

STRATEGI PENGELOLAAN HUMAS BERBASIS KOMUNITAS DALAM MEMPERKUAT IDENTITAS SEKOLAH DI MASYARAKAT

Deli Wulandari¹, Abdullah²

^{1,2} Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Nurul Jadid, Indonesia
Email : deliwulandari31@gmail.com¹, abdullah060376@gmail.com²

Received: April 2026

Accepted: June 2026

Published: July 2026

Abstract :

In the context of an increasingly competitive educational landscape, it is imperative for educational institutions to cultivate a robust identity and garner public trust, which can be facilitated through the implementation of community-oriented public relations management strategies. This research endeavor seeks to elucidate the execution of community-centered public relations strategies aimed at fortifying school identity within the local populace. The methodological framework employed in this inquiry is qualitative in nature, utilizing a descriptive design. Data collection encompassed comprehensive interviews with the principal, educators, and parents, alongside direct observations of school-related activities and the examination of documentation pertinent to public relations initiatives. The results indicate that the institution engages in open communication through direct socialization and transparent dissemination of information, thereby allowing the community to actively monitor school operations and student progress, which in turn cultivates public trust. These practices align with the principles of two-way communication and public transparency theories. Nevertheless, community engagement appears to be relatively passive, as the local populace has not been fully integrated as a proactive partner in the planning and assessment of educational programs. The study concludes that community-centric public relations management significantly bolsters school identity, yet necessitates the adoption of more participatory and sustainable strategies.

Keywords : *Community Based Public Relation; School Identity; Two Way Communication; Community Participation*

Abstrak :

Dalam konteks lanskap pendidikan yang semakin kompetitif, sangat penting bagi lembaga pendidikan untuk menumbuhkan identitas yang kuat dan mendapatkan kepercayaan publik, yang dapat difasilitasi melalui implementasi strategi manajemen hubungan masyarakat yang berorientasi pada komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pelaksanaan strategi hubungan masyarakat yang berpusat pada komunitas yang bertujuan untuk memperkuat identitas sekolah di kalangan masyarakat setempat. Kerangka metodologis yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif, menggunakan desain deskriptif. Pengumpulan data mencakup wawancara komprehensif dengan kepala sekolah, pendidik, dan orang tua, bersamaan dengan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang berkaitan dengan sekolah dan pemeriksaan dokumentasi yang relevan dengan inisiatif hubungan masyarakat. Hasil menunjukkan bahwa lembaga tersebut terlibat dalam komunikasi terbuka melalui sosialisasi langsung dan penyebaran informasi yang transparan, sehingga memungkinkan masyarakat untuk secara aktif memantau operasional sekolah dan kemajuan siswa, yang pada gilirannya menumbuhkan kepercayaan publik. Praktik-praktik ini selaras dengan prinsip-prinsip komunikasi dua arah dan teori transparansi publik. Meskipun demikian, keterlibatan masyarakat tampaknya relatif pasif, karena masyarakat setempat belum sepenuhnya terintegrasi sebagai mitra proaktif dalam perencanaan dan penilaian program pendidikan. Studi ini menyimpulkan bahwa manajemen hubungan masyarakat yang berpusat pada komunitas secara signifikan

memperkuat identitas sekolah, namun juga memerlukan penerapan strategi yang lebih partisipatif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Humas Berbasis Komunitas; Identitas Sekolah; Komunikasi Dua Arah; Partisipasi Masyarakat

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan pada era globalisasi telah menciptakan persaingan yang semakin kompetitif di antara lembaga pendidikan. Setiap sekolah dituntut tidak hanya mampu meningkatkan mutu pembelajaran, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat melalui pelayanan pendidikan yang berkualitas (Has & Andriani, 2025). Kondisi tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan yang mampu memberikan jaminan mutu, memiliki budaya organisasi yang baik, serta menunjukkan identitas kelembagaan yang jelas. Akibatnya, sekolah tidak lagi hanya bersaing dalam aspek akademik, tetapi juga dalam membangun citra, reputasi, dan hubungan yang harmonis dengan masyarakat sebagai pemangku kepentingan utama.

