

STRATEGI MANAJEMEN KEHUMASAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF SEKOLAH ERA DIGITAL

Histura Priya Jati¹, Sunhaji²

^{1,2}UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri,

¹priyajatihistura@gmail.com, ²a.sunhaji@gmail.com,

ABSTRACT

Advances in information technology have encouraged schools to increasingly maximize the role of public relations management in building a positive image through the use of digital media. This study aims to examine the digital public relations strategies implemented by schools to strengthen their reputations, expand public communication, and increase information reach. Using a qualitative case study approach, this study explores digital public relations practices through interviews, observations, and documentation analysis at schools that actively manage social media and websites as their primary communication channels. The research findings indicate that consistent digital publications, engaging content presentation, and professional social media management can significantly increase school visibility. Furthermore, two-way interaction with the public through comments, private messages, and virtual activities has been shown to strengthen emotional bonds and increase public trust in schools. Digital public relations strategies also contribute to the formation of a positive image through neat visual displays, inspiring narratives, and the rapid and accurate delivery of information. This study confirms that the success of public relations management in the digital era is greatly influenced by the quality of content, the consistency of publications, and the school's ability to utilize communication technology. The research results provide theoretical contributions to the development of educational public relations studies and offer practical recommendations for schools to improve the quality of digital communication. Thus, digital public relations strategies are a crucial effort in building a sustainable positive school image amidst the increasingly rapid development of information technology.

Keywords: public relations management, school image, communication strategy

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi telah mendorong sekolah untuk semakin memaksimalkan peran manajemen kehumasan dalam membangun citra positif melalui pemanfaatan media digital. Penelitian ini bertujuan menelaah strategi kehumasan digital yang diterapkan sekolah dalam memperkuat reputasi, memperluas komunikasi publik, serta meningkatkan jangkauan informasi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, penelitian ini menelusuri praktik kehumasan digital melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi pada sekolah yang aktif mengelola media sosial dan situs web sebagai saluran

komunikasi utama. Temuan penelitian menunjukkan bahwa publikasi digital yang dilakukan secara konsisten, penyajian konten yang menarik, serta pengelolaan media sosial secara profesional mampu meningkatkan visibilitas sekolah secara signifikan. Selain itu, adanya interaksi dua arah dengan masyarakat melalui komentar, pesan pribadi, dan kegiatan virtual terbukti memperkuat ikatan emosional sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap sekolah. Strategi kehumasan digital juga berkontribusi pada pembentukan citra positif melalui tampilan visual yang rapi, narasi yang inspiratif, serta penyampaian informasi yang cepat dan akurat. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan manajemen kehumasan di era digital sangat dipengaruhi oleh kualitas konten, konsistensi publikasi, serta kemampuan sekolah dalam memanfaatkan teknologi komunikasi. Hasil penelitian memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian kehumasan pendidikan sekaligus menawarkan rekomendasi praktis bagi sekolah untuk meningkatkan kualitas komunikasi digital. Dengan demikian, strategi kehumasan digital menjadi salah satu upaya penting dalam membangun citra positif sekolah secara berkelanjutan di tengah perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat.

Kata Kunci: manajemen kehumasan, citra sekolah, strategi komunikasi digital

A. Pendahuluan

Perubahan besar dalam dunia pendidikan terjadi seiring dengan berkembangnya komunikasi digital yang kini menjadi kebutuhan utama sekolah dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hubungan masyarakat adalah aspek krusial dalam manajemen sekolah yang kini turut dipengaruhi oleh proses digitalisasi (D. I. Sekolah, 2025). Tuntutan publik terhadap akses informasi yang cepat, transparan, dan mudah dijangkau mendorong sekolah untuk beradaptasi dengan pola komunikasi yang lebih modern serta responsif. Sekolah yang masih bergantung pada metode publikasi manual sering menghadapi hambatan berupa keterlambatan penyampaian berita, jangkauan terbatas, serta dokumentasi kegiatan yang kurang sistematis. Sebaliknya, sekolah yang aktif menggunakan media sosial

mampu menampilkan aktivitas, prestasi, nilai-nilai, dan layanan pendidikan dengan lebih profesional, sehingga menarik perhatian masyarakat luas. Transformasi pola komunikasi di era digital mendorong sekaligus menantang Humas sekolah untuk memandangnya sebagai peluang serta tantangan (Kefi et al., 2023). Kondisi ini menegaskan bahwa penguatan manajemen kehumasan berbasis digital merupakan langkah strategis yang sangat penting. Kehumasan digital tidak hanya berfungsi membangun citra positif sekolah, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik serta memperbaiki kualitas komunikasi antara sekolah dan masyarakat secara berkelanjutan.

