidz, Milad Sekolah, atau Seminar Motivasi.
2. Merekam testimoni visual
Membuat video singkat testimoni alumni tentang pengalaman mereka saat di Ar Rajwaa, nilai yang mereka bawa, dan kebermanfaatannya dalam kehidupan lanjut mereka.
3. Testimoni orang tua alumni
Orang tua yang menceritakan bagaimana anak mereka berubah

menjadi pribadi tangguh dan santun setelah belajar di sini testimoni ini kami arsipkan dan rencana tampilkan dalam forum tertentu.

4. Menghubungkan alumni dan adik kelasnya

Beberapa alumni aktif memberikan motivasi melalui pertemuan langsung pada momen tertentu, sebagai bagian dari program Alumni Menginspirasi.

Testimoni alumni merupakan salah satu cara yang efektif dalam menciptakan citra positif sekolah, hal ini tidak perlu pembuktian ulang, karena yang bercerita sudah merasakan layanan pendidikan di sekolah tersebut.

Dokumentasi Program Unggulan



Gambar 3
Karya SD IT Ar Rajwaa – Batik Eco Print



Gambar 4
Pemenang Lomba



Gambar 5
Penghargaan Anak Tasmi'

D. Kesimpulan

Komunikasi strategis yang disusun, dilaksanakan berupa komunikasi keislaman, transparansi dan akuntabilitas, konten edukatif dan positif, serta penyambutan dengan keramahan di sekolah. Selain komunikasi strategis, SD IT Ar Rajwaa melaksanakan pencitraan melalui *story telling, branding* dan testimoni alumni dan berhasil mendapatkan kepercayaan dari orang tua murid dan masyarakat. Selain

komunikasi strategis melalui berbagai kegiatan tersebut, SD IT Ar Rajwaa, juga memiliki kurikulum pembelajaran yang memenuhi keinginan pasar pendidikan, dan meyakinkan orang tua atau masyarakat terutama kalangan muslim, melalui program Bina Pribadi Islam, kegiatan ekstrakurikuler, seperti memanah, Pramuka dan Program TPA Ar Rajwaa seperti Tahsin dan Tahfidz. Citra Positif SD It Ar Rajwaa sudah terbangun di kalangan masyarakat.

Usia Sekolah Dasar. Prosiding PKM CSR Journal on Education Volume 02, P-ISSN: e-ISSN: 2655-3570 Website: 356- Article%20Text%20(Fullpaper)- 2933-2-10-20200129.pdf
Manajemen Dapodikdasmen
(Pertanggal 15 April 2025)

DAFTAR PUSTAKA

- Yonahes Tumpak Pangabean, dkk, 2024. Strategi KOMunikasi Publik Relation SMAN 10 Kota Bogor dalam Membangun Citra Positif di Akun Media Sosial Instragram. Nivedana. Jurnal Komunikasi dan Bahasa. Volume 5 No. 4, Desember 2024, DOI : <https://doi.org/10.53565/nivedana.v5i4.1436>
- Susilowati, dkk, 2022. Strategi Hubungan Masyarakat Pascasarjana Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mandala Indonesia (STIAM) Dalam Membentuk Citra Positif. (2022). *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 44-49. <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1009>
- Surya Priambudi, dkk 2019. Story Telling untuk Meningkatkan Kemampuan Berbahasa Indonesia Anak Anak