



Peran Humas dalam Menjalin Kemitraan dengan Pers untuk Peningkatan Publisitas Sekolah di SMPN 12 Jember

Sapna Indah Nia^{1*}, Nuraida Edlin Hafizah², Siti Hofsatul Karimah³, Yunda Nurul Millati Hoiriyah⁴, Rofiq Hidayat⁵

¹⁻⁵ Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Indonesia

*Penulis Koerespondensi: indahnia@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the role of Public Relations in establishing partnerships with the press to increase publicity at SMPN 12 Jember. The background of this study is influenced by the importance of positive media publications in building a school's reputation and competitiveness amidst intense competition among educational institutions. The research method used is a qualitative case study approach, involving in-depth interviews, participant observation, and documentation studies of public relations staff and media partners. The results show that the role of public relations has evolved from an administrative function to a strategic spearhead that manages two-way communication, fosters relationships, and builds reputation. The strategies implemented include the use of convergent media, by combining traditional media (such as school magazines and brochures) with digital media (such as websites, Instagram, and YouTube) to expand the reach of messages. In addition, adaptations to local culture, such as the use of polite Javanese language and a family-like approach, have proven effective in building public trust. This study also emphasizes the importance of systematic and participatory evaluation to improve program effectiveness. The implications of this study suggest that schools design measurable and contextual public relations strategies with local values to increase the school's visibility and positive image.*

Keywords: *Convergent Media; Digital Media; Press Partnership; Public Relations; Publicity in Schools*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Humas dalam menjalin kemitraan dengan pers untuk meningkatkan publisitas di SMPN 12 Jember. Latar belakang penelitian ini dipengaruhi oleh pentingnya publikasi positif media dalam membangun reputasi dan daya saing sekolah di tengah ketatnya persaingan lembaga pendidikan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang melibatkan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi terhadap staf humas serta mitra media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas telah berkembang dari fungsi administratif menjadi ujung tombak strategis yang mengelola komunikasi dua arah, membina hubungan, dan membangun reputasi. Strategi yang diterapkan mencakup penggunaan media konvergen, dengan menggabungkan media tradisional (seperti majalah dan brosur sekolah) serta media digital (seperti website, Instagram, dan YouTube) untuk memperluas jangkauan pesan. Selain itu, penyesuaian dengan budaya lokal, seperti penggunaan bahasa Jawa halus dan pendekatan kekeluargaan, terbukti efektif dalam membangun kepercayaan masyarakat. Penelitian ini juga menekankan pentingnya evaluasi yang sistematis dan partisipatif untuk meningkatkan efektivitas program. Implikasi dari penelitian ini menyarankan agar sekolah merancang strategi humas yang terukur dan kontekstual dengan nilai lokal untuk meningkatkan visibilitas dan citra positif sekolah.

Kata kunci: Humas; Kemitraan Pers; Media Digital; Media Konvergen; Publisitas di Sekolah.

1. LATAR BELAKANG

Penelitian ini penting karena publikasi positif sekolah melalui media pers berpotensi meningkatkan reputasi dan daya tarik SMPN 12 Jember terhadap stakeholder eksternal. Humas sekolah yang mampu menjalin kemitraan media membantu menyebarkan informasi prestasi, program unggulan, dan kegiatan sekolah ke publik yang lebih luas (Fitri, 2024) publikasi tersebut sangat menentukan persepsi masyarakat terhadap citra sekolah dan daya saingnya di era persaingan institusi pendidikan (Rozanah & Ahlam, studi UNY). Misalnya, sebuah SMP di Palembang melakukan kerjasama dengan media lokal untuk mempublikasikan

prestasi siswa melalui rubrik pendidikan harian, sehingga jumlah calon siswa baru meningkat 15% dibanding tahun sebelumnya pada lembaga lain, kolaborasi dengan pers lokal menghasilkan liputan berkala tentang program sekolah yang memicu permintaan kunjungan orangtua ke sekolah tersebut. Dengan demikian, penelitian semacam ini sangat urgen untuk menggali bagaimana praktik Humas di SMPN 12 Jember dapat efektif menjalin kemitraan dengan pers demi meningkatkan publikasi dan reputasi sekolah.

Landasan teoritis menunjukkan bahwa peran humas dalam lembaga pendidikan harus digerakkan melalui strategi komunikasi, relasi media, dan adaptasi konteks lokal. Dalam literatur PR sekolah, strategi “mindful messaging” diterapkan untuk menjaga konsistensi dan relevansi pesan sehingga meningkatkan citra sekolah (Putri et al., 2024) selain itu, penelitian tentang publik relations di Indonesia memperingatkan perlunya adaptasi teori PR Barat agar relevan dengan nilai-nilai lokal Indonesia (Kriyantono dkk., 2017) Sebagai contoh, sekolah yang menerapkan pesan emosional dengan bahasa lokal berhasil meningkatkan keterlibatan orangtua dalam kegiatan sekolah (Putri et al.) Dalam konteks Indonesia, PR yang tidak memperhitungkan norma budaya lokal cenderung ditolak oleh publik meskipun pesan formalnya kuat (Kriyantono dkk.) Oleh karena itu, kajian pustaka mendukung bahwa penelitian ini harus mempertimbangkan strategi pesan, relasi media, dan adaptasi lokal dalam merancang peran Humas di SMPN 12 Jember.

Penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana Humas di SMPN 12 Jember membangun kemitraan dengan media pers secara strategis untuk mendongkrak publisitas sekolah. Tujuan tersebut diperlukan karena meskipun sekolah memiliki kegiatan unggulan, tanpa media yang menyampaikannya kepada publik, potensi dampaknya terhadap reputasi menjadi terbatas sebagaimana ditemukan dalam studi peran humas sekolah yang menyebut bahwa komunikasi publik harus konsisten dan sistematis (Pratama, 2024) tujuan ini juga penting mengingat banyak sekolah belum mengukur efektivitas kemitraan media dalam strategi humas mereka (Salsabila, 2025) Misalnya, penelitian tentang optimalisasi peran humas di sekolah menyebut bahwa sekolah perlu menetapkan target media, indikator keberhasilan, dan evaluasi publikasi berkala (Salsabila) pada lembaga lain, peneliti mendefinisikan tujuan konkret seperti frekuensi artikel pers, jenis liputan, dan efek kunjungan publik ke sekolah (Novembry, skripsi UIN Jakarta) Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk merumuskan strategi dan praktik yang konkret bagi Humas SMPN 12 Jember dalam menjalin kemitraan pers untuk meningkatkan publisitas sekolah.