Kajian akademik menegaskan bahwa humas memiliki peran krusial dalam membangun citra lembaga

pendidikan. Citra adalah aset berharga yang wajib dimiliki oleh setiap lembaga sebagai wujud nyata eksistensi dan keunggulannya, termasuk pencapaian sekolah dalam indikator keberhasilan lembaga pendidikan (Pranata et al., 2024), khususnya terkait penyampaian informasi dan pengelolaan persepsi publik. Pentingnya fungsi humas muncul karena pandangan masyarakat terhadap sekolah sangat dipengaruhi oleh mutu serta konsistensi komunikasi yang diterima, baik melalui interaksi langsung maupun media digital. Humas berfungsi menjaga hubungan timbal balik antara organisasi dan publik melalui komunikasi yang terstruktur, pemanfaatan media sosial mampu meningkatkan efektivitas humas dalam menjangkau audiens lebih luas sekaligus menciptakan interaksi dua arah yang lebih intens, Sekolah memiliki tanggung jawab untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat guna mewujudkan tujuan bersama (Romadhona et al., n.d.). Namun, dalam konteks Indonesia, kajian mengenai strategi humas digital di lingkungan sekolah masih relatif terbatas. Kekosongan literatur ini semakin menegaskan pentingnya penelitian yang berfokus pada optimalisasi kehumasan digital sebagai sarana membangun citra positif sekolah di era teknologi modern. Digitalisasi membuka kesempatan bagi sekolah untuk memperbaiki efisiensi administrasi serta mutu pelayanan public (Januari & Suhaedi, 2025).

Artikel ini disusun untuk menggambarkan strategi manajemen kehumasan digital yang dijalankan sekolah dalam upaya membangun citra positif di tengah pesatnya perkembangan teknologi komunikasi. Fungsi utama humas di lingkungan sekolah meliputi sejumlah aspek yang memiliki peranan signifikan (D. I. Sekolah, 2025). Tujuan tersebut menjadi penting karena sekolah membutuhkan pedoman yang sistematis, terstruktur, dan berbasis kajian ilmiah agar pemanfaatan media digital dapat dilakukan secara efektif serta sesuai sasaran. Fokus pembahasan diarahkan pada identifikasi strategi publikasi sekolah, pengelolaan konten digital, pola komunikasi interaktif antara sekolah dan masyarakat, serta efektivitas interaksi digital dalam meningkatkan kepercayaan publik. Citra positif yang dimiliki sekolah akan membawa manfaat bagi sekolah, peserta didik, dan masyarakat (Pada et al., 2023). Selain itu, analisis juga menyoroti faktor pendukung seperti kompetensi sumber daya manusia, ketersediaan sarana digital, dan kebijakan sekolah, di samping hambatan berupa keterbatasan teknis maupun konsistensi pengelolaan media. Dengan cakupan tersebut, artikel ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis sekaligus praktis bagi sekolah dalam merancang model kehumasan digital yang inovatif, adaptif, dan relevan dengan tantangan komunikasi di era modern. Manajemen humas memiliki peran strategis dalam membentuk, menjaga, serta memperkuat citra positif sekolah

di hadapan public (R. Sekolah & Mata, 2025).

Artikel ini menekankan bahwa pengelolaan humas digital secara profesional berperan penting dalam membangun citra positif sekolah di mata masyarakat. Perkembangan pesat transformasi digital telah merevolusi lanskap komunikasi, memungkinkan informasi menyebar secara cepat dan luas, sehingga reputasi sekolah bisa terbentuk atau hancur hanya dalam waktu singkat (R. Sekolah & Mata, 2025). Keberhasilan strategi komunikasi digital sangat menentukan persepsi publik terhadap mutu, kredibilitas, dan profesionalitas sekolah sebagai institusi pendidikan. Sekolah yang konsisten melakukan publikasi, menyajikan konten visual yang menarik, serta merespons pertanyaan publik dengan cepat melalui media digital cenderung memperoleh apresiasi dan kepercayaan lebih besar dari masyarakat. Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi digital yang dirancang secara sistematis mampu meningkatkan reputasi lembaga pendidikan sekaligus memperkuat dukungan publik. Strategi branding yang efektif menjadi faktor kunci dalam menjaga citra positif sekolah di tengah kompetisi yang semakin intens (Class et al., 2024). Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa manajemen kehumasan digital merupakan faktor kunci dalam memperkuat reputasi sekolah dan meningkatkan daya saing di era informasi modern. Dengan

demikian, strategi humas berbasis digital tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga instrumen strategis dalam membangun kepercayaan dan citra positif secara berkelanjutan.