Dalam konteks tersebut, identitas sekolah menjadi salah satu aset strategis yang menentukan keberlangsungan dan daya saing lembaga pendidikan. Identitas sekolah mencerminkan karakter, nilai, budaya, serta keunggulan yang dimiliki suatu lembaga sehingga mampu membedakannya dari sekolah lain. Identitas yang kuat akan membentuk persepsi positif masyarakat, meningkatkan kepercayaan orang tua, sekaligus memperkuat loyalitas seluruh warga sekolah (Afandi et al., 2025). Oleh karena itu, pembentukan identitas sekolah tidak dapat hanya mengandalkan prestasi akademik, tetapi juga memerlukan pengelolaan hubungan yang baik antara sekolah dan masyarakat melalui fungsi hubungan masyarakat (Humas).

Hubungan masyarakat (Humas) dalam lembaga pendidikan tidak lagi dipahami hanya sebagai aktivitas penyampaian informasi atau promosi sekolah, melainkan sebagai fungsi manajerial yang berperan membangun komunikasi, kolaborasi, dan kepercayaan publik. Pengelolaan Humas yang efektif mampu menciptakan hubungan timbal balik antara sekolah dengan masyarakat sehingga terbentuk dukungan terhadap berbagai program pendidikan. Peran tersebut semakin penting seiring dengan implementasi kebijakan pendidikan nasional yang menekankan partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan (Rorong et al., 2025). Hal ini sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2021 tentang Standar Nasional Pendidikan yang menegaskan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam peningkatan mutu pendidikan,

Permendikbudristek Nomor 5 Tahun 2022 tentang Akreditasi Sekolah dan Madrasah yang menempatkan kemitraan sekolah dengan masyarakat sebagai salah satu indikator mutu, serta implementasi Kurikulum Merdeka yang mendorong terbentuknya ekosistem pendidikan yang kolaboratif dan partisipatif.

Secara teoretis, penelitian ini menggunakan tiga landasan utama. Pertama, teori komunikasi dua arah (*two-way communication*) yang menekankan pentingnya interaksi timbal balik antara organisasi dengan pemangku kepentingan sehingga tercipta hubungan saling percaya. (Ramadhani et al., 2023). Kedua, teori *community-based public relations*, yang memandang masyarakat bukan sekadar sasaran komunikasi, tetapi sebagai mitra aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program organisasi. Ketiga, teori pembentukan identitas sekolah (*school identity*) yang menjelaskan bahwa identitas lembaga terbentuk melalui interaksi sosial yang berkelanjutan, transparansi informasi, nilai-nilai organisasi, serta partisipasi masyarakat. Ketiga teori tersebut menjadi dasar untuk menganalisis bagaimana strategi Humas dapat memperkuat identitas sekolah melalui keterlibatan komunitas (Rachim, 2025).

Berdasarkan hasil observasi awal di MI Nurul Iman, sekolah telah melaksanakan berbagai strategi Humas berbasis komunitas melalui kegiatan sosialisasi kepada wali murid, penyampaian informasi secara terbuka mengenai proses pembelajaran, perkembangan peserta didik, serta berbagai aktivitas sekolah (Pratama et al., 2025). Selain itu, sekolah memanfaatkan media komunikasi sederhana untuk mempermudah penyebaran informasi sehingga masyarakat dapat mengikuti perkembangan sekolah secara lebih mudah. Praktik tersebut telah membangun hubungan yang cukup baik antara sekolah dengan masyarakat dan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap lembaga. Namun demikian, keterlibatan masyarakat masih didominasi sebagai penerima informasi dan pengamat kegiatan sekolah, sedangkan partisipasi dalam proses perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi program sekolah masih relatif terbatas (Otiso, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa implementasi Humas telah berjalan cukup baik pada aspek komunikasi, tetapi belum sepenuhnya mengembangkan prinsip kemitraan sebagaimana konsep *community-based public relations* (Nurohman, 2024).

Berbagai penelitian sebelumnya umumnya membahas manajemen Humas sebagai sarana membangun citra sekolah, media promosi, penyampaian