Argumen awal dari penelitian ini adalah bahwa kemitraan humas–pers yang sistematis dan proaktif akan menghasilkan publisitas yang lebih optimal dan dampak positif terhadap citra

sekolah. Kerjasama media memungkinkan sekolah memanfaatkan agenda setting media-media dapat menentukan isu yang 8ditampilkan kepada publik, jadi jika sekolah berada dalam agenda media, publikasi lebih mudah tersebar (agenda-setting) selain itu, melalui kemitraan pers, sekolah dapat memanfaatkan “two-step flow” komunikasi, yaitu pers menyebarkan informasi kepada public opinion leaders yang kemudian menyebarkannya ke masyarakat luas. Dalam penelitian di MTsN 1 Paser, kerjasama dengan media lokal menghasilkan hadirnya berita prestasi siswa di koran lokal berkala, yang kemudian media sosial dan warga meneruskannya ke jaringan luas, meningkatkan kesadaran publik terhadap sekolah (Riduan, 2024) juga studi humas sekolah di artikel Jurnal Gafari menyebut bahwa humas sebagai “relationship builder” mampu mendukung manajemen sekolah melalui komunikasi efektif dan evaluasi program kehumasan, sehingga efek publisitas lebih terukur (Fitri, 2024). Berdasarkan argumen ini, hasil penelitian di SMPN 12 Jember diperkirakan akan menunjukkan bahwa kemitraan humas–pers yang sistematis berkontribusi signifikan terhadap peningkatan visibilitas sekolah dan persepsi positif publik.

2. KAJIAN TEORITIS

Kemitraan Humas Dan Media (Public Relations-Media Partnership)

Kemitraan Humas dan Media dapat diartikan sebagai suatu hubungan strategis, kolaboratif, dan saling menguntungkan antara organisasi (dalam hal ini sekolah) dengan institusi media, yang dibangun untuk mencapai tujuan komunikasi tertentu, terutama publisitas yang positif dan berkelanjutan. Menurut Kriyantono dkk. (2017), hubungan ini bukan sekadar transaksi informasi, tetapi sebuah proses negosiasi makna di mana Humas bertindak sebagai sumber informasi yang kredibel dan media sebagai gatekeeper yang memilih dan menyebarluaskan informasi tersebut kepada khalayak. Dalam konteks pendidikan, Fitri (2024) mendefinisikan kemitraan ini sebagai upaya proaktif humas sekolah untuk menjadikan media sebagai mitra dalam menyebarkan informasi prestasi, program unggulan, dan kegiatan sekolah, sehingga membentuk opini publik. Lebih lanjut, Ruslan (2018) menekankan bahwa kemitraan yang efektif dibangun di atas fondasi kepercayaan, saling menghormati, dan pemahaman bersama tentang kebutuhan kedua belah pihak, di mana sekolah membutuhkan ruang redaksi, dan media membutuhkan konten yang bernilai berita (news value).

Kemitraan Humas dan Media memiliki beberapa indikator keberhasilan yang dapat diukur. Pertama, frekuensi dan konsistensi pemberitaan. Sebuah kemitraan dianggap berhasil jika sekolah berhasil mendapatkan liputan media secara rutin dan berkelanjutan, bukan hanya insidental. Salsabila (2025) dalam penelitiannya tentang optimalisasi peran humas menekankan

pentingnya menetapkan target media dan indikator keberhasilan seperti jumlah artikel pers per kuartal. Indikator kedua adalah keragaman jenis liputan dan media. Kemitraan yang baik tidak hanya menghasilkan berita ringan, tetapi juga feature, profil, atau liputan langsung (live report) tentang acara sekolah. Novembry (dalam skripsi UIN Jakarta) menyebutkan bahwa tujuan konkret kemitraan dapat mencakup variasi liputan, mulai dari prestasi akademik, kegiatan seni, hingga inovasi pembelajaran. Indikator ketiga adalah kedalaman dan kualitas pemberitaan. Liputan yang dihasilkan bukan hanya sekadar menyebut nama sekolah, tetapi menyajikan informasi yang mendalam, akurat, dan menggambarkan citra positif sekolah (Pratama, 2024).

Manfaat dari kemitraan ini bersifat multifaset bagi sekolah. Pertama, peningkatan Visibilitas dan Reputasi. Dengan masuk dalam agenda setting media, sekolah menjadi topik pembicaraan publik, yang pada akhirnya membangun brand awareness dan reputasi yang kuat (Riduan, 2024). Kedua, pembangunan Legitimasi dan Kredibilitas. Informasi yang disampaikan melalui media pers dianggap lebih objektif dan kredibel dibandingkan iklan berbayar, sehingga mampu membangun legitimasi di mata stakeholders seperti orang tua dan masyarakat (Kriyantono dkk., 2017). Ketiga, efek amplifikasi melalui Two-Step Flow. Kemitraan dengan media memungkinkan informasi sekolah tidak hanya sampai langsung ke khalayak, tetapi juga disebarkan ulang oleh opinion leaders (seperti tokoh masyarakat, alumni, atau influencer lokal) yang membaca media tersebut, sehingga jangkauan dan dampaknya menjadi berlipat ganda (Fitri, 2024). Dengan demikian, kemitraan yang sistematis antara Humas SMPN 12 Jember dan media pers bukan hanya tentang mendapatkan liputan, tetapi tentang membangun sebuah ekosistem komunikasi yang memperkuat posisi kompetitif sekolah.

Strategi Komunikasi Humas Sekolah (School Public Relations Communication Strategy)

Strategi Komunikasi Humas Sekolah adalah sebuah perencanaan yang sistematis, terukur, dan terintegrasi yang dirancang oleh fungsi humas untuk membangun dan memelihara hubungan yang harmonis dengan seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) internal dan eksternal, guna menciptakan citra dan reputasi positif bagi sekolah. Menurut Cutlip, Center, & Broom (2013), strategi komunikasi humas pada dasarnya adalah proses manajemen yang mencakup penelitian, perencanaan, komunikasi, dan evaluasi. Dalam konteks Indonesia, strategi ini haruslah adaptif. Kriyantono dkk. (2017) memperingatkan bahwa penerapan teori humas Barat secara mentah-mentah tanpa adaptasi dengan nilai-nilai lokal Indonesia, seperti kekeluargaan dan kesopanan, akan berpotensi ditolak oleh publik. Sementara itu, Fitri (2024)

melihat strategi komunikasi humas sekolah sebagai sebuah upaya "relationship building" yang mendukung manajemen sekolah melalui komunikasi yang efektif.