B. Metode Penelitian

Unit analisis dalam penelitian ini adalah sebuah sekolah yang secara aktif menerapkan strategi manajemen kehumasan digital untuk membangun citra positif di era informasi modern. Fokus tersebut dipilih karena citra sekolah saat ini sangat bergantung pada kemampuan lembaga dalam mengelola komunikasi publik melalui berbagai platform digital secara konsisten dan profesional. Sekolah yang menjadi objek kajian telah memanfaatkan beragam kanal digital, seperti media sosial resmi (Instagram, Facebook), website sekolah, serta aplikasi komunikasi internal, guna menyebarkan informasi, mendokumentasikan kegiatan, dan menjalin hubungan berkelanjutan dengan masyarakat. WhatsApp, Instagram, Facebook, dan YouTube kini berperan sebagai media utama dalam penyampaian informasi sekaligus penguatan citra sekolah melalui sajian konten visual yang menarik (Class et al., 2024). Selain itu, sekolah ini rutin melakukan publikasi kegiatan akademik maupun non-akademik, menampilkan prestasi siswa, serta memberikan respon cepat terhadap pertanyaan publik melalui pesan digital. Karena praktik kehumasan digital dijalankan secara sistematis dan berdampak langsung pada persepsi masyarakat, sekolah

tersebut menjadi unit analisis yang tepat untuk menelaah efektivitas strategi humas digital dalam membangun citra positif pendidikan. Pengelolaan humas yang efektif dan terarah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Dukungan ini berperan penting dalam peningkatan mutu pendidikan, memperkuat keterlibatan masyarakat, serta menjaga komunikasi yang baik demi keberlanjutan kemajuan sekolah (Satria et al., 2019).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk menelaah strategi manajemen kehumasan digital secara lebih mendalam dan kontekstual. Studi kasus adalah analisis mendalam terhadap suatu peristiwa, lingkungan, maupun kondisi tertentu (Karyati, 2025). Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa strategi komunikasi digital di sekolah tidak cukup diukur dengan data kuantitatif, melainkan perlu dipahami melalui interpretasi atas proses, pengalaman, serta interaksi yang terjadi. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang berorientasi pada deskripsi serta lebih menekankan pada proses analisis (Pandemi et al., 2021). Melalui studi kasus, peneliti dapat mengamati praktik kehumasan digital dalam situasi nyata, termasuk bagaimana konten dikelola, mekanisme publikasi dijalankan, serta pola interaksi dengan masyarakat. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, sehingga memberikan

gambaran yang lebih kaya mengenai dinamika humas digital. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk narasi untuk menyingkap pola, makna, dan konteks dari fenomena komunikasi digital. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas bagi peneliti dalam menangkap dinamika, tantangan, serta inovasi pengelolaan humas digital, sehingga menghasilkan temuan yang komprehensif dan mendalam.

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu primer dan sekunder, yang saling melengkapi untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai praktik manajemen kehumasan digital di sekolah. Pemanfaatan kedua data tersebut penting agar informasi yang diperoleh lebih lengkap, valid, dan berlapis sehingga analisis dapat dilakukan secara komprehensif. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan berbagai pihak, seperti kepala sekolah, koordinator humas, guru yang bertanggung jawab atas publikasi digital, pengelola media sosial, siswa, serta komite sekolah sebagai representasi masyarakat. Sementara itu, data sekunder mencakup dokumen resmi berupa arsip publikasi, laporan kegiatan, analisis statistik media sosial, pedoman humas, dan dokumentasi visual yang menampilkan aktivitas sekolah. Kombinasi data primer dan sekunder memungkinkan adanya triangulasi untuk memperkuat keakuratan hasil penelitian. Analisis data dilakukan melalui proses

pemilahan, penyajian, hingga penarikan kesimpulan. Validitas data kemudian dijamin dengan ketekunan observasi serta penerapan triangulas (Rahmah et al., 2021). Dengan pendekatan ini, penelitian mampu menghasilkan pemahaman yang objektif dan kredibel mengenai efektivitas strategi kehumasan digital yang diterapkan sekolah.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik utama dalam pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai praktik kehumasan digital di sekolah. Pemilihan metode ini dilakukan karena ketiganya mampu menangkap strategi humas digital tidak hanya dari sudut pandang informan, tetapi juga melalui pengamatan langsung serta bukti publikasi yang tersedia. Wawancara berfungsi menggali informasi terkait perencanaan, pelaksanaan, serta kendala yang dihadapi dalam pengelolaan humas digital. Metode pengumpulan data yang dipakai meliputi wawancara dengan pendekatan *in-depth interview*, observasi langsung, serta penelusuran dokumen (Putri et al., 2025). Observasi dilakukan dengan meninjau aktivitas publikasi sekolah di media sosial dan website, termasuk gaya komunikasi, intensitas unggahan, serta respons terhadap interaksi publik. Sementara itu, studi dokumentasi mencakup analisis konten digital, data statistik keterlibatan (*engagement*), laporan kegiatan humas, dan arsip publikasi lainnya. Sinergi dari ketiga teknik ini