informasi, atau peningkatan hubungan sekolah dengan masyarakat. Namun, penelitian tersebut masih berfokus pada fungsi komunikasi formal sehingga belum banyak mengkaji Humas sebagai strategi berbasis komunitas yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam membangun identitas sekolah (Nurkakim & Rahmawati, 2025). Selain itu, kajian mengenai keterkaitan antara komunikasi dua arah, partisipasi masyarakat, dan pembentukan identitas sekolah masih relatif terbatas. Dengan demikian, masih terdapat ruang penelitian yang perlu dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana keterlibatan masyarakat dapat menjadi faktor penting dalam memperkuat identitas sekolah. (Nurjanah et al., 2025).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada analisis strategi pengelolaan Humas berbasis komunitas dengan mengintegrasikan teori komunikasi dua arah, *community-based public relations*, dan teori pembentukan identitas sekolah dalam satu kerangka analisis (Ngiode, 2024). Penelitian ini tidak hanya memandang masyarakat sebagai objek penerima informasi, tetapi sebagai mitra strategis yang berkontribusi dalam pembentukan identitas sekolah melalui komunikasi yang partisipatif dan kolaboratif (Mujib & Saptiningsih, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengelolaan Humas berbasis komunitas dalam memperkuat identitas sekolah di masyarakat serta menghasilkan rekomendasi pengembangan model Humas yang lebih partisipatif, kolaboratif, dan berkelanjutan. (Sandi & Simamora, 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam strategi pengelolaan hubungan masyarakat (Humas) berbasis komunitas dalam memperkuat identitas sekolah melalui proses, makna, serta interaksi sosial yang terjadi antara sekolah dan masyarakat. Penelitian dilaksanakan di MI Nurul Iman sebagai lokasi penelitian karena sekolah tersebut telah menerapkan berbagai program Humas yang melibatkan masyarakat dalam mendukung penyelenggaraan pendidikan. Pengumpulan data dilakukan selama Februari–April 2026 sehingga peneliti memiliki kesempatan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan kegiatan Humas di sekolah (Has & Andriani, 2025).

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memahami dan terlibat langsung dalam pelaksanaan program Humas sekolah. Informan

penelitian berjumlah enam orang, terdiri atas 1 kepala sekolah, 1 guru yang merangkap koordinator Humas, 2 guru, dan 2 wali murid yang aktif mengikuti berbagai kegiatan sekolah. Informan tersebut dipilih karena dianggap mampu memberikan informasi yang komprehensif mengenai strategi pengelolaan Humas berbasis komunitas dalam membangun identitas sekolah di masyarakat. (Lina et al., 2025).

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara mendalam kepada seluruh informan untuk memperoleh informasi mengenai strategi Humas, pola komunikasi sekolah dengan masyarakat, serta bentuk keterlibatan masyarakat dalam program sekolah. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas Humas, interaksi antara sekolah dengan masyarakat, dan pelaksanaan berbagai kegiatan yang melibatkan wali murid maupun masyarakat sekitar. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui penelaahan program kerja Humas, notulen rapat, dokumentasi kegiatan sekolah, media komunikasi sekolah, foto kegiatan, serta dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan penguatan identitas sekolah.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña, yang meliputi empat tahapan, yaitu pengumpulan data (data collection), kondensasi data (data condensation), penyajian data (data display), dan penarikan serta verifikasi kesimpulan (conclusion drawing/verification). Analisis dilakukan secara terus-menerus sejak awal pengumpulan data hingga penelitian selesai sehingga peneliti dapat menemukan pola, tema, dan hubungan antardata yang berkaitan dengan strategi pengelolaan Humas berbasis komunitas.

Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari kepala sekolah, guru, dan wali murid mengenai pelaksanaan program Humas. Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan mencocokkan hasil wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi sekolah. Apabila terdapat perbedaan informasi, peneliti melakukan wawancara ulang dan penelusuran dokumen pendukung hingga diperoleh data yang konsisten. Melalui prosedur tersebut, validitas dan kredibilitas data penelitian dapat dipertanggungjawabkan sehingga hasil penelitian mampu menggambarkan secara utuh strategi pengelolaan Humas berbasis komunitas dalam memperkuat

identitas sekolah di masyarakat (Lidiawati & Fauzi, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Strategi Humas dalam Membangun Komunikasi dengan Masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, pengelolaan Humas di MI Nurul Iman dilaksanakan melalui komunikasi yang intensif antara sekolah dan masyarakat, khususnya wali murid. Komunikasi tersebut dilakukan melalui kegiatan sosialisasi, pertemuan wali murid, komunikasi langsung antara guru dan orang tua, serta penyampaian informasi mengenai kegiatan dan perkembangan peserta didik. Temuan ini menunjukkan bahwa sekolah berupaya membangun hubungan yang terbuka sehingga masyarakat dapat memperoleh informasi mengenai penyelenggaraan pendidikan secara lebih mudah dan cepat (Kurniawati, 2023). Hasil observasi menunjukkan bahwa interaksi antara sekolah dan masyarakat berlangsung cukup baik. Wali murid tidak hanya memperoleh informasi melalui kegiatan formal sekolah, tetapi juga melalui komunikasi sehari-hari dengan guru maupun pihak sekolah. Kondisi ini menciptakan hubungan yang relatif dekat antara sekolah dan masyarakat sehingga memudahkan penyampaian informasi maupun penyelesaian berbagai persoalan yang berkaitan dengan peserta didik (Herlita & Saleh, 2025).