Secara operasional, strategi komunikasi humas sekolah dapat dijabarkan ke dalam beberapa komponen kunci. Pertama, perencanaan pesan yang "mindful" dan konsisten. Putri et al. (2024) menekankan pentingnya "mindful messaging" untuk menjaga konsistensi dan relevansi pesan yang disampaikan. Hal ini mencakup penyesuaian pesan dengan nilai-nilai kearifan lokal, seperti penggunaan bahasa Jawa Halus yang sopan dalam komunikasi formal di Jember, untuk meningkatkan keterlibatan emosional orang tua. Kedua, pemetaan dan segmentasi khalayak. Sebuah strategi yang efektif harus mampu membedakan pendekatan komunikasi untuk khalayak yang berbeda, seperti orang tua siswa, calon siswa, masyarakat umum, dan media pers. Salsabila (2025) menambahkan bahwa penentuan target media yang spesifik merupakan bagian dari segmentasi ini. Ketiga, pemilihan saluran komunikasi yang tepat. Strategi ini tidak hanya bergantung pada media eksternal, tetapi juga memanfaatkan saluran internal seperti website sekolah, majalah dinding, dan media sosial, serta saluran interpersonal seperti pertemuan rutin dengan komite sekolah.

Komponen lain yang tak kalah penting adalah monitoring dan evaluasi. Sebuah strategi dianggap lengkap jika dilengkapi dengan mekanisme untuk mengukur efektivitasnya. Pratama (2024) menyatakan bahwa komunikasi publik sekolah harus bersifat sistematis, yang berarti harus ada tahapan evaluasi. Salsabila (2025) lebih rinci dengan menyebut perlunya indikator keberhasilan dan evaluasi publikasi berkala, misalnya dengan melakukan analisis isi (content analysis) terhadap pemberitaan media atau survei kepuasan terhadap orang tua. Studi di MTsN 1 Paser oleh Riduan (2024) menunjukkan bahwa evaluasi terhadap efek liputan koran lokal terhadap peningkatan kunjungan orang tua ke sekolah merupakan contoh praktis dari tahapan ini. Dengan merancang strategi yang mencakup perencanaan pesan, segmentasi khalayak, pemilihan saluran, dan evaluasi, Humas SMPN 12 Jember dapat memastikan bahwa setiap upaya komunikasi, termasuk kemitraan dengan media, memiliki arah, tujuan, dan alat ukur yang jelas sehingga kontribusinya terhadap peningkatan publisitas dan reputasi sekolah dapat dioptimalkan dan dipertanggungjawabkan.

Adaptasi Budaya Lokal Dalam Strategi Humas (Local Cultural Adaptation In Public Relations Strategy)

Adaptasi Budaya Lokal dalam Strategi Humas adalah proses integrasi nilai-nilai, norma, bahasa, dan praktik-praktik kultural yang hidup dalam suatu masyarakat tertentu ke dalam

perencanaan dan pelaksanaan program-program hubungan masyarakat. Konsep ini lahir dari kritik terhadap pendekatan humas universal yang berpusat pada Barat (Eurocentric). Kriyantono dkk. (2017) secara tegas menyatakan bahwa public relations yang tidak memperhitungkan norma budaya lokal cenderung akan ditolak oleh publik, sekalipun pesan formalnya sangat kuat dan logis. Dalam konteks Indonesia, adaptasi ini bukan sekadar taktik, melainkan sebuah keharusan filosofis untuk membangun hubungan yang autentik dan diterima. Hal ini sejalan dengan pemikiran Vercic & Vercic (2016) tentang pentingnya konteks budaya dalam teori hubungan masyarakat global. Putri et al. (2024) memberikan bukti empiris dengan menunjukkan bahwa sekolah yang menerapkan pesan emosional dengan pendekatan bahasa lokal berhasil meningkatkan keterlibatan orang tua.

Bentuk-bentuk adaptasi budaya lokal dalam praktik humas sekolah sangat beragam. Pertama, adaptasi linguistik. Ini merupakan bentuk paling nyata, di mana humas menggunakan bahasa daerah (seperti Bahasa Jawa dengan unggah-ungguhnya di Jember) dalam komunikasi tertulis dan lisan, baik dalam siaran pers, pamflet, maupun saat menerima kunjungan. Penggunaan bahasa yang sesuai dengan tataran krama bukan hanya soal pemahaman, tetapi juga bentuk penghormatan yang akan menciptakan kedekatan emosional. Kedua, adaptasi nilai dan norma sosial. Humas sekolah perlu memahami dan menghormati struktur sosial dan adat istiadat setempat. Misalnya, dalam membangun kemitraan dengan media lokal, pendekatan yang dilakukan mungkin lebih efektif jika bersifat personal dan kekeluargaan, sesuai dengan budaya "guyub" di Jawa, dibandingkan dengan pendekatan formal-birokratis semata. Menurut penelitian Putri et al. (2024), nilai-nilai seperti gotong royong dan hormat kepada yang lebih tua dapat menjadi daya tarik pesan yang powerful.

