

STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF DI SMK PGRI 3 NGANJUK

Badriyyah Dwi Nuur'Ainii Putri, Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Universitas Negeri Surabaya

E-mail: *badriyyahdwi.22034@mhs.unesa.ac.id*

Siti Sri Wulandari, Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Universitas Negeri Surabaya

E-mail: *sitiwulandari@unesa.ac.id*

Abstract

This study evaluates the public relations management strategy (PR) at SMK PGRI 3 Nganjuk and its contribution to the formation of the school's image using the CIPP (Context, Input, Process, Product) evaluation model. The qualitative method with case studies involves the principal, public relations, administration, parents, and the community as informants. Data were collected through observation, semi-structured interviews, and documentation, analyzed with the Miles and Huberman model. The results show that the school context needs to strengthen its image with a clear public relations structure. However, limited budgets and resources (inputs) hinder program optimization. The digital publishing process is starting to increase but is inconsistent due to overlapping tasks and lack of devices. Public relations products increase engagement on social media and relationships with the industry, although it has not been quantitatively measured. In conclusion, public relations strategies have a positive impact on school image, but it is necessary to strengthen budget support, professionalize human resources, and data-based evaluation for more effective and sustainable results.

Keywords: Public relations strategy, school image, CIPP evaluation, communication management, vocational school

Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi strategi manajemen hubungan masyarakat (humas) di SMK PGRI 3 Nganjuk dan kontribusinya terhadap pembentukan citra sekolah menggunakan model evaluasi CIPP (Context, Input, Process, Product). Metode kualitatif dengan studi kasus melibatkan kepala sekolah, humas, tata usaha, wali murid, dan masyarakat sebagai informan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, dianalisis dengan model Miles dan Huberman. Hasil menunjukkan konteks sekolah membutuhkan penguatan citra dengan struktur humas yang jelas. Namun, keterbatasan anggaran dan sumber daya (input) menghambat optimalisasi program. Proses publikasi digital mulai meningkat tetapi tidak konsisten akibat tumpang tindih tugas dan minim

perangkat. Produk humas meningkatkan engagement di media sosial dan hubungan dengan industri, meski belum terukur kuantitatif. Kesimpulannya, strategi humas berdampak positif pada citra sekolah, namun perlu penguatan dukungan anggaran, profesionalisasi SDM, dan evaluasi berbasis data untuk hasil lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Strategi humas, citra sekolah, evaluasi CIPP, manajemen komunikasi, sekolah kejuruan*

Pendahuluan

Persaingan antar lembaga pendidikan di Indonesia semakin intensif, terutama pada jenjang sekolah menengah kejuruan swasta. Sekolah swasta menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan eksistensi di tengah menurunnya minat masyarakat, keterbatasan sumber daya manusia, fasilitas yang belum memadai, serta stigma kurangnya kualitas layanan pendidikan (Astuti et al., 2024). Kondisi ini semakin kompleks karena masyarakat semakin kritis dalam memilih institusi pendidikan yang dianggap mampu menjamin masa depan peserta didik. Oleh karena itu, keberlangsungan lembaga pendidikan swasta tidak hanya ditentukan oleh kualitas akademik, tetapi juga oleh kemampuan lembaga dalam membangun citra positif yang dapat meningkatkan kepercayaan publik.

Citra institusi pendidikan pada dasarnya terbentuk melalui rangkaian pengalaman, interaksi, dan informasi yang diterima publik. Persepsi masyarakat terhadap sekolah berpengaruh terhadap partisipasi, dukungan, hingga pilihan orang tua dalam menyekolahkan anaknya (N. Sari et al., 2023; Sholeh, 2023). Citra yang

positif mampu mendorong motivasi siswa, memacu profesionalisme guru, serta menciptakan iklim kompetitif yang kondusif bagi peningkatan mutu pendidikan (P & Andriyani, 2020; Supriani, 2022). Dengan demikian, citra sekolah bukan hanya aspek promosi, melainkan instrumen strategis yang berkontribusi pada peningkatan mutu layanan pendidikan secara berkelanjutan.

Dalam konteks pembangunan citra lembaga pendidikan, fungsi Hubungan Masyarakat (Humas) memiliki posisi yang sangat strategis. Humas berperan sebagai penyambung komunikasi antara sekolah dan publik, perancang pesan, penjaga reputasi, serta pengelola hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan (Rizki & Al Asy Ary, 2023). Penelitian Norman et al., (2023) menunjukkan bahwa humas yang dikelola secara profesional melalui perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang terstruktur memberikan pengaruh signifikan terhadap reputasi lembaga. Selain itu, efektivitas humas memungkinkan sekolah memahami opini masyarakat dan menyusun strategi komunikasi berbasis data, sebagaimana dikemukakan Fitzpatrick & Weissman, (2021) mengenai

pentingnya *social media analytics* dalam mendukung pengambilan keputusan komunikasi.

Berbagai penelitian terdahulu menekankan elemen-elemen penting dalam strategi humas seperti koordinasi internal-eksternal, publikasi terencana, keterlibatan masyarakat, hingga pemanfaatan analisis SWOT sebagai dasar kebijakan komunikasi (Divina P et al., 2023). Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa banyak sekolah swasta di daerah belum mampu menjalankan fungsi humas secara optimal akibat keterbatasan tenaga kompeten, minimnya fasilitas teknologi, serta belum adanya mekanisme evaluasi yang terstandar (Erlin et al., 2024; Maulidiyah, 2020; Rusyanti et al., 2021). Celah inilah yang memperlihatkan bahwa strategi humas di sekolah swasta masih bersifat parsial dan belum terintegrasi dalam manajemen sekolah secara menyeluruh.

Transformasi digital semakin memperluas tantangan humas lembaga pendidikan. Keterampilan mengelola media sosial, website, dan kanal komunikasi daring menjadi keharusan dalam membangun kehadiran digital yang kredibel. Penelitian Murtaja & Ien, (2023) mengungkapkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam meningkatkan citra dan jumlah pendaftar baru di sekolah. Bahkan Doh et al., (2024) menemukan bahwa empati yang ditunjukkan humas dalam

merespons publik dapat membangun hubungan emosional yang memperkuat reputasi institusi. Namun dalam praktiknya, banyak sekolah swasta belum memaksimalkan potensi media digital sebagai ruang interaksi publik yang membutuhkan kecepatan, ketepatan, dan kepekaan terhadap isu.

Kesenjangan antara teori dan praktik terlihat jelas pada kondisi empiris SMK PGRI 3 Nganjuk, sebuah sekolah swasta terakreditasi A yang menghadapi tantangan pada aspek pengelolaan kehumasan. Meskipun program kehumasan telah disusun, praktik humas masih terfokus pada kegiatan PPDB dan belum mengarah pada pembangunan narasi institusional secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil observasi dan angket masyarakat, rendahnya publikasi kegiatan, minimnya dokumentasi prestasi siswa, serta kurang optimalnya pemanfaatan media sosial menyebabkan publik tidak memperoleh gambaran yang utuh mengenai mutu sekolah. Kondisi ini berdampak pada rendahnya partisipasi masyarakat dan terbentuknya persepsi yang kurang menguntungkan bagi sekolah.