Selain komunikasi langsung, sekolah juga memanfaatkan media komunikasi sederhana untuk mendukung penyebaran informasi kepada masyarakat. Meskipun penggunaan media komunikasi tersebut masih terbatas, keberadaannya membantu sekolah dalam mempercepat penyampaian informasi mengenai kegiatan sekolah, perkembangan peserta didik, maupun agenda yang melibatkan orang tua. Dengan demikian, fungsi Humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat (Hasanushifah & Nurcholis, 2025).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi yang diterapkan sekolah telah berkontribusi terhadap terbentuknya kepercayaan masyarakat. Keterbukaan informasi yang dilakukan secara berkelanjutan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengetahui berbagai aktivitas sekolah secara langsung. Kepercayaan tersebut menjadi modal penting dalam memperkuat identitas sekolah di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin kompetitif (Haryato et al., 2024).

Transparansi Informasi sebagai Upaya Memperkuat Identitas Sekolah

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah adanya praktik

transparansi informasi yang dilakukan oleh sekolah kepada masyarakat. Transparansi diwujudkan melalui penyampaian informasi mengenai kegiatan sekolah, perkembangan peserta didik, serta berbagai program yang sedang dilaksanakan. Keterbukaan tersebut memungkinkan masyarakat memperoleh gambaran yang jelas mengenai kondisi dan perkembangan sekolah. Berdasarkan hasil observasi, masyarakat tidak hanya menerima informasi secara verbal, tetapi juga memiliki kesempatan untuk melihat secara langsung berbagai aktivitas yang berlangsung di lingkungan sekolah. Kondisi ini menciptakan persepsi positif terhadap sekolah karena masyarakat dapat melakukan penilaian berdasarkan pengalaman dan pengamatan langsung, bukan semata-mata berdasarkan informasi yang disampaikan oleh pihak sekolah (Harditia & Sudadi, 2025).

Secara teoritis, transparansi informasi merupakan salah satu unsur penting dalam membangun kepercayaan publik. Kepercayaan masyarakat tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui konsistensi sekolah dalam menyampaikan informasi yang akurat, terbuka, dan dapat dipertanggungjawabkan. Oleh karena itu, keterbukaan informasi yang dilakukan oleh MI Nurul Iman menjadi salah satu faktor yang mendukung terbentuknya identitas sekolah sebagai lembaga yang komunikatif dan terpercaya (Faseha et al., 2025).

Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Humas

Meskipun komunikasi dan transparansi informasi telah berjalan dengan baik, hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pengelolaan Humas masih belum optimal. Keterlibatan masyarakat umumnya masih terbatas pada penerimaan informasi, pemantauan kegiatan sekolah, serta kehadiran dalam kegiatan yang diselenggarakan sekolah. Masyarakat belum banyak dilibatkan dalam proses perencanaan, pengambilan keputusan, maupun evaluasi program sekolah. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara sekolah dan masyarakat masih berada pada tingkat komunikasi dan konsultasi, belum berkembang menuju kemitraan yang partisipatif. Padahal, dalam perspektif Humas berbasis komunitas, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai mitra strategis yang memiliki kontribusi dalam pengembangan sekolah (Erlianto et al., 2025).

Keterbatasan partisipasi tersebut dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain belum tersedianya forum komunikasi yang terstruktur, keterbatasan

mekanisme penyaluran aspirasi masyarakat, serta dominannya peran sekolah dalam menentukan program yang akan dilaksanakan. Akibatnya, potensi masyarakat sebagai sumber dukungan, ide, dan inovasi bagi pengembangan sekolah belum dimanfaatkan secara maksimal (Carnawi et al., 2024).

PEMBAHASAN

Strategi Humas dalam Perspektif Teori Komunikasi Dua Arah

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan Humas di MI Nurul Iman telah menerapkan prinsip komunikasi dua arah. Hal ini terlihat dari adanya proses pertukaran informasi antara sekolah dan masyarakat yang berlangsung secara berkelanjutan. Sekolah tidak hanya menyampaikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga menerima berbagai tanggapan dan masukan dari wali murid mengenai pelaksanaan kegiatan pendidikan (Candira et al., 2025).