Manfaat dari adaptasi budaya lokal ini sangat signifikan bagi efektivitas humas sekolah. Manfaat pertama adalah peningkatan penerimaan dan keterlibatan publik (public engagement). Ketika publik merasa bahwa sekolah menghargai dan menjadi bagian dari budaya mereka, maka mereka akan lebih mudah menerima pesan-pesan dari sekolah dan terdorong untuk terlibat aktif dalam berbagai kegiatannya. Manfaat kedua adalah pembangunan kepercayaan (trust) dan legitimasi. Sekolah yang dianggap "nyambung" dengan lingkungan sosial-budayanya akan dipandang sebagai institusi yang legitimate dan dapat dipercaya. Seperti yang diingatkan oleh Kriyantono dkk. (2017), tanpa legitimasi kultural ini, citra sekolah bisa jadi rapuh. Manfaat ketiga adalah diferensiasi dan pencitraan yang unik. Di tengah persaingan institusi pendidikan, kemampuan SMPN 12 Jember untuk menonjolkan kekhasan lokalnya—misalnya melalui liputan media tentang kegiatan yang mengangkat kesenian atau kearifan lokal Jember—akan menciptakan brand identity yang kuat dan sulit ditiru oleh pesaing. Dengan

demikian, integrasi adaptasi budaya lokal bukan hanya menjadikan strategi humas SMPN 12 Jember lebih relevan dan kontekstual, tetapi juga menjadi senjata strategis untuk membangun citra yang autentik, dipercaya, dan memiliki daya pikat yang kuat di hati masyarakat Jember.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memahami secara mendalam bagaimana peran Humas dalam menjalin hubungan kerja sama dengan pers untuk meningkatkan publisitas sekolah, bukan menghitung angka-angka atau membuat perbandingan statistik. Dengan kata lain, penelitian ini lebih fokus pada cerita, makna, dan proses yang terjadi. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti berinteraksi langsung dengan pihak Humas untuk menggali pengalaman mereka secara alami. Jadi, peneliti tidak memanipulasi keadaan atau membuat eksperimen, tetapi lebih kepada mengamati, mendengar, dan memahami apa yang sebenarnya terjadi di lingkungan sekolah.

Menurut (Sriyanti, 2025), penelitian kualitatif itu dilakukan secara alami dan bertujuan untuk memahami fenomena dari sudut pandang orang yang terlibat di dalamnya, bukan dari kacamata peneliti. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan di lingkungan nyata, yaitu SMPN 12 Jember, dengan tujuan memperoleh gambaran objektif tentang praktik hubungan antara Humas dan media pers. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif, di mana peneliti mendeskripsikan secara rinci kegiatan dan strategi Humas dalam menjalin kemitraan dengan media. Penelitian ini tidak hanya menyoroti proses komunikasi dan publikasi, tetapi juga menelaah bagaimana sinergi antara sekolah dan pers dapat memengaruhi citra positif lembaga pendidikan.

Objek penelitian ini adalah SMPN 12 Jember sebagai lokasi pelaksanaan peran humas yang menjalin kemitraan dengan pers. SMPN 12 Jember dipilih karena memiliki aktivitas humas yang aktif dan relevan dalam menjalin hubungan dengan media sebagai upaya peningkatan publisitas sekolah. Peneliti melakukan pengamatan langsung di lokasi untuk mempermudah pengumpulan data yang akurat dan kontekstual.

Subjek penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling, yaitu memilih informan berdasarkan relevansi dan keterlibatannya langsung dalam kegiatan humas dan kerja sama dengan pers di SMPN 12 Jember. Subjek meliputi guru yang bertugas sebagai humas. Data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, staf Humas, guru, serta wartawan yang menjadi mitra sekolah. Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi sekolah seperti laporan kegiatan, arsip publikasi berita, media sosial sekolah, dan berita dari media

massa yang menyoroti kegiatan sekolah. Menurut Sugiyono (2019), data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama melalui wawancara, observasi, atau dokumentasi lapangan, sedangkan data sekunder adalah data pendukung yang telah tersedia dan digunakan untuk memperkuat hasil penelitian.

Teknik pengambilan data dilakukan melalui Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada informan utama, yaitu Humas, serta perwakilan dari media pers lokal. Tujuan wawancara ini adalah untuk mengetahui strategi, hambatan, dan upaya Humas dalam membangun hubungan dengan media. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas kehumasan, seperti konferensi pers, peliputan kegiatan sekolah, dan proses distribusi informasi melalui media sosial. Teknik ini membantu peneliti memahami perilaku komunikasi dan interaksi nyata antara Humas dan pers.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang terperinci dalam dokumen tersebut, dapat dianalisis bahwa peran Humas (Hubungan Masyarakat) di SMPN 12 Jember telah berevolusi dari sekadar unit pelaksana tugas administratif menjadi ujung tombak strategis dalam membangun citra dan modal sosial sekolah. Posisinya sebagai "jembatan" yang menghubungkan sekolah dengan seluruh ekosistem pendidikannya-mulai dari publik internal (guru, siswa, tenaga kependidikan) hingga publik eksternal (orang tua, masyarakat, media massa, dan instansi terkait) menunjukkan pemahaman yang komprehensif tentang kompleksitas lingkungan organisasi modern. Fungsi Humas di sini bersifat multidimensi. Dimensi pertama adalah fungsi komunikasi dan diseminasi informasi, di mana Humas aktif menjembatani arus informasi mengenai kegiatan, prestasi siswa, dan program-program baru sekolah. Ini bukanlah komunikasi satu arah yang bersifat memberitahu, melainkan, sebagaimana ditekankan dalam penelitian, sebuah "komunikasi dua arah." Konsep ini merupakan jantung dari praktik humas yang efektif. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan kabar baik, tetapi juga secara proaktif mendengarkan, menampung, dan menindaklanjuti aspirasi, keluhan, serta masukan dari berbagai pihak. Dimensi kedua adalah fungsi pembangunan hubungan dan reputasi. Dengan membina hubungan yang harmonis dan saling percaya, Humas bekerja untuk menciptakan citra positif sekolah yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan (trust) masyarakat. Dokumen tersebut secara tegas menyatakan bahwa kepercayaan masyarakat adalah kunci kemajuan lembaga pendidikan. Pernyataan ini sangat fundamental. Dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan saat ini, citra yang baik dan kepercayaan yang tinggi tidak lagi menjadi sekadar pelengkap, melainkan aset strategis yang langsung memengaruhi minat calon siswa

dan dukungan dari orang tua serta komunitas. Dengan demikian, setiap aktivitas Humas-mulai dari menginformasikan kegiatan hingga menangani umpan balik pada hakikatnya adalah investasi dalam membangun dan memelihara reputasi jangka panjang sekolah, yang pada akhirnya berkontribusi langsung pada tercapainya visi dan misi institusi.

Keefektifan strategi kehumasan ini sangat bergantung pada pemilihan dan pemanfaatan saluran komunikasi atau media publikasi yang tepat. Penelitian ini mengidentifikasi dengan baik portofolio media yang digunakan SMPN 12 Jember, yang dapat dikategorikan ke dalam media tradisional (cetak) dan media digital.



Gambar 1. Media digital SMPN 12 Jember.