Penelitian terdahulu menunjukkan fenomena serupa: humas sekolah banyak yang belum menjalankan evaluasi sistematis (Triatmaja et al., 2021), publikasi kegiatan masih bersifat incidental (Rusyanti et al., 2021), dan komunikasi digital belum dikelola secara strategis (Syafitri & Wulandari, 2024). Meski

demikian, belum banyak penelitian yang secara komprehensif mengevaluasi strategi humas sekolah swasta melalui pendekatan evaluatif seperti Model CIPP (Context, Input, Process, Product). Padahal, model evaluasi ini terbukti mampu memberikan gambaran utuh mengenai keberhasilan program pendidikan karena menilai bukan hanya output, tetapi juga konteks kebutuhan, kesiapan sumber daya, dan kualitas pelaksanaan (Santoso et al., 2025).

Model CIPP secara konseptual menilai sebuah program dari empat dimensi komplementer. Pertama, komponen **Context** mengevaluasi kebutuhan, permasalahan, peluang, serta lingkungan strategis yang memengaruhi pelaksanaan program humas. Evaluasi konteks sangat penting bagi sekolah swasta karena dapat menunjukkan kesenjangan antara harapan masyarakat dan kondisi riil pelaksanaan strategi humas. Kedua, komponen **Input** menilai sumber daya, kebijakan, kompetensi SDM humas, infrastruktur teknologi, serta strategi yang dipilih untuk mencapai tujuan kehumasan. Komponen ini relevan mengingat banyak sekolah swasta memiliki keterbatasan input yang justru memengaruhi kualitas output humas. Ketiga, komponen **Process** mengkaji implementasi strategi humas, efektivitas koordinasi, kualitas publikasi, pemanfaatan media digital, dan hambatan operasional. Evaluasi proses memberikan gambaran

mengenai sejauh mana strategi humas dilaksanakan sesuai perencanaan. Keempat, komponen **Product** menilai hasil yang dicapai baik dalam aspek peningkatan citra sekolah, persepsi masyarakat, maupun dampaknya terhadap mutu pendidikan. Pendekatan empat dimensi ini memungkinkan evaluasi yang komprehensif dan tidak parsial, sehingga mampu menghasilkan rekomendasi perbaikan yang lebih tepat dan berkelanjutan.

Dengan demikian, penggunaan Model CIPP dalam penelitian ini menjadi dasar penting untuk mengevaluasi efektivitas strategi humas di sekolah swasta secara menyeluruh. Pendekatan ini juga mengisi celah penelitian terdahulu yang umumnya hanya menyoroti aspek pelaksanaan humas tanpa mengevaluasi kesiapan sumber daya, relevansi kebijakan, dan kontribusi strategis terhadap mutu pendidikan. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan Model CIPP untuk memahami secara mendalam praktik manajemen humas di SMK PGRI 3 Nganjuk, memotret dinamika internal sekolah, serta menganalisis kontribusi humas dalam membangun citra sekolah. Kerangka analisis yang sejauh ini belum banyak digunakan dalam penelitian humas sekolah swasta di Indonesia. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi manajemen hubungan masyarakat di SMK PGRI 3 Nganjuk serta perannya dalam membentuk citra positif sekolah.

Dengan pendekatan empiris yang mendalam dan sistematis, penelitian ini diharapkan memberi sumbangan penting pada pengembangan ilmu manajemen hubungan masyarakat khususnya di ranah lembaga pendidikan kejuruan swasta. Temuan hasil penelitian ini juga diharapkan mendukung pemerintah daerah dan sekolah dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan serta membangun citra positif yang berkelanjutan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus evaluatif yang terstruktur berdasarkan model CIPP (Context, Input, Process, Product). Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang praktik manajemen hubungan masyarakat di lingkungan sekolah, sesuai dengan pandangan Baxter & Jack, (2008) bahwa pendekatan ini relevan untuk mengungkap makna, proses, dan pengalaman subjek secara langsung dalam konteks alaminya.

Desain studi kasus diterapkan karena SMK PGRI 3 Nganjuk merupakan satuan kasus yang memiliki karakteristik tertentu sehingga perlu dikaji secara menyeluruh sebagai suatu sistem yang terikat. Pandangan Baxter & Jack, (2008) menegaskan bahwa studi kasus tepat digunakan untuk menelaah fenomena yang kompleks dan kontekstual. Adapun model CIPP

dipilih karena mampu memberikan kerangka evaluasi yang menyeluruh mengenai kebijakan, kesiapan sumber daya, pelaksanaan program, serta hasil yang dicapai. I. K. Sari et al., (2023) menyatakan bahwa model CIPP efektif dalam mengevaluasi program pendidikan karena memberikan penilaian yang terstruktur dan berorientasi pada peningkatan mutu.

Penelitian dilaksanakan di SMK PGRI 3 Nganjuk, yang dipilih secara purposif karena memiliki relevansi yang tinggi dengan fokus penelitian, khususnya dalam hal penguatan citra sekolah dan pengelolaan komunikasi publik. Pemilihan lokasi berdasarkan kriteria kesesuaian konteks serta kemudahan akses data.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan purposive sampling, yaitu teknik pemilihan informan yang dianggap mengetahui secara mendalam fenomena yang diteliti. Informan terdiri atas:

1. Kepala sekolah sebagai informan kunci,
2. Wakil kepala sekolah bidang hubungan masyarakat dan kepala tata usaha sebagai informan utama,
3. Wali murid, masyarakat dan pihak terkait lainnya sebagai informan pendukung.

Teknik *Snowball Sampling* digunakan untuk menambah informan sesuai rekomendasi dari informan sebelumnya yang dinilai memiliki informasi relevan. Pemilihan informan mengikuti panduan Baxter & Jack,

(2008) tentang relevansi informan yang memahami fenomena secara substantif.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Ketiga teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang saling melengkapi sehingga menghasilkan gambaran yang menyeluruh mengenai strategi hubungan masyarakat di sekolah.

Observasi

Observasi dilakukan secara nonpartisipatif, yaitu dengan mengamati kegiatan humas, alur komunikasi, sarana prasarana komunikasi, serta aktivitas publikasi sekolah. Pengamatan dilakukan secara sistematis untuk memahami pelaksanaan hubungan masyarakat dalam situasi yang sebenarnya. (Ainun et al., n.d.) menegaskan bahwa observasi langsung penting dilakukan untuk menilai efektivitas komunikasi organisasi dalam praktik.

Wawancara mendalam

Wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar peneliti memperoleh informasi yang rinci sekaligus tetap memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman mereka. Kepala sekolah memberikan data mengenai arah kebijakan humas, wakil kepala humas serta kepala tata usaha memberikan informasi terkait pelaksanaan program, dan masyarakat memberikan pandangan mengenai citra sekolah.

Wawancara semi terstruktur memudahkan peneliti menggali data yang tidak tercatat secara formal, sebagaimana dinyatakan (Dejonckheere & Vaughn, 2019).

Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian disusun berdasarkan kerangka CIPP dan terdiri atas pedoman wawancara, lembar observasi, serta daftar periksa dokumentasi.

- **Context:** pedoman wawancara yang mengkaji kebijakan humas, kebutuhan komunikasi, persepsi publik, serta karakteristik citra lembaga (personality, reputation, value, identity).
- **Input:** daftar periksa untuk menilai sumber daya manusia humas, sarana komunikasi, dukungan teknologi, serta alokasi anggaran.
- **Process:** lembar observasi yang memuat aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan humas.
- **Product:** pedoman wawancara dan dokumentasi untuk menilai capaian kegiatan humas, efektivitas publikasi, serta perubahan persepsi masyarakat.