Menurut teori komunikasi dua arah, keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam menyampaikan pesan, tetapi juga oleh kemampuannya menerima umpan balik dari pemangku kepentingan. Dalam konteks penelitian ini, komunikasi yang dilakukan sekolah telah mampu membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Namun demikian, umpan balik yang diberikan masyarakat belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai dasar dalam perumusan kebijakan dan program sekolah (Astuti et al., 2024).

Temuan ini menunjukkan bahwa implementasi komunikasi dua arah di MI Nurul Iman telah berjalan pada tahap komunikasi timbal balik, tetapi belum mencapai tingkat kolaborasi yang memungkinkan masyarakat terlibat secara aktif dalam proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang dapat memperkuat fungsi komunikasi sehingga masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga menjadi bagian dari proses pengembangan sekolah (Ariani & Reflianto, 2024).

Analisis Humas Berbasis Komunitas dalam Penguatan Identitas Sekolah

Konsep Humas berbasis komunitas menempatkan masyarakat sebagai mitra strategis dalam membangun citra, reputasi, dan identitas lembaga. Berdasarkan hasil penelitian, sekolah telah berhasil membangun hubungan yang cukup baik dengan masyarakat melalui keterbukaan informasi dan komunikasi yang intensif. Akan tetapi, keterlibatan masyarakat masih bersifat pasif sehingga tujuan Humas berbasis komunitas belum tercapai secara optimal (Aminda et al., 2025).

Dalam perspektif Humas berbasis komunitas, keberhasilan hubungan sekolah dengan masyarakat tidak hanya diukur dari banyaknya informasi yang disampaikan, tetapi juga dari tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan sekolah. Semakin tinggi keterlibatan masyarakat, semakin kuat pula rasa memiliki terhadap sekolah. Kondisi tersebut pada akhirnya akan memperkuat identitas sekolah karena masyarakat menjadi bagian dari proses pembentukan citra dan reputasi lembaga (Aminda et al., 2025).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan identitas sekolah tidak cukup dilakukan melalui komunikasi dan transparansi informasi semata. Sekolah juga perlu menciptakan ruang partisipasi yang memungkinkan masyarakat terlibat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program sekolah. Dengan demikian, hubungan yang terbangun tidak lagi bersifat informatif, tetapi berkembang menjadi hubungan kolaboratif (Agustina et al., 2025).

Penguatan Identitas Sekolah melalui Keterlibatan Masyarakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas MI Nurul Iman terbentuk melalui komunikasi yang terbuka dan hubungan yang harmonis antara sekolah dengan masyarakat. Keterbukaan informasi mengenai kegiatan sekolah, perkembangan peserta didik, serta berbagai program yang dilaksanakan memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengenal karakter dan budaya sekolah secara lebih dekat. Kondisi tersebut membentuk persepsi positif bahwa MI Nurul Iman merupakan lembaga pendidikan yang komunikatif, transparan, dan mudah diakses oleh masyarakat. Dengan demikian, identitas sekolah tidak hanya dibangun melalui prestasi akademik, tetapi juga melalui kualitas hubungan yang terjalin antara sekolah dan masyarakat (Afandi et al., 2025).

Temuan ini sejalan dengan teori pembentukan identitas sekolah yang menjelaskan bahwa identitas lembaga berkembang melalui interaksi sosial yang berkelanjutan antara sekolah dan para pemangku kepentingan. Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat masih didominasi sebagai penerima informasi dan peserta kegiatan sekolah. Masyarakat belum banyak dilibatkan dalam proses perencanaan maupun evaluasi program, sehingga hubungan yang terbangun masih berada pada tahap komunikasi informatif dan belum berkembang menjadi kemitraan yang partisipatif sebagaimana konsep Humas berbasis komunitas.

Berdasarkan temuan tersebut, penguatan identitas sekolah memerlukan

strategi Humas yang lebih partisipatif dengan memberikan ruang bagi masyarakat untuk terlibat dalam penyusunan, pelaksanaan, dan evaluasi program sekolah. Pelibatan wali murid, komite sekolah, dan tokoh masyarakat dalam forum komunikasi maupun kegiatan sekolah dapat meningkatkan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap lembaga. Strategi ini tidak hanya memperkuat hubungan antara sekolah dan masyarakat, tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik terhadap sekolah (Agustina et al., 2025).