memberikan pemahaman yang lebih detail mengenai bagaimana strategi humas digital dirancang, dijalankan, dan dievaluasi, sehingga penelitian mampu mengungkap dinamika manajerial secara komprehensif.

Penelitian ini menerapkan teknik analisis data dengan menggunakan model Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang mencakup proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Putri et al., 2025). Model ini dipandang sesuai untuk penelitian kualitatif karena mampu menyusun temuan secara sistematis dan membantu peneliti mengidentifikasi pola yang bermakna. Pada tahap reduksi, data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi serta diorganisasi berdasarkan relevansi dengan strategi kehumasan digital. Selanjutnya, pada tahap penyajian, temuan penelitian diatur ke dalam tema-tema tertentu, seperti mekanisme publikasi digital, bentuk interaksi dengan masyarakat, serta pengaruhnya terhadap citra sekolah. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan, di mana hasil analisis dikaitkan dengan tujuan penelitian untuk menghasilkan interpretasi yang valid dan mendalam. Dengan menggunakan model Miles dan Huberman, proses analisis dilakukan secara terstruktur sehingga memberikan gambaran komprehensif

mengenai efektivitas manajemen kehumasan digital yang diterapkan sekolah.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Temuan awal penelitian menunjukkan bahwa sekolah secara konsisten memperkuat aktivitas publikasi digital sebagai bagian dari strategi komunikasi modern. Publikasi yang dilakukan secara teratur menjadi sarana utama bagi sekolah untuk menampilkan identitas, kegiatan, serta prestasi kepada masyarakat dengan cara yang cepat dan mudah diakses. Berbagai dokumentasi, mulai dari kegiatan akademik, layanan informasi, pencapaian siswa, hingga konten motivasi, dipublikasikan melalui kanal digital seperti Instagram, Facebook, dan website resmi sekolah. Proses unggahan mengikuti kalender editorial yang telah dirancang sehingga konten tersaji lebih terstruktur, rapi, dan mencerminkan profesionalitas lembaga pendidikan. Konsistensi dalam publikasi juga berperan penting dalam memperkuat branding sekolah, karena publik dapat melihat aktivitas yang berkesinambungan. Optimalisasi strategi publikasi digital ini memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan visibilitas sekolah sekaligus memperkuat persepsi positif masyarakat mengenai kualitas, keterbukaan, dan kredibilitas lembaga pendidikan. Pelaksanaan strategi humas menjadi landasan pokok dalam merealisasikan visi dan misi organisasi (D. I. Sekolah, 2025).

Publikasi digital sekolah dapat dibagi ke dalam empat kategori utama, yaitu informatif, edukatif, inspiratif, dan branding. Pembagian ini penting karena setiap jenis konten memberikan kontribusi berbeda dalam membentuk citra sekolah di mata masyarakat. Konten informatif mencakup penyampaian pengumuman resmi, kalender akademik, jadwal kegiatan, serta informasi kebijakan sekolah. Konten edukatif berisi materi pembelajaran, tips akademik, literasi digital, dan pendidikan karakter yang mendukung proses belajar. Konten inspiratif ditampilkan melalui pencapaian siswa, profil guru yang memberi teladan, serta kisah sukses alumni yang dapat memotivasi publik. Sementara itu, konten branding menekankan nilai-nilai sekolah, visi dan misi, serta pencitraan lembaga melalui visual yang profesional. Kategorisasi ini menunjukkan bahwa sekolah telah menjalankan strategi publikasi digital secara komprehensif dan terarah, sehingga mampu memperkuat citra positif di mata masyarakat sekaligus meningkatkan kepercayaan terhadap kualitas lembaga pendidikan. Media sosial berfungsi sebagai wadah dokumentasi beragam konten, mulai dari profil, informasi, liputan, peristiwa, rekaman kejadian, hingga hasil penelitian atau kajian (Nuzulita et al., 2022).

Optimalisasi publikasi digital dilakukan sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat terhadap informasi pendidikan yang cepat, akurat, dan dapat dipercaya.