Penyusunan instrumen mengacu pada prinsip evaluasi program pendidikan sebagaimana dijelaskan (I. K. Sari & Manurung, 2023), yang menekankan kejelasan indikator sebagai dasar penilaian.

Analisis data dilakukan dengan mengintegrasikan model analisis

kualitatif Miles dan Huberman (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024) dengan kerangka evaluasi CIPP. Analisis dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Data yang telah direduksi kemudian dikelompokkan ke dalam empat komponen CIPP:

1. Context, untuk menganalisis kebutuhan komunikasi dan kondisi yang memengaruhi citra sekolah.
2. Input, untuk menilai kesiapan sumber daya dan fasilitas yang digunakan dalam kegiatan humas.
3. Process, untuk mengevaluasi pelaksanaan kegiatan, kualitas koordinasi, serta efektivitas strategi komunikasi.
4. Product, untuk menilai hasil kegiatan humas berupa jangkauan publikasi, perubahan citra, dan tanggapan masyarakat.

Integrasi kedua model analisis ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam sekaligus sistematis terhadap praktik humas sekolah.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai informan, membandingkan hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi, dan melakukan pengecekan data pada waktu yang berbeda.

Selain itu, dilakukan member check, yaitu meminta informan

memeriksa kembali hasil sementara wawancara agar data yang diperoleh benar-benar sesuai dengan maksud informan. Teknik ini sejalan dengan prinsip kredibilitas data yang dikemukakan (Amankwaa, 2016), yang menyatakan bahwa validitas kualitatif diperoleh melalui proses verifikasi langsung kepada penyedia data.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian mengenai evaluasi strategi manajemen humas di SMK PGRI 3 Nganjuk, yang dianalisis menggunakan model CIPP, disusun melalui empat tahapan evaluasi. Pada tahap context, kajian difokuskan pada sejauh mana program kehumasan dirancang dan dijalankan untuk menjawab kebutuhan sekolah dalam membangun citra positif. Tahap input mengevaluasi ketersediaan dan kualitas sumber daya yang meliputi kebijakan sekolah, kompetensi sumber daya manusia, serta peran struktur organisasi dalam mendukung pelaksanaan fungsi kehumasan. Selanjutnya, tahap process mengkaji mekanisme pelaksanaan program humas, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengendalian, termasuk koordinasi antar pihak dan berbagai kendala yang muncul selama implementasi. Terakhir, tahap product menilai hasil dan dampak dari program humas, baik dalam bentuk pencapaian tujuan, peningkatan citra sekolah, maupun

perubahan persepsi masyarakat terhadap lembaga.

Program Strategi humas dalam meningkatkan citra positif di SMK PGRI 3 Nganjuk ditinjau dari aspek context

Evaluasi **context** adalah upaya untuk menganalisis terhadap latar belakang kebutuhan, permasalahan dan tujuan program kehumasan sekolah. Tahap ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana program humas dilaksanakan untuk merespons kebutuhan sekolah dalam meningkatkan citra positif sekolah. Context dalam penelitian ini meliputi struktur organisasi humas dengan SK resmi serta jobdesk yang jelas yang mengacu pada visi dan misi sekolah.

Kepala sekolah mendukung pencitraan institusi melalui pengelolaan identitas fisik seperti gedung baru, logo, dan target khusus seperti peningkatan penerimaan siswa baru telah menjadi fokus program humas melalui fokus digitalisasi. Namun, dari perspektif masyarakat sekitar, pengenalan bagian humas masih terbatas, dan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan humas dirasa belum optimal. Hal ini sesuai dengan latar belakang bahwa manajemen hubungan masyarakat di sekolah masih perlu diperkuat untuk meningkatkan citra positif dan kepercayaan publik.

Program Strategi humas dalam meningkatkan citra positif di SMK PGRI 3 Nganjuk ditinjau dari aspek input

Evaluasi input program merujuk pada menilai sumber daya, strategi yang digunakan untuk mendukung pelaksanaan program. Aspek ini mencakup analisis terhadap kebijakan sekolah, kompetensi SDM, dan peran struktur organisasi dalam mendukung kehumasan.

Dalam aspek sumberdaya terbagi menjadi dua bentuk yakni sumber daya manusia dan sumber daya non manusia, pada aspek sumberdaya manusia bagian humas terdiri dari tiga orang yang terdiri dari satu orang sebagai penanggung jawab humas, satu orang anggota memiliki tugas menjalankan aspek digitalisasi kehumasan (IT dan media sosial) dan satu orang menjalankan aspek kehumasan dengan pihak eksternal yaitu dunia usaha serta dunia industri. Sumberdaya non manusia yang dimiliki meliputi fasilitas baru yaitu bangunan yang dimodernisasi dan bangunan baru sebagai penunjang kegiatan pertemuan dengan berbagai pihak serta belajar mengajar.

Tabel 1. Struktur Humas

Wakil Kepala Humas	Koordinator
Anggota 1	Staff <i>Information Technology</i> dan media sosial producer
Anggota 2	Staff hubungan Eksternal (Dunia Usaha & Industri)

Strategi yang dilakukan oleh humas dalam meningkatkan citra positif yaitu: membuat konsep publikasi media sosial, melakukan diseminasi media untuk meningkatkan citra melalui media cetak (pamflet, brosur, banner dan lain-lain). Pada bagian materi atau anggaran didapatkan hasil berdasarkan wawancara responden bahwa bagian humas tidak mendapatkan anggaran yang pasti dalam menjalankan setiap program kerja, dan ketika mengajukan anggaran untuk menjalankan program kerja atau peningkatan kualitas perangkat tidak semua pengajuan disetujui oleh bendahara sekolah karena perlu meninjau urgensinya.

Program Strategi humas dalam meningkatkan citra positif di SMK PGRI 3 Nganjuk ditinjau dari aspek process

Dalam model CIPP, Process menilai atau mengevaluasi bagaimana input tersebut diimplementasikan, apakah berjalan efektif, dan kendala

apa yang muncul. Pada aspek sumber daya manusia dalam struktur Humas jobdesk sudah terbagi jelas, proses pelaksanaan seharusnya lebih focus sesuai dengan bidang pekerjaan dan keahlian masing masing. Dalam prosesnya, evaluasi akan melihat apakah pembagian tugas ini benar-benar diterapkan, efektif atau masih terjadi tumpang tindih. Input yang baik dalam bentuk pembagian tugas SDM akan sangat menentukan bagaimana setiap tugas (publikasi digital, hubungan eksternal, koordinasi humas) dilaksanakan pada tahap proses.

Aspek sumber daya non-manusia yaitu fasilitas gedung modern dan ruang pertemuan mendukung proses Pelaksanaan humas melalui pertemuan dengan pihak industri, pembuatan konten publikasi dan kegiatan branding sekolah. Input berupa fasilitas akan terlihat dampaknya pada proses, misalnya apakah fasilitas benar-benar dimanfaatkan secara optimal dalam kegiatan humas. Dalam prosesnya wakil kepala bidang sarana prasarana akan melakukan inspeksi rutin terhadap bangunan dan fasilitas pendidikan untuk menilai kelayakan fasilitas dalam menunjang kegiatan belajar mengajar yang secara langsung berpengaruh pada hasil citra positif yang diproduksi oleh bagian humas.