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada temuan bahwa penguatan identitas sekolah tidak hanya dipengaruhi oleh komunikasi dua arah dan keterbukaan informasi, tetapi juga oleh tingkat partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sekolah. Penelitian ini menunjukkan bahwa Humas berbasis komunitas akan lebih efektif apabila masyarakat diposisikan sebagai mitra strategis, bukan sekadar penerima informasi. Model tersebut menghasilkan hubungan yang lebih kolaboratif sehingga mampu memperkuat identitas sekolah secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan *public relations* berbasis masyarakat di MI Nurul Iman telah dilaksanakan melalui paradigma komunikasi yang transparan dan kuat dengan masyarakat, khususnya dengan wali mahasiswa. Lembaga secara rutin melakukan inisiatif sosialisasi langsung dan menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan dan kemajuan peserta didik secara transparan. Pendekatan komunikatif ini memfasilitasi kemampuan masyarakat tidak hanya untuk memperoleh informasi tetapi juga untuk mengamati kegiatan sekolah secara langsung, sehingga mendorong pengembangan kepercayaan publik secara bertahap terhadap lembaga pendidikan.

Setelah menganalisis hasil penelitian, terbukti bahwa praktik hubungan masyarakat di MI Nurul Iman selaras dengan kerangka teoritis komunikasi dua arah dan transparansi publik. Aksesibilitas informasi, ditambah dengan interaksi sosial yang berkelanjutan antara institusi dan masyarakat, memainkan peran penting dalam membentuk identitas sekolah sebagai entitas yang terbuka dan komunikatif. Identitas sekolah dikembangkan melalui pengalaman otentik individu yang berinteraksi dengan institusi, bukan hanya melalui iklan formal atau penyebaran informasi searah.

Meskipun demikian, ketika dievaluasi dari sudut pandang hubungan masyarakat berbasis masyarakat dan partisipatif, masih ada keterbatasan yang

dapat diamati dalam keterlibatan masyarakat. Masyarakat belum mengambil peran sepenuhnya proaktif sebagai mitra kolaboratif dalam perumusan dan penilaian program sekolah, menunjukkan perlunya peningkatan strategi hubungan masyarakat yang lebih partisipatif dan kooperatif. Implikasi dari penelitian ini menggarisbawahi perlunya melibatkan publik secara aktif untuk menambah rasa kepemilikan terhadap lembaga pendidikan, sementara secara bersamaan membuka jalan bagi penelitian masa depan untuk mengeksplorasi manajemen hubungan masyarakat berbasis masyarakat dalam konteks dan metodologi yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M. A., Muadin, A., & Ridani, A. (2025). The Role of Public Relations in Improving the Quality of Education in Schools. *Nidhomiyah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 37-52.
- Agustina, P. M., Aditya, I. K. A., Astuti, K. P., Juliastika, M. M., & Werang, B. R. (2025). Peran Strategis Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Orang Tua di Sekolah Dasar Negeri 1 Baktiseraga. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 1(03), 719-730.
- Aminda, H. R., Pujawati, E., & Hidayat, R. (2025). Implementasi Manajemen Humas dalam Membangun Hubungan Sekolah dalam Masyarakat di SDN 1 Mangli Jember. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(6), 83-95.
- Ariani, F., & Reflianto, R. (2024). Literature Review: Analisis Peran Humas Menerapkan Komunikasi Dua Arah Dalam Membangun Kemitraan Sekolah dan Masyarakat. *Journal Education And Islamic Studies*, 2(2), 105-118.
- 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. *DIMAR: Jurnal Pendidikan Islam*, 6(1), 12-26.
- Atmojo, I. R. W., Adi, F. P., Ardiansyah, R., & Saputri, D. Y. (2024). *Pembelajaran berdiferensiasi (dalam implementasi Kurikulum Merdeka)*. CV Pajang Putra Wijaya.
- Candira, D., Antoni, J., & Harmi, H. (2025). Optimalisasi peran humas internal dan eksternal dalam membangun citra positif SMP Negeri Kabupaten Kepahiang. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 13(1), 207-220.