Masyarakat menuntut adanya transparansi serta konsistensi informasi dari sekolah agar perkembangan kegiatan dapat diikuti secara real time. Sebelum penerapan strategi baru, publik kerap mengeluhkan keterlambatan penyampaian informasi, konten yang kurang menarik, serta dokumentasi kegiatan yang tidak terorganisasi dengan baik. Setelah strategi digital diperkuat, tingkat keterlibatan masyarakat meningkat secara signifikan, terlihat dari komentar, jumlah likes, serta partisipasi dalam aktivitas daring sekolah. Publik juga menilai bahwa tampilan konten sekolah kini lebih profesional, terstruktur, dan mudah dipahami. Kondisi ini menegaskan bahwa publikasi digital menjadi elemen penting dalam membangun citra positif sekolah sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan. Citra positif yang ditampilkan kepada masyarakat melalui media sosial berupa pencapaian dalam pembelajaran akademik maupun nonakademik (Nurkarim et al., 2024). Dengan demikian, strategi publikasi digital berperan sebagai instrumen utama dalam menjaga reputasi dan kredibilitas sekolah di era modern.

Temuan kedua memperlihatkan adanya peningkatan signifikan dalam interaksi publik melalui berbagai kanal digital sekolah. Interaksi dua arah menjadi salah satu indikator utama keberhasilan strategi humas digital, karena menunjukkan

terjalinnya komunikasi aktif antara sekolah dan masyarakat. Kegiatan humas tidak dapat berlangsung secara mandiri tanpa adanya perantara, sehingga diperlukan media yang mampu mendukung pelaksanaannya agar pesan tersampaikan dengan baik kepada Masyarakat (Romadhona et al., n.d.). Publik kini lebih sering memberikan komentar positif, mengajukan pertanyaan, menyampaikan masukan, serta berpartisipasi dalam kegiatan berbasis digital seperti polling, siaran langsung, dan webinar. Orang tua maupun alumni juga semakin intens mengirimkan pesan langsung kepada admin, yang kemudian ditanggapi dengan cepat dan penuh keramahan. Tingkat keterlibatan (engagement) publik meningkat hampir di seluruh unggahan, terutama pada konten yang menampilkan prestasi siswa dan dokumentasi kegiatan besar sekolah. Peningkatan interaksi ini menandakan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan sekolah mampu membangun kedekatan emosional dengan masyarakat sekaligus memperkuat kepercayaan publik terhadap kualitas dan kredibilitas lembaga pendidikan.

Peningkatan interaksi publik dipengaruhi secara langsung oleh konsistensi konten serta mutu pelayanan informasi yang diberikan sekolah. Aspek krusial dari peran ini adalah menjamin bahwa informasi yang disampaikan kepada publik, baik lewat media tradisional maupun media sosial, tetap akurat, jelas, dan bernilai

positif (Jaelani et al., 2024). Konten yang menarik dan relevan, ditambah dengan respons cepat terhadap pertanyaan masyarakat, mendorong publik untuk terus mengikuti serta berpartisipasi dalam kanal digital sekolah. Data keterlibatan menunjukkan bahwa unggahan dengan visual yang estetik, narasi yang positif, dan informasi yang lengkap memperoleh tingkat interaksi lebih tinggi dibandingkan konten biasa. Selain itu, admin humas berkomitmen merespons pesan publik dalam kurun waktu kurang dari 24 jam, sehingga menumbuhkan rasa dihargai dan diperhatikan. Konten yang sesuai dengan kebutuhan orang tua maupun siswa juga terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pengelolaan komunikasi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas interaksi publik, sekaligus memberikan dampak positif terhadap citra sekolah di mata masyarakat.

Peningkatan interaksi publik tidak terlepas dari perubahan budaya komunikasi masyarakat yang semakin berorientasi pada dunia digital. Pemanfaatan media sosial yang meluas ke hampir seluruh aspek kehidupan manusia membawa pengaruh yang signifikan (Kepala et al., 2017). Saat ini, masyarakat merasa lebih nyaman menggunakan platform daring karena dianggap lebih praktis, cepat, dan fleksibel dibandingkan dengan komunikasi tatap muka langsung. Publik menilai bahwa akses informasi sekolah

melalui media sosial jauh lebih mudah dibandingkan harus hadir secara fisik atau menunggu pengumuman tertulis. Fenomena ini sejalan dengan meningkatnya kepemilikan smartphone serta berkembangnya literasi digital di kalangan orang tua. Selain itu, tren komunikasi instan melalui aplikasi seperti WhatsApp maupun media sosial turut mendorong masyarakat untuk lebih aktif berinteraksi secara online. Temuan ini menegaskan bahwa strategi humas digital yang diterapkan sekolah sejalan dengan pola komunikasi masyarakat modern, sekaligus menjadi sarana efektif untuk membangun kedekatan, memperkuat hubungan, dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan.