Strategi publikasi yang telah dirumuskan pada tahap input menjadi dasar utama dalam pelaksanaan

program humas pada tahap proses. Dalam implementasinya, evaluasi difokuskan pada sejauh mana publikasi media sosial dijalankan sesuai konsep yang telah direncanakan sebelumnya, baik dari segi konsistensi, kualitas konten, maupun kesesuaian dengan target audiens.

Selain itu, proses diseminasi media cetak seperti pamflet, brosur, dan banner juga menjadi perhatian penting, terutama terkait keteraturan pelaksanaannya dan efektivitasnya dalam mendukung peningkatan citra sekolah. Melalui evaluasi proses, dapat diketahui apakah strategi publikasi yang telah disusun pada tahap input benar-benar dioperasikan secara optimal atau masih terdapat kesenjangan antara perencanaan dan pelaksanaan di lapangan. Dengan demikian, hubungan antara input dan proses terlihat jelas, di mana strategi yang ditetapkan pada tahap input berfungsi sebagai pedoman, sementara tahap proses mengevaluasi bagaimana strategi tersebut diwujudkan dalam praktik nyata.

Keterbatasan anggaran menjadi hambatan utama dalam tahap proses pelaksanaan program humas. Ketidakpastian dalam penyediaan dana menyebabkan beberapa program kerja tidak dapat dilaksanakan tepat waktu sehingga terjadi penundaan kegiatan yang telah direncanakan. Kondisi ini berpengaruh langsung terhadap kualitas publikasi yang dihasilkan, baik publikasi digital maupun media cetak,

karena humas tidak memiliki dukungan finansial yang memadai untuk memproduksi materi secara optimal. Selain itu, keterbatasan anggaran juga menghambat pengadaan maupun pembaruan perangkat pendukung seperti peralatan dokumentasi, perangkat desain, dan fasilitas teknis lainnya yang diperlukan untuk menunjang efektivitas program humas. Akibatnya, implementasi strategi publikasi yang telah dirumuskan pada tahap input tidak dapat berjalan secara maksimal, karena proses pelaksanaannya terganggu oleh minimnya sumber daya material yang tersedia.

Program Strategi humas dalam meningkatkan citra positif di SMK PGRI 3 Nganjuk ditinjau dari aspek product

Tahap Product dalam model CIPP berfokus pada menilai hasil, keluaran, serta dampak dari program humas yang telah dilaksanakan. Evaluasi pada tahap ini melihat sejauh mana strategi humas memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan citra positif sekolah, baik dari hasil jangka pendek, capaian program, maupun persepsi publik. Penilaian ini dilakukan dengan membandingkan tujuan program yang ditetapkan pada tahap context, ketersediaan dukungan pada tahap input, serta implementasi yang terjadi pada tahap process.

Berdasarkan hasil penelitian, program humas telah menghasilkan

beberapa capaian yang cukup signifikan, terutama pada aspek publikasi digital. Publikasi melalui media sosial sekolah menunjukkan peningkatan frekuensi unggahan serta tampilan konten yang lebih terstruktur dibandingkan sebelumnya. Konten yang dipublikasikan, seperti kegiatan sekolah, prestasi siswa, inovasi pembelajaran, dan kerja sama industri, mulai memberikan dampak positif terhadap persepsi masyarakat dan calon peserta didik. Hal ini terlihat dari meningkatnya respons masyarakat pada unggahan media sosial sekolah serta bertambahnya jangkauan informasi yang dapat diakses publik. Selain itu, penggunaan fasilitas gedung baru untuk kegiatan publikasi dan penerimaan tamu eksternal turut memperkuat branding sekolah sebagai institusi yang modern dan siap bersaing.

Tabel 2.

Engagement Tiktok Rate (Smeasiang)

Followers	2.105	Notes: <ul style="list-style-type: none"> • Total views from last 38 video posts are 419,020 views • Total likes from last 38 posts are 9,486 likes • Total comments from last 38 posts are 621 comments
Engagement, Average per-post	354	
Views	11.0	
Average per-post	27	
Like Average per-post	250	

Comments Average per-post 17 • All data based on last 38 post

Engagement Rate Average ER	Highest Engagement Post Themes
16,81%	Student activity/event videos and admissions/announcement posts (e.g., PPDB and school event highlights).

Pada sisi lain, produk yang dihasilkan dari strategi humas juga mencakup peningkatan komunikasi dengan dunia usaha dan dunia industri. Kehadiran anggota humas yang khusus menangani hubungan eksternal memungkinkan terjalinnya kerja sama yang lebih intensif dengan mitra industri. Beberapa kegiatan seperti kunjungan industri, kerja sama pelatihan, dan pembinaan kompetensi siswa menjadi bagian dari output positif yang mendukung reputasi sekolah sebagai sekolah vokasi yang responsif terhadap kebutuhan dunia kerja. Capaian tersebut menunjukkan bahwa strategi humas tidak hanya menghasilkan publikasi, tetapi juga memberikan dampak langsung terhadap kualitas hubungan eksternal sekolah.

Namun demikian, produk yang dihasilkan belum sepenuhnya optimal karena adanya hambatan dari aspek pendanaan. Ketidakpastian anggaran berdampak pada kualitas bahan

publikasi cetak yang tidak konsisten dan terbatasnya kemampuan humas dalam meningkatkan perangkat pendukung publikasi. Beberapa program promosi yang telah direncanakan tidak dapat direalisasikan sepenuhnya sehingga hasil yang dicapai tidak seragam pada setiap periode. Kondisi ini menyebabkan beberapa potensi pencitraan positif tidak dapat dimaksimalkan, terutama pada kegiatan yang membutuhkan dana tambahan seperti produksi media promosi profesional atau dokumentasi dengan peralatan berkualitas tinggi.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi produk menunjukkan bahwa strategi humas yang telah dilaksanakan memberikan kontribusi positif terhadap citra SMK PGRI 3 Nganjuk, khususnya dalam ranah publikasi digital dan hubungan industri. Namun, dampak program belum mencapai tingkat yang maksimal akibat keterbatasan anggaran yang mempengaruhi konsistensi dan kualitas output. Oleh karena itu, dukungan pendanaan yang lebih stabil diperlukan agar capaian program humas dapat berkembang lebih optimal sesuai tujuan awal peningkatan citra sekolah.

Pembahasan

Evaluasi Context: Relevansi Program Humas dengan Kebutuhan Citra Sekolah

Evaluasi pada aspek context menunjukkan bahwa SMK PGRI 3 Nganjuk telah memiliki fondasi kelembagaan yang kuat melalui struktur organisasi humas yang jelas dan selaras dengan visi-misi sekolah. Dukungan kepala sekolah terhadap penguatan identitas fisik dan branding digital mempertegas orientasi institusi membangun actual image sebagaimana dijelaskan oleh Jefkins, (2003). Temuan ini sejalan dengan penelitian Astuti et al., (2024) yang menegaskan bahwa struktur humas yang terlegitimasi dan dukungan pimpinan merupakan faktor kunci pembentukan citra lembaga pendidikan. Namun, kesenjangan antara expected image dan current image masih terlihat karena masyarakat belum sepenuhnya memahami peran humas, sebagaimana dijelaskan Sandra Oliver dalam kajian yang dirangkum oleh Pramungkas, (2020).

