

Pemanfaatan Media Sosial Humas pada Lembaga Pendidikan serta Peningkatan Citra Lembaga

Yanezra Lieyani, Liza Natalia, Bradley Setiyadi

Administrasi Pendidikan, Universitas Jambi

Correspondence: yanezzra23@gmail.com, natalializa74@gmail.com, bradleysetiyadi@unja.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan media sosial humas (hubungan masyarakat) pada lembaga pendidikan serta peningkatan citra lembaga. Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian kepustakaan, metode untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Tinjauan literatur penggunaan media sosial dalam bidang pendidikan telah menggambarkan dengan berbagai tujuan termasuk di dalamnya mempromosikan acara dan kegiatan, menyampaikan informasi penting kepada orang tua dan siswa, berinteraksi secara langsung dengan pengikut, membagikan konten instruksional, menonjolkan pencapaian dan penghargaan, serta membentuk komunitas online. Pemanfaatan media sosial untuk keperluan hubungan masyarakat diberbagai lembaga pendidikan memberikan kontribusi, seperti memperluas cakupan komunikasi, merangsang keterlibatan dan interaksi masyarakat yang lebih besar, meningkatkan reputasi positif lembaga, serta meningkatkan aksesibilitas informasi dan tingkat transparansi bagi berbagai pemangku kepentingan.

Kata kunci : citra lembaga, lembaga pendidikan, media sosial humas.

Abstract. This research aims to explore the use of public relations social media in educational institutions as well as improving the image of the institution. This research applies a library research approach, a method for collecting data from various written sources that are relevant to the research topic. A literature review of the use of social media in education has depicted a variety of purposes including promoting events and activities, conveying important information to parents and students, interacting directly with followers, sharing instructional content, highlighting achievements and awards, and forming online communities. The use of social media for public relations purposes in various educational institutions makes contributions, such as expanding the scope of communication, stimulating greater community involvement and interaction, increasing the institution's positive reputation, as well as increasing information accessibility and the level of transparency for various stakeholders.

Keywords: institutional image, educational institutions, public relations social media.

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi pada dasarnya merupakan entitas sosial dengan audiens internal dan eksternal. Era globalisasi saat ini, di mana persaingan semakin ketat dan perkembangan teknologi yang cepat menuntut adanya generasi penerus bangsa yang memiliki kemampuan berpikir kritis dan adaptif terhadap perubahan, lembaga pendidikan memegang peran penting sebagai penghubung antara pengetahuan dan masyarakat. Mereka bertanggung jawab dalam membentuk generasi penerus bangsa dan menjadi agen perubahan. Tanggung jawab intelektual ini harus diemban oleh lembaga pendidikan, baik yang resmi maupun informal, guna memberikan solusi atas tantangan yang dihadapi. Salah satu cara terkini dalam memasarkan dan menyebarkan informasi adalah melalui teknologi internet, yang menjadi pilihan

bagi pelaku usaha yang ingin mempromosikan produknya melalui media saat ini.

Media sosial menyediakan kemampuan analisis yang canggih yang memungkinkan organisasi untuk memonitor kinerja kampanye mereka secara langsung. Dengan menganalisis data seperti jumlah klik tautan, tingkat interaksi, dan karakteristik demografis pengguna, organisasi dapat mengenali pola, memahami preferensi pelanggan, dan meningkatkan strategi pemasaran mereka. Media sosial menjadi wadah bagi organisasi untuk mengembangkan citra merek mereka. Dengan menyajikan konten yang inovatif, memberi informasi, dan relevan, serta berinteraksi secara positif dengan pengikut, organisasi dapat memperkuat identitas merek mereka dan membangun reputasi yang solid. Respon yang cepat terhadap masalah atau pertanyaan dari pelanggan juga dapat meningkatkan citra organisasi di mata publik.

Salah satu faktor yang signifikan dalam memengaruhi relasi media secara keseluruhan adalah pertukaran informasi antara organisasi dan media. Organisasi sering kali mengadakan program pertukaran pengetahuan melalui tulisan atau acara. Media sosial, sebagai komunitas daring, memberikan platform bagi individu untuk berkomunikasi, berbagi konten, dan menjalin hubungan virtual. Melalui media sosial, pengguna dapat membagikan berbagai jenis konten seperti foto, video, dan pesan, serta membuat akun pribadi atau bisnis untuk berinteraksi. Mereka juga dapat mengikuti situs atau akun yang mereka minati, serta bergabung dalam komunitas atau grup dengan minat serupa. Platform media sosial yang populer seperti YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, TikTok, dan lainnya menjadi tempat penting bagi komunikasi, berbagi informasi, dan membangun relasi bagi individu di seluruh dunia. Lebih dari itu, organisasi dapat menggunakan situs web untuk menyampaikan pesan mereka, menyimpan informasi yang positif, dan mengatasi informasi negatif. Teknologi internet telah menjadi saluran distribusi dan promosi yang sangat modern, yang diandalkan oleh banyak pengusaha untuk memasarkan produk mereka melalui media yang mutakhir.