Temuan ketiga mengindikasikan bahwa citra sekolah mengalami peningkatan signifikan setelah strategi manajemen kehumasan digital diimplementasikan secara optimal. Citra positif tersebut terbentuk melalui konsistensi penyampaian informasi, penggunaan konten visual yang profesional, serta interaksi publik yang terjalin secara efektif. Citra sekolah adalah pandangan yang terbentuk di masyarakat mengenai sekolah tersebut (Pada et al., 2023). Publik menilai sekolah tampil lebih modern, transparan, dan kredibel melalui publikasi digital yang dilakukan secara rutin. Komentar masyarakat menunjukkan adanya apresiasi terhadap pencapaian siswa, program sekolah, serta gaya komunikasi yang

lebih terbuka dan responsif. Selain itu, peningkatan jumlah pengikut pada akun media sosial sekolah menjadi indikator bertambahnya kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan. Dengan demikian, penguatan citra positif sekolah dapat dipandang sebagai hasil langsung dari penerapan strategi humas digital yang sistematis, efektif, dan profesional, sehingga berkontribusi pada reputasi serta kredibilitas sekolah di mata masyarakat.

Penguatan citra sekolah memiliki dampak strategis terhadap meningkatnya kepercayaan publik sekaligus partisipasi masyarakat dalam berbagai aktivitas pendidikan. Citra positif mendorong masyarakat untuk memberikan dukungan lebih besar terhadap program maupun kebijakan yang dijalankan sekolah. Orang tua menunjukkan antusiasme lebih tinggi dalam mengikuti kegiatan, alumni semakin aktif berkontribusi melalui kerja sama sosial dan akademik, sementara masyarakat sekitar menaruh kepercayaan lebih besar terhadap informasi yang dipublikasikan sekolah. Selain itu, citra yang baik juga tercermin dari meningkatnya jumlah pendaftar pada proses penerimaan peserta didik baru, yang menjadi indikator kepercayaan publik terhadap kualitas sekolah. Temuan ini menegaskan bahwa strategi kehumasan digital tidak hanya berfungsi membangun citra positif, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial sekolah sebagai lembaga pendidikan yang kredibel dan dipercaya masyarakat. Dengan

demikian, pengelolaan humas digital berperan penting dalam menjaga reputasi sekaligus memperluas dukungan publik terhadap sekolah. Perkembangan digital yang begitu cepat telah merevolusi pola komunikasi, membuat informasi dapat tersebar luas dalam waktu singkat, sehingga citra sekolah bisa terbentuk ataupun hancur hanya dalam hitungan jam (R. Sekolah & Mata, 2025).

Strategi kehumasan digital memberikan peluang baru bagi sekolah untuk berinovasi dalam komunikasi sekaligus pengembangan program pendidikan. Pemanfaatan teknologi informasi menghadirkan beragam media dan format yang memungkinkan pesan sekolah disampaikan secara lebih kreatif, menarik, dan efektif. Inovasi mulai terlihat melalui pengembangan podcast pendidikan, pembuatan video profil sekolah, konten reels, hingga penerapan strategi pemasaran digital yang bertujuan memperkuat positioning lembaga. Selain itu, kehadiran sekolah di ruang digital membuka kesempatan kolaborasi dengan komunitas lokal, dunia usaha, maupun lembaga eksternal, karena identitas dan aktivitas sekolah semakin dikenal publik melalui berbagai kanal daring. Peningkatan peluang kerja sama tersebut tidak terlepas dari citra sekolah yang tampil lebih profesional dan mudah diakses. Oleh karena itu, nilai strategis humas digital perlu terus diperkuat agar sekolah mampu bersaing, beradaptasi, dan tetap relevan dalam menghadapi dinamika era digital yang

semakin kompleks dan kompetitif. Transformasi digital di bidang pendidikan tidak hanya terbatas pada pemanfaatan perangkat keras dan lunak, tetapi juga melibatkan perubahan cara pandang dalam pengelolaan serta interaksi antar pemangku kepentingan (Januari & Suhaedi, 2025).

D. Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa strategi manajemen kehumasan digital memiliki peran krusial dalam membentuk citra positif sekolah di era informasi modern. Transformasi komunikasi berbasis digital memungkinkan sekolah menyampaikan informasi secara cepat, transparan, dan mudah diakses, sehingga kebutuhan masyarakat terhadap informasi pendidikan dapat terpenuhi secara lebih optimal. Hasil temuan lapangan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam intensitas publikasi digital, bertambahnya interaksi publik melalui berbagai platform daring, serta perubahan persepsi masyarakat yang lebih positif terhadap profesionalitas, kualitas layanan, dan kredibilitas sekolah. Publik menilai sekolah yang aktif berkomunikasi secara digital sebagai lembaga yang modern, terbuka, dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, strategi kehumasan digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi kebutuhan strategis bagi sekolah untuk memperkuat reputasi, meningkatkan legitimasi sosial, serta membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat di

tengah dinamika era digital yang semakin kompleks.

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan teori maupun praktik manajemen kehumasan di lingkungan sekolah, terutama dalam konteks pemanfaatan teknologi digital. Kajian mengenai penerapan humas digital di sekolah-sekolah Indonesia masih relatif terbatas, sehingga diperlukan penelitian yang mampu memperkaya pemahaman akademik sekaligus praktik profesional. Artikel ini menawarkan sebuah model konseptual yang menggambarkan keterkaitan antara publikasi digital, interaksi publik, dan pembentukan citra sekolah berbasis teknologi. Model tersebut dapat dijadikan rujukan dalam merumuskan kebijakan kehumasan digital, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia di bidang humas, serta memperkuat strategi komunikasi di berbagai sekolah. Selain itu, temuan penelitian ini menegaskan relevansi teori komunikasi kontemporer dengan praktik humas pendidikan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur komunikasi pendidikan, tetapi juga memperluas cakupan kajian manajemen humas yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dan kebutuhan masyarakat modern.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, terutama karena hanya dilakukan pada satu sekolah sebagai lokasi studi. Fokus yang sempit tersebut menyebabkan hasil

penelitian belum dapat digeneralisasi untuk seluruh sekolah yang memiliki perbedaan karakteristik, budaya organisasi, maupun kapasitas digital. Setiap lembaga pendidikan memiliki variasi dalam aspek kompetensi sumber daya manusia, ketersediaan infrastruktur teknologi, pola komunikasi internal, serta dukungan manajerial terhadap pelaksanaan strategi humas digital. Faktor-faktor tersebut berpotensi memengaruhi tingkat efektivitas implementasi kehumasan digital pada konteks yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan menggunakan pendekatan komparatif dengan melibatkan lebih dari satu sekolah, mencakup variasi jenjang pendidikan, serta mengintegrasikan metode kuantitatif. Dengan cara ini, efektivitas strategi humas digital dapat diukur secara lebih objektif dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai penerapannya di berbagai tipe sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Class, P., Online, H., Offline, H., Relations, P., & Komunikasi, S. (2024). *Manajemen humas berbasis cyber dalam meningkatkan minat peserta didik baru*. 3(1), 69–85.
- Jaelani, A., Astuti, P. W., Saputra, A. A., Islam, M. P., & Mamba, S. (2024). *Peran Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Positif di Sekolah*. 08(02), 66–76.
- Januari, N. M., & Suhaedi, U. (2025). *Transformasi Digital dalam Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat di Era Industri 4 . 0. 2(1)*.
- Karyati, F. (2025). *MANAJEMEN HUMAS DI SMK Strategy to Build School Image Through Public Relations Management in Vocational High School*.
- Kefi, Y., Purba, S., & Daryanto, E. (2023). *Analisis Transformasi Pendekatan Komunikasi Humas Sekolah pada Era Digitalisasi di SMA Swasta Deli Murni Bandar Baru*. 3(1), 1–6. <https://doi.org/10.30872/jimpian.v3i1.2142>
- Kepala, B., Tenaga, D. A. N., & Perpustakaan, P. (2017). *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat* ISSN 1410 - 5675. 6(3), 204–208.
- Nurkarim, R., Qurtubi, A., Fauzi, A., Islam, U., Sultan, N., Hasanuddin, M., Islam, U., Sultan, N., & Hasanuddin, M. (2024). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATAN CITRA*. 9(2).
- Nuzulita, N., Purwanti, E., Rosyidan, F. Y., Firdausi, F., Arrasyid, N. N., Husna, O. I., & Airlangga, U. (2022). *IMPROVING THE QUALITY OF CONTENT ON SCHOOL SOCIAL MEDIA AS A PROMOTION TOOL AND SCHOOL BRANDING IN SURABAYA PENINGKATAN KUALITAS KONTEN PADA MEDIA SOSIAL SEKOLAH SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN BRANDING SEKOLAH DI SURABAYA* Program Studi Sistem Informasi , Departemen Matematika , Fakultas Sains dan Keywords: Training , School , Education , Promotion , Branding , Social Media Abstrak Kata kunci: Pelatihan , Sekolah , Pendidikan , Promosi , Media Sosial **PENDAHULUAN** Pendidikan merupakan salah satu sektor yang terkena dampak