Selain itu, penelitian Zahroh, (2022) dan Sri et al., (2025) menunjukkan bahwa efektivitas humas sangat dipengaruhi oleh kemampuan melakukan komunikasi publik yang konsisten, berkelanjutan, dan dialogis, bukan hanya oleh keberadaan struktur formal. Kondisi di lapangan yang menunjukkan rendahnya publikasi terencana, minimnya dokumentasi prestasi, serta kurangnya keterlibatan

masyarakat selaras dengan temuan tersebut. Penelitian oleh Astuti et al., (2024) juga menekankan pentingnya strategi humas yang memanfaatkan nilai-nilai lokal dan kedekatan komunitas agar pesan komunikasi lebih mudah diterima publik.

Dengan demikian, meskipun secara kontekstual SMK PGRI 3 Nganjuk sudah memiliki landasan yang tepat untuk pelaksanaan humas, efektivitas pembentukan citra yang diharapkan tetap membutuhkan strategi komunikasi publik yang lebih proaktif, terencana, dan berbasis partisipasi masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan Doh et al., (2024) bahwa komunikasi publik bukan sekadar promosi, tetapi proses jangka panjang dalam membangun persepsi, hubungan emosional, dan kepercayaan publik. Integrasi antara kekuatan internal sekolah dengan strategi komunikasi eksternal yang konsisten merupakan kunci agar citra yang diharapkan dapat benar-benar diterima dan diinternalisasi oleh masyarakat.

Evaluasi Input: Kesiapan SDM, Kebijakan, dan Sumber Daya Pendukung

Pada aspek input, penelitian menunjukkan bahwa struktur humas di SMK PGRI 3 Nganjuk terdiri dari tiga personel dengan pembagian tugas yang jelas, yaitu koordinator humas, staf publikasi digital, dan staf hubungan eksternal berbasis kerja sama industri. Pembagian ini sejalan dengan prinsip

strukturisasi fungsi humas sebagaimana dijelaskan oleh Juhji et al., (2020) bahwa unit humas idealnya mencakup fungsi analisis opini publik, penyebaran informasi, dan pembinaan hubungan eksternal. Efektivitas struktur tersebut juga diperkuat oleh temuan Hadi et al., (2025) yang menegaskan bahwa pembagian kerja yang terarah dalam unit humas sangat berpengaruh terhadap kelancaran komunikasi institusional dan peningkatan kualitas hubungan sekolah dengan publik. Namun demikian, jumlah personel yang terbatas menyebabkan beban kerja tidak proporsional, terutama pada aspek publikasi digital yang membutuhkan konsistensi dan kesinambungan dalam produksi konten.

Dari sisi kompetensi, staf humas telah menunjukkan kemampuan dalam mengelola media sosial, membuat konten dasar, serta menjalin komunikasi dengan mitra industri. Kondisi ini selaras dengan temuan Wahyudi et al., (2025) yang menyatakan bahwa kompetensi tenaga humas merupakan faktor penentu dalam membangun citra positif dan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Di sisi lain, penelitian juga menegaskan bahwa ketersediaan fasilitas belajar yang memadai, termasuk perangkat digital dan akses internet memiliki peran strategis dalam menunjang kelancaran kegiatan pendidikan dan interaksi

kelembagaan di sekolah (Mauliddiyah & Wulandari, 2022).

Sekolah juga menyediakan fasilitas pendukung berupa gedung modern dan ruang pertemuan baru. Penyediaan fasilitas ini sesuai dengan pandangan tentang pentingnya sarana fisik dalam memperkuat layanan publik dan citra lembaga sebagaimana dijelaskan oleh Karmilah, (2025), yang menekankan bahwa kualitas fasilitas fisik menjadi unsur penting dalam meningkatkan persepsi publik terhadap profesionalisme lembaga. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa fasilitas pembelajaran yang memadai menjadi faktor penting dalam mendukung efektivitas kegiatan sekolah dan aktifitas akademik lainnya (Setyorini & Wulandari, 2021).

Namun, hambatan utama muncul pada aspek pendanaan. Tidak adanya anggaran tetap bagi divisi humas menyebabkan berbagai program publikasi, dokumentasi, serta pengembangan kompetensi tidak dapat berjalan optimal. Kondisi ini tidak sejalan dengan prinsip manajemen POAC yang menekankan bahwa pelaksanaan program sangat bergantung pada ketersediaan sumber daya (Yusuf et al., 2023). Minimnya pendanaan humas juga mencerminkan temuan yang mengungkap bahwa banyak sekolah swasta mengalami kesulitan menjalankan fungsi humas secara profesional akibat keterbatasan anggaran. Selain itu, hasil penelitian

Farizal et al., (2021) dan Afriani & Timan, (2024) menunjukkan bahwa keberhasilan publikasi digital, efektivitas promosi, serta kualitas layanan hubungan eksternal sangat dipengaruhi oleh dukungan anggaran yang memadai. Oleh karena itu, evaluasi input menegaskan bahwa meskipun desain struktur humas telah baik dan kompetensi dasar staf sudah mendukung, keberhasilan implementasi strategi humas tetap sangat bergantung pada penguatan sumber daya manusia dan alokasi anggaran yang lebih proporsional agar sekolah mampu membangun citra positif secara berkelanjutan di era digital.

Evaluasi Process: Pelaksanaan Strategi Humas dan Tantangan Operasional

Pada tahap process, pelaksanaan program humas di SMK PGRI 3 Nganjuk menunjukkan kesesuaian dengan rencana kerja yang telah disusun, baik melalui aktivitas publikasi digital maupun penguatan hubungan eksternal dengan mitra industri. Peningkatan frekuensi dan kualitas konten media sosial mencerminkan adanya upaya perbaikan dalam memanfaatkan platform digital sebagai sarana komunikasi publik, sebagaimana direkomendasikan oleh Fitzpatrick & Weissman, (2021) melalui pendekatan Social Media Analytics (SMA) yang menekankan optimalisasi pemanfaatan media sosial dalam strategi komunikasi organisasi.

Temuan ini sejalan dengan studi praktik humas pendidikan yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara konsisten berkontribusi pada peningkatan visibilitas sekolah dan keterlibatan publik, sebagaimana ditunjukkan pada studi humas sekolah di Probolinggo menurut (Wahyudi et al., 2025).

Secara struktural, pembagian tugas antar personel humas seharusnya dapat meningkatkan efektivitas pelaksanaan kegiatan. Namun, penelitian menunjukkan bahwa dalam praktik masih terjadi tumpang tindih peran dan ketidakseimbangan beban kerja, sehingga konsistensi publikasi tidak dapat dipertahankan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan lemahnya fungsi organizing dan actuating dalam kerangka manajemen POAC, yang menurut Yusuf et al., (2023) menuntut alokasi sumber daya manusia yang proporsional untuk menjamin efektivitas implementasi program. Meskipun kepala sekolah dan koordinator humas telah melakukan monitoring bulanan untuk menilai capaian program serta merumuskan langkah perbaikan, evaluasi ini belum didukung oleh standar operasional yang konsisten sehingga tindak lanjutnya belum menghasilkan peningkatan signifikan dalam kinerja publikasi.