- Carnawi, C., Hermawan, I., & Zahro, F. A. (2024). Konsep membangun branding image untuk meningkatkan kepercayaan terhadap lembaga pendidikan islam. *ASCENT: Al-Bahjah Journal of Islamic Education Management*, 2(1), 12–26.
- Erlianto, M., Samsu, S., & Sodiah, S. (2025). *Manajemen Kepala Sekolah Modern: Membangun Citra Positif dan Mutu Sekolah di Era Kompetitif*. Tren Digital Publishing.
- Faseha, A., Nurlela, N., Andriesgo, J., Afrilianty, L., Fazira, M., Suhandi, M. I., & Al-Amin, S. R. (2025). Strategi Administrasi Humas Berbasis Digitalisasi Di Sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 10(2), 247–254.
- Harditia, H., & Sudadi, S. (2025). Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Reputasi Sekolah di Mata Publik. *Al-Marsus: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 28–40.
- Haryato, S., Sumayah, S., & Waloyo, T. (2024). Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Hubungan Harmonis Dengan Masyarakat Guna Peningkatan Mutu Sekolah. *Manajemen Pendidikan*, 156–168.
- Has, A. H., & Andriani, Z. Z. D. (2025). Implementasi Total Quality Management Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Madrasah Di Ma Al-Amiriyah Darussalam. *Benchmarking*, 8(2), 239–249.
- Hasanushifah, M., & Nurcholis, M. (2025). Strategi Penguatan Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(5), 26–35.
- Herlita, A., & Saleh, A. (2025). Strategi Kehumasan Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia Sebagai Pilar Keterbukaan Publik Melalui Instagram@ kkgoid. *PROMEDIA (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 11(2).
- Kurniawati, R. Y. (2023). Teknologi Cyber Public Relations Untuk Membangun Kesadaran Merek. *Public Relations Dalam Berbagai Dimensi*, 85.
- Lidiawati, L., & Fauzi, M. A. N. (2025). Budaya kolaboratif kepala sekolah dalam membangun citra sekolah: Studi manajemen kepemimpinan pendidikan islam. *EL-BANAT: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam*, 15(2), 554–573.
- Lina, R. Z., Zebua, A. M. Z. A. M., & Pohan, M. M. P. M. M. (2025). Optimalisasi Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra dan Daya Saing

- Sekolah. *Jambura Journal of Educational Management*, 161–170.
- Mujib, F., & Saptiningsih, T. (2021). *School branding: Strategi di era disruptif*. Bumi Aksara.
- Ngiode, S. (2024). Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat. *Manajemen Pendidikan*, 76.
- Nurjanah, A. A., Safitri, A. A., Astuti, A. Y., Ardana, G. F., Lestari, I. I., Fatimah, L. M., & Dzulfikar, Y. (2025). Bagaimana Administrasi Hubungan Masyarakat (Humas) Di Sekolah? *Penerbit Tahta Media*.
- Nurkakim, A., & Rahmawati, I. D. (2025). Sinergisitas Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Swasta pada Satuan Pendidikan Muhammadiyah Sumberrejo. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(4), 673–693.
- Nurohman, D. A. (2024). *Membangun citra sekolah: Strategi promosi dan layanan berkualitas*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.
- Otiso, K. N. (2025). Adoption Of Public Relations Management Strategies On Academic Performance. *European Journal of Management and Marketing Studies*, 10(1).
- Pratama, M. B., Assaidi, A. I. A., Islamiyah, S. M., & Jennah, W. (2025). *Sekolah Sebagai Cermin Masyarakat Dinamika Sosial dalam Dunia Pendidikan*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Rachim, A. (2025). *Pemasaran Kebijakan Publik: Membangun Sistem Pelayanan Kesehatan Berbasis Masyarakat*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Ramadhani, A., Ramadhani, D. A., Hardiyanto, D., Zhafira, G., Ambarwati, L. R., Amrudhia, N. F., Fitrianti, N. A., Lorentz, P. M., Cynthiani, Q., & Abdurrozaq, R. M. (2023). *Digital PR dalam Era Disrupsi 5.0: Digital PR dalam Era Disrupsi 5.0; Kajian Akademis*. Nas Media Pustaka.
- Rorong, M. J., Salsabila, L., & Razali, G. (2025). *Humas Pemerintah*. Deepublish.
- Sandi, T., & Simamora, N. A. (2025). Telaah Terhadap Ayat-Ayat yang Menggambarkan Fenomena Komersialisasi Agama Islam: Studi Tafsir Tematik. *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 4(1), 168–184.