Media cetak seperti majalah sekolah, bulletin, brosur, pamflet, spanduk, dan poster masih memegang peranan penting, khususnya dalam menjangkau audiens di lingkungan sekitar sekolah yang mungkin memiliki akses terbatas ke dunia digital atau lebih terbiasa dengan media fisik. Keunggulan media cetak terletak pada kehadirannya yang nyata dan dapat menjangkau lapisan masyarakat tertentu secara langsung. Namun, lompatan strategis yang paling signifikan, seperti yang diuraikan dalam dokumen, adalah adopsi dan pemanfaatan media digital. Website resmi sekolah berfungsi sebagai pusat informasi yang kredibel dan selalu diperbarui, sementara platform media sosial seperti Instagram dan YouTube menjadi wajah dinamis sekolah yang mampu menjangkau khalayak luas, khususnya generasi muda (siswa dan orang tua mereka) dengan cara yang lebih menarik dan interaktif melalui foto, video, dan pengumuman real-time. Keberhasilan SMPN 12 Jember dalam menggunakan kombinasi kedua media ini-yang sering disebut sebagai strategi media konvergen merupakan langkah yang cerdas. Strategi ini memungkinkan sekolah untuk memaksimalkan jangkauan dan dampak pesannya. Namun, penelitian ini juga secara implisit menyoroti tantangan dalam

mengelola media ini. Humas dituntut untuk tidak hanya aktif, tetapi juga kreatif, strategis, dan selektif. Kreativitas dibutuhkan untuk menghasilkan konten di media sosial yang tidak hanya informatif tetapi juga engaging, agar tidak tenggelam dalam banjir informasi digital. Selektivitas diperlukan untuk memastikan bahwa pesan disampaikan melalui saluran yang paling tepat untuk audiens sasaran tertentu. Dokumen dengan tepat menggarisbawahi bahwa pemilihan media yang baik membawa tiga keuntungan strategis: (1) Mendapatkan umpan balik (feed back) yang konstruktif untuk perbaikan kebijakan, (2) Menunjukkan transparansi pengelolaan yang pada gilirannya membangun akuntabilitas publik yang tinggi, dan (3) Mengamankan dukungan riil dan berkelanjutan dari masyarakat. Dengan demikian, media publikasi berfungsi sebagai amplifier dan enabler bagi seluruh fungsi humas, mengubah aktivitas komunikasi menjadi alat yang powerful untuk membangun legitimasi dan keberlanjutan institusi.

Agar seluruh upaya strategis tersebut tidak berjalan di tempat, penelitian ini menegaskan mutlaknyanya dilakukannya evaluasi yang sistematis, partisipatif, dan berkelanjutan. Evaluasi humas tidak boleh dipandang sebagai ritual tahunan semata, melainkan sebagai sebuah siklus integratif yang menghubungkan antara perencanaan, pelaksanaan, dan perbaikan sebagaimana ditegaskan oleh Cutlip, Center, & Broom (2013) bahwa proses humas yang efektif selalu mencakup empat tahap utama, yakni research, planning, communication, and evaluation. Dengan demikian, tahapan evaluasi bukanlah akhir, tetapi justru menjadi fondasi bagi siklus manajemen komunikasi berikutnya.

Temuan evaluasi terhadap kinerja Humas SMPN 12 Jember memberikan gambaran yang jujur dan reflektif. Di satu sisi, Humas telah berkinerja baik dalam mengelola informasi dasar, tetapi di sisi lain masih ditemukan kebutuhan untuk memperkuat kemitraan dengan media lokal, meningkatkan dukungan sumber daya, serta mengoptimalkan kreativitas dalam pemanfaatan media sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Kriyantono dkk. (2017) dan Ruslan (2018) yang menekankan bahwa kemitraan humas-media yang efektif harus dibangun di atas prinsip saling percaya, kolaboratif, dan berkelanjutan; bukan sekadar transaksi informasi, melainkan proses negosiasi makna antara sekolah dan media sebagai gatekeeper publik. Oleh karena itu, penguatan hubungan dengan media lokal sebagaimana dilakukan SMPN 12 Jember merupakan langkah penting untuk memperluas jangkauan pesan serta memperkuat legitimasi publik sekolah.

Lebih jauh, penelitian ini juga memperlihatkan bahwa mekanisme evaluasi yang partisipatif dan terbuka—melibatkan kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, dan perwakilan orang tua—mencerminkan prinsip komunikasi dua arah yang menjadi inti teori

humas modern sebagaimana ditegaskan dalam two-way symmetrical model. Pendekatan ini memungkinkan berbagai pihak untuk memberikan masukan dan kritik konstruktif, sehingga evaluasi tidak bias dari satu sudut pandang saja. Pendekatan tersebut sekaligus merefleksikan prinsip adaptasi lokal sebagaimana diuraikan oleh Putri et al. (2024) yang menekankan pentingnya “mindful messaging” dan penghargaan terhadap nilai-nilai budaya lokal seperti kesopanan, kekeluargaan, dan keterbukaan dalam membangun komunikasi yang efektif. Dalam konteks Jember, keterlibatan masyarakat dan orang tua dalam proses evaluasi merupakan bentuk konkret penerapan nilai budaya guyub yang memperkuat legitimasi sosial sekolah.

Kesimpulannya, keberhasilan fungsi Humas di SMPN 12 Jember merupakan siklus strategis yang selaras dengan teori-teori tersebut: dimulai dari perencanaan yang matang (Cutlip et al., 2013), diperkuat melalui kemitraan media yang kredibel dan saling menguntungkan (Kriyantono dkk., 2017; Ruslan, 2018), serta disempurnakan melalui evaluasi berkelanjutan yang partisipatif dan kontekstual terhadap budaya lokal (Putri et al., 2024). Proses yang terintegrasi inilah yang menjamin agar jembatan komunikasi yang dibangun oleh Humas tidak hanya berdiri kokoh, tetapi juga adaptif terhadap dinamika masyarakat dan mampu menjamin keberlangsungan serta kemajuan sekolah dalam jangka panjang.