Keterbatasan anggaran menjadi hambatan terbesar pada tahap proses. Tidak adanya alokasi dana tetap menyebabkan beberapa kegiatan

publikasi tidak dapat direalisasikan, termasuk produksi media cetak, pembaruan perangkat kerja, dan pengelolaan konten digital. Hambatan pendanaan ini sejalan dengan temuan (Syafitri & Wulandari, (2024) yang menyatakan bahwa sekolah swasta di daerah sering menghadapi kendala finansial dalam mengelola komunikasi digital secara profesional. Selain itu, proses dokumentasi kegiatan yang belum terstandar menyebabkan banyak aktivitas penting sekolah-seperti Jumat Bersih, Jumat Berbagi, dan kegiatan keagamaan-tidak terdokumentasi secara sistematis. Padahal, dokumentasi merupakan komponen fundamental dalam membangun citra dan reputasi lembaga, sebagaimana ditekankan Divina P et al., (2023) dalam kajiannya mengenai pentingnya dokumentasi sebagai elemen strategis dalam praktik kehumasan sekolah. Dengan demikian, evaluasi pada tahap process menegaskan bahwa meskipun pelaksanaan telah berjalan sesuai rencana, efektivitasnya belum optimal karena terbatasnya anggaran, ketidakseimbangan beban kerja SDM, dan belum adanya standar prosedur dokumentasi yang konsisten.

Evaluasi Product: Dampak Strategi Humas terhadap Citra Sekolah

Evaluasi product dilakukan dengan menilai capaian program humas terhadap tujuan utama, yaitu peningkatan citra sekolah. Berdasarkan

temuan penelitian, terdapat beberapa output positif:

Peningkatan aktivitas publikasi digital melalui Instagram, Tiktok, dan platform lain. Hal ini berdampak pada meningkatnya engagement publik dan memperluas jangkauan informasi sekolah. Berdasarkan Tabel 2. Engagement Tiktok Rate (@smeasiang) didapatkan hasil perhitungan *Engagement Rate* melalui *platform Slice.id* Akun TikTok SMK PGRI 3 Nganjuk memiliki 2.105 *followers* dan *engagement rate* tinggi yaitu 16,81%. Setiap video rata-rata mendapat 11.027 views, 250 likes, 17 komentar, dan 354 total interaksi per posting menunjukkan audiens aktif utamanya di konten seputar aktivitas siswa dan informasi PPDB. Bagian notes memperlihatkan performa konsisten: dalam 38 video terakhir, total views mencapai 419.020, total likes sebanyak 9.486, dan total komentar sebanyak 621. Ini menandakan minat dan interaksi audiens yang terjaga, sekaligus menjadi modal komunikasi digital yang kuat untuk branding sekolah.

Berdasarkan hasil intepretasi tersebut dapat dilihat bahwa peran humas khususnya dalam aspek digital melalui platform media sosial sangat potensial dalam menjangkau penyampaian informasi kepada Masyarakat. Melalui strategi humas dengan membuat konsep publikasi media digital terbukti dapat meningkatkan Engagement sehingga

berpengaruh positif terhadap citra sekolah. Hal ini dibuktikan dengan kenaikan penerimaan peserta didik baru pada tahun Pelajaran 2024/2025-2025/2026.

Table 3.
Data Peserta Didik

Program Keahlian			
Teknik Komputer dan Jaringan			
Tahun Pelajaran 2024/2025			
X	XI	XII	Jumlah
12	18	23	53
Tahun Pelajaran 2025/2026			
X	XI	XII	Jumlah
9	11	18	36
Bisnis Digital			
Tahun Pelajaran 2024/2025			
X	XI	XII	Jumlah
5	5	16	26
Tahun Pelajaran 2025/2026			
X	XI	XII	Jumlah
12	6	5	22
Manajemen Perkantoran			
Tahun Pelajaran 2024/2025			
X	XI	XII	Jumlah
7	10	7	24
Tahun Pelajaran 2025/2026			
X	XI	XII	Jumlah
9	7	10	26
Akuntansi			
Tahun Pelajaran 2024/2025			
X	XI	XII	Jumlah
2	12	9	23
Tahun Pelajaran 2025/2026			
X	XI	XII	Jumlah
5	2	12	19

Selain pengaruh strategi media sosial, strategi konvensional juga

digunakan dengan cara menyelenggarakan sosialisasi pada sekolah jenjang menengah pertama khususnya peserta didik kelas 9, sosialisasi pada Masyarakat sekitar sekolah, penyebaran informasi kepada wali murid dan alumni serta kegiatan bakti sosial secara Door to Door. Temuan ini konsisten dengan penelitian Murtaja & Ien, (2023) yang menyatakan bahwa publikasi digital mampu meningkatkan visibilitas dan citra lembaga Pendidikan.

Penguatan hubungan eksternal dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri

Strategi humas dalam meningkatkan citra positif dilaksanakan dengan melalui pihak eksternal yaitu dunia industri, selain kurikulum wajib tentang praktik kerja lapangan oleh peserta didik di dunia industri sebagai bentuk penerapan hasil belajar pada dunia nyata, Humas SMK PGRI 3 Nganjuk menyelenggarakan workshop dengan mitra dunia industri sebagai bentuk bagian dari program SMK Pusat Unggulan 2025. Dengan adanya kegiatan tersebut dapat meningkatkan kompetensi pendidik dan hubungan sekolah dengan dunia industri yang kemudian diproduksi humas sebagai bentuk peningkatan citra positif kepada Masyarakat. Hal ini sejalan dengan karakteristik sekolah vokasi dan memperkuat reputasi sekolah sebagai lembaga yang responsif terhadap

kebutuhan dunia kerja (Spreitzer & Hafner, 2023).

Pemanfaatan gedung modern sebagai sarana branding sekolah, yang memperkuat identitas fisik lembaga

Pemanfaatan gedung modern sebagai bagian dari strategi branding SMK PGRI 3 Nganjuk menunjukkan bahwa sekolah telah menggunakan identitas fisik sebagai elemen penting dalam membangun citra positif. Dalam model evaluasi CIPP, aspek ini termasuk pada tahap Product, karena mencerminkan hasil nyata dari proses pengembangan fasilitas dan implementasi program humas.

Identitas fisik seperti gedung baru dan ruang pertemuan modern berfungsi sebagai representasi visual lembaga, yang turut membentuk *expected image* sebagaimana dijelaskan oleh Sandra Oliver dalam Pramungkas, (2020). Kehadiran fasilitas fisik yang lebih modern memberikan sinyal kepada publik bahwa sekolah berkembang, profesional, serta memiliki komitmen terhadap kualitas layanan pendidikan.

Pemanfaatan gedung modern juga mendukung efektivitas publikasi digital. Menurut Fitzpatrick & Weissman, (2021), visual lingkungan yang kuat dapat meningkatkan daya tarik dan kualitas konten media sosial. Dalam konteks penelitian ini, gedung modern menjadi latar yang memperkuat dokumentasi kegiatan

sekolah, sehingga publikasi terlihat lebih profesional dan mampu meningkatkan persepsi masyarakat terhadap citra sekolah. Secara produktif, hasil yang muncul dapat dilihat melalui: Output langsung, yaitu meningkatnya kualitas dokumentasi visual dan kegiatan penerimaan tamu eksternal yang lebih representatif. Outcome, berupa penguatan persepsi publik dan mitra industri terhadap profesionalitas sekolah.

Meski demikian, pemanfaatan fasilitas modern ini belum optimal karena keterbatasan anggaran dan perangkat publikasi yang belum memadai. Hal ini menunjukkan bahwa produk positif yang dihasilkan masih bergantung pada dukungan sumber daya lain, terutama pendanaan dan perangkat dokumentasi. Dengan demikian, pemanfaatan gedung modern dapat dikategorikan sebagai produk penting dari strategi humas yang berkontribusi pada pembentukan citra positif sekolah, namun tetap memerlukan penguatan dari sisi pendanaan dan pengelolaan publikasi agar dampaknya lebih maksimal.