Pandemi Covid-19 . Pada tahun 2021 , 3 , 5 juta orang kehilangan pekerjaan akibat Pandemi Covid-19 (Ramalan , 2021). Hal ini berakibat pada kemampuan para orang tua dalam menyekolahkan anaknya . Sebuah artikel yang ditulis oleh Fakhruddin (2021) juga menunjukkan adanya penurunan minat SMK Swasta di Surabaya sebesar 10-20 % dengan salah satu faktor penyebabnya adalah biaya . Sementara pada artikel lain , diangkat pula bahwa Masyarakat Berpenghasilan Rendah (MBR) mendominasi pendaftaran pada SMP Swasta di Surabaya (Jawapos , 2022). Banyaknya MBR yang mendaftar tentunya berpengaruh besar pada pemasukan dari sekolah swasta . Yayasan Perguruan Al-Irsyad Surabaya (YPAS) merupakan lembaga pendidikan dengan konsep menerapkan pelajaran Agama Islam berdasarkan Al-Quran dan Al-Hadits , memberikan pelajaran Bahasa Arab dan ilmu pengetahuan umum yang disusun dalam kurikulum sekolah Al-Irsyad Surabaya . YPAS berdiri pada tanggal 15 Januari 1924 . Seiring dengan berjalannya waktu dan kebutuhan pendidikan , lembaga yang dulunya hanya mengelola madrasah untuk pendidikan agama saja , berkembang menjadi lembaga pendidikan sekolah yang berkonsep agama Islam . Saat ini ada lima jenjang sekolah yang dinaungi oleh YPAS , yaitu pendidikan Pra-Sekolah , Play Group dan Taman Kanak-Kanak , pendidikan Sekolah Dasar , pendidikan Sekolah Menengah Pertama , pendidikan Sekolah Menengah Atas , dan

Sekolah Menengah Kejuruan . Kompleks sekolah Al-Irsyad tampak pada Gambar 1 . Gambar 1 . Kompleks Sekolah Al-Irsyad Surabaya Jumlah siswa aktif YPAS tahun ajaran 2021 / 2022 berdasarkan data sekolah dari situs kemdikbud . go . id sebanyak 1 . 177 siswa , dengan jumlah guru dan karyawan sekitar 225 orang . Sebagai sebuah perguruan swasta , dampak Covid-19 sangat terasa dalam konteks penerimaan siswa baru . Sebagai contoh pada jenjang SD pada tahun 2021 yang jumlah penerimaan siswanya merosot hingga 30 % lebih . Berkurangnya peminat siswa untuk bersekolah di YPAS menjadi 6(2).

Pada, S., Aliyah, M., & Di, N. (2023). No Title. 11, 1150–1162.

Pandemi, M., Sman, D., Yilfiana, V., & Putri, S. K. (2021). Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada. 4(2), 66–76.

Pranata, R., Priyatno, A., & Ramdhani, M. R. (2024). Kompetensi Kepala Sekolah dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Membangun Citra Sekolah di Smk Ibnu Aqil Bogor. 3, 6457–6466.

Putri, I. M., Rasyid, A., & Yazid, T. P. (2025). Digital public relations sebagai media publikasi dalam dunia pendidikan. 11(1).

Rahmah, A., Hasni, M., Mulia, Y., & Sitepu, R. (2021). Aktivitas Humas dalam Publikasi Sekolah di MAN 2 Langkat , Sumatera Public Relations Activities in School Publications at MAN 2 Langkat , North Sumatra. 1(3), 296–299.

Romadhona, A., Rifqi, A., Pendidikan, M., Pendidikan, F. I., & Surabaya, U. N. (n.d.). PERAN MEDIA

*SOSIAL DALAM MENDUKUNG
IMPLEMENTASI.*

- Satria, R., Supriyanto, A., Timan, A., & Adha, M. A. (2019). *Peningkatan Mutu Sekolah melalui Manajemen Hubungan Masyarakat School Quality Improvement through Public Relationship Management*. 7(September), 199–207.
- Sekolah, D. I. (2025). *STRATEGI ADMINISTRASI HUMAS BERBASIS DIGITALISASI*. 10(2), 247–254.
- Sekolah, R., & Mata, D. I. (2025). *STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MEMBANGUN*.