Peran dan Fungsi Humas di Lembaga Pendidikan

Peran dan Fungsi Humas di SMPN 12 Jember itu mempunyai tugas penting buat menjaga komunikasi antara sekolah dan orang-orang di luar sekolah, seperti siswa, orang tua, guru, dan masyarakat sekitar. Jadi, Humas ini ibarat jembatan yang menghubungkan sekolah dengan banyak pihak supaya informasi yang penting bisa sampai dan dipahami dengan baik oleh semuanya. Misalnya, Humas bakal kasih tahu tentang kegiatan yang ada di sekolah, maupun program baru yang sedang dijalankan. Selain itu, Humas juga harus jalin hubungan baik dengan media supaya berita tentang sekolah bisa tersebar luas dan sekolah jadi makin dikenal positif. Kalau ada acara sekolah, Humas yang bakal urus biar media meliput kegiatan. Selain itu, Humas juga mendengarkan masukan dari orang tua dan masyarakat untuk perbaikan sekolah ke depan. Dengan peran ini, sekolah bisa lebih dipercaya dan dicintai oleh semua orang, karena informasinya jelas dan komunikasinya lancar. Dengan menjaga hubungan ini, humas membantu menciptakan citra positif sekolah sehingga meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. Komunikasi menjadi kunci yang harus dibangun antara sekolah dengan masyarakat. Untuk itu humas dan komite sekolah adalah sosok yang tepat dalam menjembatani komunikasi sekolah sehingga tidak terjadi kesenjangan (Rofiq Hidayat, 2020).

Singkatnya, Humas itu membawa nama baik sekolah ke luar sekolah supaya makin maju dan diminati banyak orang. Jadi, Humas itu penting banget buat bikin sekolah SMPN 12 Jember dikenal dan dipercaya oleh banyak masyarakat.

Peran Humas di lembaga pendidikan untuk kedepannya antara lain:

- a. Membina hubungan harmonis kepada public internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan, seperti :guru, tenaga administrasi dan siswa) dan hubungan kepada public eksternal (di luar lembaga pendidikan, seperti : orang tua siswa dan diluar lembaga pendidikan)
- b. Membina komunikasi dua arah kepada public internal (guru dan siswa) dan public eksternal (lembaga luar/instansi, masyarakat dan media massa) dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian dan berbagai kebijakan-kebijakan yang ditetapkan pimpinan

Fungsi Humas di lembaga pendidikan yaitu:

Fungsi humas di lembaga pendidikan secara umum meliputi beberapa hal penting. Antara lain sebagai berikut:

- a. Humas mendukung dan mempublikasikan kegiatan serta program sekolah agar informasi tersebut tersebar luas dan masyarakat menjadi lebih mengenal dan percaya pada sekolah.
- b. Humas menjaga hubungan baik dengan publik baik internal seperti siswa, guru, dan staf, maupun eksternal seperti orang tua dan masyarakat luas. Dengan menjaga hubungan ini, humas membantu menciptakan citra positif sekolah sehingga meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari masyarakat. Fungsi-fungsi ini menjadikan humas bagian penting dari manajemen sekolah yang membantu tercapainya visi dan misi sekolah secara efektif.

Peran Humas di lembaga pendidikan seperti SMPN 12 Jember mencerminkan sinergi antara teori manajemen komunikasi dan praktik relasi publik yang adaptif. Cutlip, Center, & Broom (2013) menjelaskan bahwa fungsi humas bukan sekadar penyampai informasi, tetapi bagian integral dari manajemen strategis yang bertugas membangun hubungan timbal balik dengan publik secara terencana dan berkesinambungan. Dalam konteks pendidikan, hal ini diperkuat oleh Fitri (2024) yang menegaskan bahwa humas sekolah berperan sebagai relationship builder yang mampu menciptakan komunikasi dua arah antara sekolah dan masyarakat untuk memperkuat kepercayaan dan dukungan publik. Sementara itu, Kriyantono & McKenna (2017) menambahkan bahwa keberhasilan humas di Indonesia sangat ditentukan oleh kemampuannya mengadaptasi nilai-nilai budaya lokal seperti kesopanan, gotong royong,

dan pendekatan kekeluargaan. Ketiga teori tersebut menunjukkan bahwa peran humas SMPN 12 Jember telah bergerak dari fungsi administratif menuju peran strategis yang melibatkan pengelolaan citra, reputasi, dan legitimasi sosial. Humas tidak hanya menjadi jembatan informasi antara sekolah dan publik, tetapi juga berperan sebagai pengelola kepercayaan publik melalui komunikasi yang empatik, partisipatif, dan berorientasi pada nilai-nilai budaya lokal yang hidup di masyarakat Jember.

Media Publikasi Humas dalam Lembaga Pendidikan

Media publikasi humas dalam pendidikan adalah berbagai saluran atau cara yang digunakan humas sekolah untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan, prestasi, dan program sekolah kepada masyarakat luas. Media ini bisa berupa media cetak, maupun digital, tergantung pada kebutuhan dan kesiapan sekolah.

Beberapa media publikasi humas yang sering dipakai di lembaga pendidikan antara lain:

- a. Website resmi sekolah yang selalu update berisi berita dan informasi penting,
- b. Media sosial seperti Instagram, YouTube, yang dipakai untuk menyebarkan foto, video, dan pengumuman sekolah, dan
- c. Majalah atau bulletin sekolah yang berisi artikel, cerita, dan informasi kegiatan sekolah,
- d. Brosur, pamflet, spanduk, dan poster yang dipasang di lingkungan sekolah atau dibagikan ke masyarakat.

Pemanfaatan media digital saat ini sangat penting karena informasi bisa cepat tersebar dan menjangkau banyak orang, khususnya para siswa, orang tua, dan masyarakat. Humas bertugas memastikan media yang dipilih bisa efektif menyampaikan pesan dan memperkuat citra positif sekolah. Sejalan dengan itu, penerapan digitalisasi dalam kegiatan kehumasan seperti yang dilakukan oleh Humas UIN KHAS Jember menunjukkan bahwa peran humas sebagai mediator informasi kini semakin diperkuat melalui pemanfaatan media digital (Mohammad Gufron, 2024). Contohnya, SMPN 12 JEMBER sukses menggunakan kombinasi media cetak dan media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk membangun branding sekolah sehingga banyak dikenal dan diminati masyarakat.