Namun, beberapa tujuan produktif belum tercapai maksimal akibat keterbatasan anggaran dan kurangnya evaluasi terukur terhadap dampak publikasi. Dampak peningkatan citra sekolah juga belum diukur secara kuantitatif melalui survei persepsi publik sebagaimana direkomendasikan Harrison dalam Puspitasari, (2021) mengenai indikator

evaluasi reputasi. Secara keseluruhan, strategi humas telah memberikan dampak positif, tetapi output dan outcome belum optimal dan masih memerlukan penyempurnaan pada aspek pendanaan, evaluasi dampak, dan profesionalisasi publikasi digital.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang mengkaji strategi manajemen hubungan masyarakat di SMK PGRI 3 Nganjuk serta perannya dalam membentuk citra positif sekolah, dapat disimpulkan bahwa strategi humas telah dijalankan melalui perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi yang berfokus pada publikasi digital, penguatan identitas sekolah, serta pembangunan relasi eksternal. Struktur organisasi humas yang jelas, dukungan pimpinan, serta fasilitas fisik modern menjadi faktor pendukung penting dalam upaya pembentukan citra sekolah. Meskipun demikian, keterbatasan sumber daya manusia, belum stabilnya dukungan anggaran, dan belum adanya standar dokumentasi yang konsisten masih menjadi hambatan dalam optimalisasi kinerja humas.

Secara keseluruhan, strategi manajemen humas yang diterapkan telah memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan citra positif sekolah melalui meningkatnya engagement publikasi digital, semakin kuatnya hubungan dengan dunia industri, serta penguatan branding

melalui fasilitas modern. Namun, pengukuran pencapaian citra secara kuantitatif masih perlu dikembangkan agar perubahan persepsi publik dapat diukur secara lebih akurat dan berkelanjutan.

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan tersebut, beberapa rekomendasi yang dapat ditindaklanjuti adalah:

a. Context

Sekolah perlu meningkatkan sosialisasi peran humas kepada masyarakat dan stakeholder melalui forum dialog, publikasi interaktif, serta kegiatan komunitas agar pemahaman publik terhadap fungsi humas semakin kuat dan mendukung pencitraan sekolah.

b. Input

Penambahan jumlah staf humas perlu dilakukan untuk memastikan distribusi tugas yang lebih proporsional. Sekolah juga perlu menyelenggarakan pelatihan berkala terkait komunikasi digital serta meningkatkan fasilitas teknologi pendukung publikasi.

c. Process

Sekolah perlu mengembangkan sistem monitoring dan evaluasi yang lebih terstruktur dengan indikator kinerja yang jelas. Evaluasi rutin diperlukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program dan menjadi dasar perbaikan berkelanjutan.

d. Product

Survei persepsi publik dan pengukuran kuantitatif terhadap citra sekolah perlu dilakukan secara rutin untuk menilai

dampak strategi humas secara objektif serta mengidentifikasi aspek yang perlu diperbaiki.

Implikasi Penelitian

Implikasi Teoritis

1. Penelitian ini memperluas penerapan model CIPP pada konteks humas sekolah, dengan menegaskan bahwa evaluasi tidak hanya bergantung pada struktur organisasi, tetapi juga dinamika komunikasi digital dan pemanfaatan fasilitas fisik.
2. Temuan mendukung teori citra (Oliver, Jefkins, Harrison) bahwa citra sekolah dibentuk melalui sinergi antara identitas visual, kualitas layanan, serta pengalaman publik terhadap informasi yang disampaikan sekolah.
3. Hasil penelitian memperkuat teori mutu pendidikan (Hoy & Sallis) bahwa mutu tidak hanya mencakup capaian akademik, tetapi juga persepsi publik terhadap layanan dan kinerja sekolah.

Implikasi Praktis

1. Sekolah perlu memperkuat kebijakan humas melalui penyediaan anggaran tetap, penyusunan SOP publikasi, dan pengembangan sistem evaluasi kehumasan.
2. Peningkatan kapasitas SDM humas perlu dilakukan melalui pelatihan desain grafis, manajemen konten, fotografi, dan analisis media sosial.

3. Keterlibatan masyarakat perlu ditingkatkan melalui forum komunikasi publik, open house, dan kegiatan pelayanan masyarakat.
4. Sekolah perlu memperkuat dokumentasi dan pengukuran citra dengan melakukan survei rutin dan analisis performa media sosial sebagai dasar pengembangan strategi kehumasan.
5. Penguatan strategi digital secara berkelanjutan diperlukan, termasuk pembuatan kalender konten dan pengembangan storytelling yang menonjolkan keunggulan sekolah.

Implikasi untuk Penelitian Selanjutnya

1. Penelitian lanjutan dapat menerapkan metode campuran (*mixed-method*) dengan survei persepsi publik untuk menghasilkan pengukuran citra yang lebih komprehensif.
2. Studi komparatif antar sekolah dapat dilakukan untuk melihat perbedaan efektivitas humas berdasarkan dukungan organisasi.
3. Penelitian longitudinal diperlukan untuk mengevaluasi pengaruh strategi digital terhadap citra sekolah dalam jangka panjang.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Ruang lingkup terbatas pada satu sekolah, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi pada

sekolah lain dengan karakteristik berbeda.

2. Data dominan bersifat kualitatif tanpa dukungan pengukuran kuantitatif seperti survei citra publik, sehingga perubahan persepsi masyarakat tidak dapat dihitung secara numerik.
3. Akses terhadap dokumen internal tidak sepenuhnya lengkap, sehingga analisis beberapa aspek, terutama input dan process, banyak bergantung pada penjelasan informan.
4. Aktivitas humas tidak berjalan konsisten selama penelitian akibat keterbatasan anggaran, sehingga tidak semua program dapat diamati secara menyeluruh.
5. Evaluasi tidak dilakukan secara longitudinal, sehingga penelitian belum dapat menggambarkan perubahan citra sekolah dalam jangka waktu yang panjang.

Daftar Pustaka :

- Afriani, L., & Timan, A. (2024). The Role of Public Relations in Educational Development in Higher Education Institutions. *International Journal of Education and Social Science*, 6(2), 255–260. <https://doi.org/https://doi.org/10.56371/ijess.v5i2.332>
- Ainun, N., Ahdan, & Idris, M. (n.d.). *The Effectiveness Of Organizational Communication In The Implementation Of The PR Function At The Office Of The*

- DPRD Province Of South Sulawesi.
- Amankwaa, L. (2016). Creating Protocols For Trustworthiness In Qualitative Research. *Journal of Cultural Diversity*, 23(3), 121–127.
- Astuti, Y. T., Diana, N., Hadiati, E., & Maulidin, S. (2024). Manajemen Humas dalam Membangun Citra Sekolah : Studi Multikasus di SD Muhammadiyah Pringsewu dan SD IT Cahaya Madani Pringsewu. *Jurnal Pendidikan Islam*, 6(1), 13–26.
<https://doi.org/10.58577/dimar.v6i1.246>
- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative Case Study Methodology : Study Design and Implementation for Novice Researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544–559.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46743/2160-3715/2008.1573>
- Dejonckheere, M., & Vaughn, L. M. (2019). Semistructured interviewing in primary care research : a balance of relationship and rigour. *BMJ*, 1–3.
<https://doi.org/10.1136/fmch-2018-000057>
- Divina P, A., Saifullah, A., & Maisyaroh. (2023). Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Dasar. *Jurnal Media Manajemen Pendidikan*, 5(3), 389–400.
<http://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/mmp>
- Doh, H., Kang, J., & Jo, S. (2024). Empathy In Public Relations Practice of South Korea. *Public Relations Review*, 50(5), 1–10.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2024.102506>
- Erlin, Andriani, L., Andriani, D., Nurmaya, Wahyuningsih, A., Febrianti, I., & Burhan, M. R. (2024). Peran manajemen humas dalam membangun citra di lembaga pendidikan. *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)*, 2(1), 1–9.
- Farizal, A., Sulisworo, D., & Santosa, A. B. (2021). Image Building Through Public Relation Management: A Case Study On Private Primary School In Bantul. *International Journal of Educational Management and Innovation*, 2(1), 29–43.
<https://doi.org/10.12928/ijemi.v2i1.2248>
- Fitzpatrick, K. R., & Weissman, P. L. (2021). Public relations in the age of data: corporate perspectives on social media analytics (SMA). *Journal of Communication Management*, 25(4), 401–416.
<https://doi.org/10.1108/JCOM-09-2020-0092>
- Hadi, K., Lubis, K., Rosmiaty, R., & Hairani, U. (2025). Peran Sentral Bagian Hubungan Masyarakat di Sekolah untuk Peningkatan Mutu Pendidikan di Sekolah. 6(3), 739–747.

- Jefkins, F. (2003). *Public Relations* (5th ed.). Pearson Education Limited.
- Juhji, Nadeak, B., Arifudin, O., Mustafa, M., Choiriyati, W., Hanika, I. M., Tanjung, R., & Adiarsi, G. R. (2020). *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan* (S. Bahri (ed.); 1st ed.). Penerbit Widina Media Utama.
- Karmilah, L. (2025). *Public Relations Management in Improving the Image and Performance of Educational Institutions: Strategies, Challenges, and Implications*. 4(3), 1417–1425.
- Maulidiyah, L., & Wulandari, S. S. (2022). Pengaruh Media Pembelajaran Daring, Fasilitas Belajar dan Motivasi Belajar terhadap Hasil Belajar Siswa Selama Pandemi Covid-19 di SMKN 1 Surabaya. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 4(2), 2213–2227. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i2.2417>
- Maulidiyah, C. (2020). Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di MTs Al Maarif 01 Singosari Malang (Studi Kasus di MTs Al Maarif 01 Singosari Malang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2(1), 1–23. <https://doi.org/DOI:10.32478/leadership.v2i1.582>
- Murtaja, A. F. B., & Ien, D. L. (2023). Promosi Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Positif dan Kuantitas Peserta Didik MTs Al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 2(2), 116–129. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v2i2.143>
- Norman, E., Marliani, L., Widiantari, D., Rasini, I. N., & Dewi, M. (2023). Effective Public Relations Management in Building a Positive Image. *Jurnal Pendidikan Islam*, 12(1), 135–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/jpi.2023.121.135-144>
- P, H. A., & Andriyani, D. E. (2020). Public Relations Management in Building the Image of Schools in Senior High School. *Journal of The Community Development in Asia*, 3(3), 1–6. <https://doi.org/10.32535/jcda.v3i3.885>
- Pramungkas, P. R. (2020). Peran Humas Pembentuk Opini Publik Dalam Upaya Pencitraan Lembaga Pendidikan. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.24256/kelola.v5i1.1411>
- Puspitasari, A. (2021). Pengaruh Kinerja Komite Madrasah Terhadap Peningkatan Citra Positif Madrasah di MTS N 1 Sidoarjo. *International Conference on Education Management & Sharia Economic*, 2(2), 77–99.
- Qomaruddin, & Sa'diyah, H. (2024).

- Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*, 1(2), 77–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i2.93>
- Rizki, A., & Al Asy Ary, M. H. (2023). Manajemen Humas dalam Peningkatan Mutu Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Rantauprapat. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 335–341. <https://doi.org/10.56832/edu.v1i3.111>
- Rusyanti, T., Arafat, Y., & Destiniar. (2021). Manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah. *Jurnal Educatio : Vol.7, No.3, 7(3)*, 753–762. <https://doi.org/10.31949/educatio.v7i3.1218>
- Santoso, E. B., Prasetyo, A., & Suwadi. (2025). Implementasi Model Evaluasi Program CIPP (Context, Input, Process, Product) Dalam Penyelenggaraan dan Pelaksanaan Pembelajaran Di SD Muhammadiyah Wirobrajan 3. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(02), 271–279.
- Sari, I. K., Kasmini, L., Rosdiana, & Manurung, M. M. H. (2023). The online evaluation of the teacher certification program using the CIPP Model. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan Volume*, 27(2). <https://doi.org/10.21831/pep.v27i2.57914>
- Sari, I. K., & Manurung, M. M. H. (2023). *Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan The online evaluation of the teacher certification program using the CIPP Model*. 27(2). <https://doi.org/10.21831/pep.v27i2.57914>
- Sari, N., Halik, A., Herawaty, H., Alwi, M., Latief, I., & Mustam, A. (2023). Madrasah Head's Strategy in Attracting the Interest of Prospective Students at Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Sidenreng Rappang. *Jurnal Al-Tabyin*, 4(3).
- Setyorini, I. D., & Wulandari, S. S. (2021). Pengaruh Media Pembelajaran, Fasilitas Dan Lingkungan Belajar Terhadap Hasil Belajar Selama Pandemi Covid-19. *JURNAL PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 8(1), 19–29. <https://doi.org/doi.org/10.36706/jp.v8i1.13598>
- Sholeh, M. I. (2023). Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Membangun Citra Positif Melalui Manajemen Pendidikan Yang Berkualitas. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 43–55. <https://doi.org/10.51192/tadbiruna.v3i1.622>
- Spreitzer, C., & Hafner, S. (2023). Effects of Characteristics of School

- Quality on Student Performance in Secondary School: A Scoping Review. *European Journal of Educational Research*, 12(2), 991–1013.
<https://doi.org/https://doi.org/10.12973/eu-jer.12.2.991>
- Sri, I., Fitriyah, L., Kurniawan, D. C., & Widiyanah, I. (2025). *Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMPN 16 Surabaya*. 10(3), 227–245.
- Supriani, Y. (2022). Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 587–594.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v5i2.453>
- Syafitri, A. S., & Wulandari, S. S. (2024). Strategi Humas Melalui Literasi Digital Untuk Meningkatkan Citra Positif SMK PGRI 2 Sidoarjo. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 3(3), 47–55.
<https://doi.org/10.58192/sidu.v3i3.2392>
- Triatmaja, D., Junani, B. L., & Sakinah, A. (2021). Stratehi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan (Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Swasta (MIS) Nurus Salam). *Pema (Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), 75–81.
- Wahyudi, I., Yusuf, S., Rustam, & Syafaruddin. (2025). *Peran Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Sekolah*. 11(2), 28–36.
- Yusuf, M., Hartoyo, C., Husainah, N., & Nuraeni. (2023). Teori Manajemen. In J. Mardian (Ed.), *Buku* (1st ed.). Yayasan Pendidikan Cendekia Muslim, Sumatra Barat.
- Zahroh, L. A. (2022). Public Relations Management in Building School Image: A Case Study. *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(2), 501–510.
<https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v6i2.3434>