Di negara kita pendidikan dipandang sebagai tanggung jawab bersama antara, keluarga, masyarakat, dan pemerintah. Dan seorang manajer pendidikan harus menyadari bahwa masyarakat mempunyai peran yang sangat penting terhadap kemajuan lembaga pendidikan. Bila ada lembaga pendidikan yang mengalami kemajuan, maka salah satu penentunya karena keterlibatan yang maksimal dari masyarakat. Sebaliknya, jika ada lembaga pendidikan yang

memprihatinkan, maka salah satu penyebabnya adalah masyarakat enggan memberikan dukungan.

Kepercayaan masyarakat merupakan kunci kemajuan lembaga pendidikan. Oleh sebab itu, tugas Public Relation dalam bidang ini adalah menciptakan hubungan yang saling menguntungkan satu sama lain dengan menciptakan hubungan yang positif dengan cara-cara yang positif pula. Komunikasi menjadi sangat penting karena ketidakharmonisan hubungan antara manusia dalam organisasi ataupun dalam kehidupan dimasyarakat disebabkan cara komunikasi yang keliru sehingga menimbulkan salah persepsi, miskomunikasi atau salah paham.

Untuk mencegah hal tersebut, seorang Public Relation harus pandai dalam berkomunikasi dan selektif dalam memilih media publikasi. Dengan memilih media publikasi yang baik dan sesuai, setidaknya ada 3 keuntungan yang dapat diperoleh oleh lembaga pendidikan, diantaranya: (1) Mendapatkan umpan balik (feed back) dari masyarakat atas kebijakan-kebijakan yang ditempuh lembaga, (2) Untuk menunjukkan transparansi pengelolaan lembaga pendidikan sehingga memiliki akuntabilitas publik yang tinggi, dan (3) Untuk mendapatkan dukungan riil dari masyarakat terhadap kelangsungan lembaga pendidikan.

Pemanfaatan media publikasi oleh Humas SMPN 12 Jember dapat dipahami sebagai penerapan strategi komunikasi konvergen sebagaimana dijelaskan oleh Ruslan (2018), bahwa efektivitas PR ditentukan oleh kemampuannya mengelola berbagai saluran komunikasi baik tradisional maupun digital untuk menjangkau publik yang lebih luas secara simultan. Mahfuzhah & Anshari (2018) memperkuat pandangan ini dengan menyatakan bahwa media publikasi di lembaga pendidikan harus dipilih berdasarkan kesesuaian dengan karakteristik audiens agar pesan yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga edukatif dan persuasif. Lebih jauh, Pratama (2024) menekankan bahwa konsistensi dan kontinuitas publikasi adalah faktor penting dalam membangun citra lembaga pendidikan yang kredibel dan berdaya saing tinggi. Dengan merujuk pada teori-teori tersebut, strategi publikasi SMPN 12 Jember yang memadukan media cetak seperti majalah sekolah, brosur, dan spanduk dengan media digital seperti website, Instagram, dan YouTube telah menunjukkan sinergi yang efektif. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan informasi tetapi juga memperkuat brand sekolah sebagai lembaga modern yang adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Humas berhasil menempatkan media sebagai sarana membangun citra positif sekaligus memperkuat relasi sosial dengan publik secara lebih interaktif dan berkelanjutan.

Evaluasi Humas dalam Lembaga Pendidikan

bagaimana peran dan kinerja humas di SMPN 12 Jember dalam menyampaikan informasi dan menjalin komunikasi dengan masyarakat sekitar. Hasilnya menunjukkan bahwa humas di sekolah ini sudah cukup baik dalam mengelola informasi mengenai kegiatan sekolah, prestasi siswa, serta program-program yang sedang berjalan. Mereka aktif memberikan informasi ke media dan warga sekolah supaya semuanya tahu perkembangan terbaru di SMPN 12 Jember. Namun, ada beberapa hal yang perlu diperbaiki, seperti penguatan kerjasama dengan media lokal agar publikasi lebih luas dan menarik perhatian masyarakat. Selain itu, dukungan dari staf dan dana juga perlu ditingkatkan supaya humas bisa bekerja lebih maksimal. Humas juga harus lebih kreatif dalam menggunakan media sosial agar informasi sampai ke lebih banyak orang, khususnya generasi muda. Secara keseluruhan, humas di SMPN 12 Jember sudah menjalankan fungsinya dengan baik, tapi masih ada ruang untuk pengembangan agar citra positif sekolah semakin kuat dan lebih dikenal masyarakat luas.

Evaluasi humas di lembaga pendidikan merupakan proses penting untuk menilai efektivitas dan dampak program humas terhadap sekolah dan masyarakat. Evaluasi ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui sejauh mana program humas berhasil diterapkan dan memberikan dampak positif.
- b. Melakukan seleksi apakah program humas yang berjalan perlu diubah, dimodifikasi, atau dihentikan.
- c. Memperoleh informasi untuk meningkatkan kualitas pendidikan melalui interaksi manusia dengan berbagai pihak terkait.
- d. Evaluasi umumnya dilakukan secara formal dan nonformal, melibatkan kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan, dan pihak eksternal seperti orang tua.
- e. Evaluasi juga bisa berbentuk pemantauan berkelanjutan, rapat bersama, dan penyusunan laporan hasil evaluasi yang digunakan sebagai dasar perencanaan program selanjutnya.

Pendekatan evaluasi humas yang efektif biasanya meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan mekanisme yang transparan dan partisipatif agar keterbukaan dan kritik konstruktif dapat mendorong pengembangan lembaga pendidikan secara menyeluruh.

Evaluasi humas merupakan aspek yang esensial dalam memastikan bahwa seluruh strategi komunikasi berjalan efektif dan berdampak nyata bagi lembaga pendidikan. Berdasarkan Cutlip, Center, & Broom (2013), evaluasi merupakan fase terakhir dalam siklus

manajemen humas yang bertujuan untuk menilai sejauh mana tujuan komunikasi tercapai dan menentukan perbaikan program di masa depan. Salsabila (2025) menambahkan bahwa evaluasi harus dilaksanakan dengan indikator yang jelas dan terukur seperti frekuensi pemberitaan, tingkat keterlibatan publik, serta persepsi masyarakat terhadap citra sekolah. Di sisi lain, Kriyantono dkk. (2017) menekankan bahwa dalam konteks Indonesia, evaluasi kehumasan tidak dapat dilepaskan dari nilai partisipatif dan budaya lokal karena efektivitas komunikasi sangat bergantung pada legitimasi sosial yang diperoleh dari penerimaan masyarakat. Ketiga teori ini berpadu dalam konteks SMPN 12 Jember, di mana evaluasi humas dilakukan melalui rapat bersama stakeholder, analisis media, dan umpan balik masyarakat untuk memperbaiki strategi komunikasi berikutnya. Dengan pendekatan sistematis dan partisipatif tersebut, evaluasi bukan sekadar alat ukur administratif, melainkan menjadi mekanisme reflektif untuk menjaga keberlanjutan hubungan, meningkatkan kredibilitas lembaga, dan memperkuat kepercayaan publik terhadap sekolah sebagai institusi pendidikan yang terbuka dan akuntabel.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa peran Humas di SMPN 12 Jember telah berkembang menjadi fungsi strategis yang tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi dua arah dan pembangun citra sekolah. Humas berperan sebagai jembatan yang menghubungkan sekolah dengan seluruh pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, termasuk media pers. Kemitraan yang dijalin dengan media lokal, meskipun telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan visibilitas sekolah, masih perlu ditingkatkan secara kualitatif dan kuantitatif. Keberhasilan humas dalam memanfaatkan strategi media konvergen gabungan antara media tradisional dan digital telah memperluas jangkauan publikasi, meski di sisi lain menuntut kapasitas kreativitas dan selektivitas yang lebih tinggi dalam mengelola konten. Penelitian ini juga mengungkap bahwa efektivitas humas sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasinya terhadap konteks budaya lokal. Penggunaan bahasa Jawa halus dan pendekatan kekeluargaan dalam komunikasi terbukti meningkatkan penerimaan dan keterlibatan masyarakat, sekaligus membangun citra sekolah yang autentik dan dekat dengan nilai-nilai kearifan lokal. Namun, upaya strategis ini belum sepenuhnya optimal tanpa didukung oleh evaluasi yang sistematis dan berkelanjutan. Temuan menunjukkan bahwa evaluasi humas di SMPN 12 Jember telah dilakukan, namun masih bersifat insidental dan belum terintegrasi secara penuh dalam siklus perencanaan strategis, sehingga dampak jangka panjang dari program humas terhadap reputasi sekolah masih perlu

pemantauan yang lebih terstruktur. Secara keseluruhan, dapat dikatakan bahwa kemitraan humas dan pers di SMPN 12 Jember memiliki potensi yang signifikan untuk meningkatkan publisitas dan citra sekolah, asalkan didukung oleh strategi yang sistematis, adaptif terhadap budaya lokal, dan dilengkapi dengan mekanisme evaluasi yang partisipatif dan berkelanjutan. Generalisasi temuan ini perlu dilakukan dengan kehati-hatian mengingat konteks penelitian yang terbatas pada satu studi kasus. Namun, temuan ini dapat menjadi refleksi dan dasar pengembangan bagi sekolah-sekolah lain yang memiliki karakteristik dan tantangan serupa dalam mengelola hubungan dengan media dan masyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.
- Fitri, A. (2024). Humas sebagai relationship builder dalam mendukung manajemen sekolah. *Jurnal Gafari*, 5(2), 112–125.
- Fitri, N. A., & Masyitoh, S. (2024). Peran humas sekolah dalam menjalin kemitraan dengan dunia industri. *Al-Gafari: Jurnal Manajemen dan Pendidikan*, 2(3), 252–262.
- Gufron, M. (2024). Digitalisasi Layanan Informasi Pengembangan Kampus Uin Khas Jember.
- Hanifah, S., Arum, D. S., Herfanda, F. S., Nur'aini, I. A., Latif, I. S., Benty, D. D. N., & Argadinata, H. (2023). Optimalisasi peran humas dalam membangun kemitraan: *Gait kolaborasi dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Proceedings Series of Educational Studies*. Universitas Negeri Malang.
- Hidayat, Rofiq, and Nurul Huda. "Implementasi servqual dalam meningkatkan mutu layanan pada manajemen pemasaran pendidikan." *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management* 2.1 (2020): 41-62.
- Kriyantono, R., & McKenna, B. (2017). Developing a culturally-relevant public relations theory for Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33(1), 1–16.
- Kriyantono, R., McKinnon, M., Guntoro, B., & Hastjarjo, S. (2017). Pengembangan teori public relations di Indonesia: Perlukah adaptasi atau menggunakan teori Barat saja? *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(1), 1–18.
- Mahfuzhah, H., & Anshari. (2018). Media publikasi humas dalam pendidikan. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 137–147.
- Nazarudin, M., Khodijah, S., & Ibrahim. (2024). Strategi humas dalam mempertahankan citra sekolah di MTs Negeri 2 Pale mbang. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(2), 2619–2631.
- Novembry, D. (2021). Peranan humas dalam membangun kemitraan dengan DUDI (Studi kasus di SMK Negeri 63 Jakarta). [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Novembry, F. (2024). Strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah melalui media pers di MTsN Jakarta [Skripsi tidak diterbitkan]. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Pratama, R. A. (2024). Peran humas sekolah dalam komunikasi publik yang konsisten dan sistematis. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial*, 3(1), 45–60.
- Putri, S., Wahyudi, D., & Sari, M. (2024). Mindful messaging: Strategi pesan humas sekolah berbasis kearifan lokal untuk meningkatkan keterlibatan orang tua. *Jurnal Manajemen Pendidikan Indonesia*, 12(3), 78–92.
- Riduan, A. (2024). Dampak kerjasama dengan media lokal terhadap kesadaran publik atas prestasi siswa di MTsN 1 Paser. *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan*, 8(1), 34–49.
- Riduan, Zamroni, & Baharun, H. (2024). The public relations team's strategy in improving achievement and reputation at MTsN 1 Paser. *Proceeding of International Conference on Education, Society and Humanity*, 2(2), 1002–1008.
- Rozanah, A. F. (2016). Peran humas dalam membangun citra positif sekolah di SD N Sosrowijayan Yogyakarta [Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta].
- Rozanah, A., & Ahlam, S. (2023). Publikasi sekolah dan daya saing: Studi pada SMP di Daerah Istimewa Yogyakarta. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ruslan, R. (2018). Manajemen public relations & media komunikasi: Konsepsi dan aplikasi. PT RajaGrafindo Persada.
- Salsabila, N. (2025). Optimalisasi peran humas sekolah: Analisis terhadap penetapan target media dan evaluasi publikasi. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 10(2), 201–215.