Citra sebuah lembaga memiliki peran yang sangat penting dalam memengaruhi orang tua dalam memilih sekolah untuk anak-anak mereka. Menurut Ruslan (2014) citra itu sendiri merupakan tujuan utama dari upaya reputasi dan prestasi dalam bidang hubungan masyarakat atau *public relations*". Citra sebuah lembaga pendidikan merujuk pada persepsi yang dimiliki oleh masyarakat umum atau pihak-pihak terkait terhadap lembaga tersebut. Berbagai faktor dapat memengaruhi citra ini, seperti standar pengajaran yang diterapkan, reputasi institusi, fasilitas fisik yang tersedia, prestasi akademis siswa, rekomendasi dari pihak terkait, dan cakupan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga tersebut.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan penelitian kepustakaan. Kepustakaan digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian, seperti buku, jurnal, artikel, dan sumber lainnya. Tinjauan kepustakaan melibatkan referensi dari literatur ilmiah serta karya teoretis lainnya. Selanjutnya, metode

analisis isi digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul. Proses ini mencakup pemeriksaan lintas perpustakaan dan pembacaan kembali literatur guna memastikan keakuratan penilaian serta menghindari ketidakakuratan informasi dalam analisis data. Hasil dari tinjauan literatur yang komprehensif ini akan digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis penggunaan media sosial dalam hubungan masyarakat di lembaga pendidikan.

HASIL

Humas (Public Relation) dalam Lembaga Pendidikan

Penelitian Kriyantono & Anggraini (2020) mengungkapkan bahwa penggunaan istilah "*public relations*" untuk mengartikan "hubungan masyarakat" tidak sepenuhnya tepat, terdapat perbedaan makna antara kata "publik" dan "masyarakat". Meskipun "masyarakat" memiliki definisi yang luas, "publik" merujuk pada kelompok sosial tertentu. "Publik" adalah sekelompok orang yang memiliki minat yang serupa terhadap suatu hal, meskipun mereka tidak selalu berada di lokasi yang sama. Namun, dalam hal ini masyarakat, kesamaan ini sering diterima sebagai hal yang biasa. Humas berperan sebagai penghubung komunikasi dengan berbagai pihak dan melaksanakan berbagai kegiatan informasi yang terkait dengan kinerja lembaga, pembuatan program-program sekolah, interaksi dengan orang tua siswa, instansi pemerintah, dan masyarakat umum.

Dalam lingkungan lembaga pendidikan, PR memiliki peran krusial dalam membentuk serta merawat hubungan yang positif dengan berbagai pihak yang terlibat, termasuk siswa, orang tua, staf, dan masyarakat umum. Ini melibatkan pelaksanaan komunikasi persuasif, manajemen relasi, serta pengaturan serta penyaluran informasi yang efisien. Seperti yang dijelaskan dalam definisi di atas, dalam konteks pendidikan, hubungan masyarakat sering kali merujuk pada keterkaitan khusus antara suatu organisasi dan para pemangku kepentingannya, baik itu internal seperti guru, staf, dan siswa, maupun eksternal seperti orang tua siswa, masyarakat umum, lembaga luar, mitra sekolah, dan lain sebagainya. Dalam konteks ini, jelas bahwa salah satu elemen penting dari organisasi individu atau kelompok adalah *public relations* (PR).

Citra lembaga pendidikan yang positif

Faktor yang sangat penting saat memilih sekolah adalah pandangan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Oleh karena itu, satu hal yang harus dipenuhi oleh lembaga pendidikan adalah menciptakan citra yang positif (Yuniarsih, 2020). Penelitian Tatwa & Dewi (2021) strategi yang digunakan oleh institusi untuk memanfaatkan media digital sebagai alat promosi dimulai dengan menganalisis perilaku masyarakat, termasuk orang tua mahasiswa dan calon mahasiswa. Setelah melakukan analisis, lembaga dapat menentukan media mana yang paling sesuai untuk tujuan tersebut. Salah satu metode yang digunakan oleh institusi pendidikan untuk mempromosikan diri adalah dengan membagikan foto atau video mereka di platform media sosial.

Penelitian Panda dkk (2019) menyoroti pentingnya lembaga pendidikan memiliki citra yang positif. Penelitian tersebut mengeksplorasi hubungan antara citra sebagai merek yang baik dan reputasi dengan tingkat kepuasan mahasiswa. Studi ini menyarankan tiga area utama yang harus difokuskan oleh universitas untuk meningkatkan reputasi mereka: membangun identitas yang kuat, memberikan layanan pelanggan yang unggul, dan memperkuat kepercayaan di antara para pemangku kepentingan, yang salah satunya melibatkan pemanfaatan media sosial.

Penelitian Siskawati dkk (2024) menunjukkan bahwa perencanaan yang dilakukan dalam rangka meningkatkan reputasi positif sekolah memiliki kemampuan untuk menghasilkan program-program unggulan yang menjadi inovasi bagi sekolah dalam meningkatkan citra mereka di masyarakat. Temuan inisi sejalan dengan hasil evaluasi yang menunjukkan bahwa berdasarkan wawancara dengan orang tua siswa, sekolah tersebut berhasil membangun kepercayaan di antara orang tua dan siswa yang menggunakan layanan pendidikannya.

Persepsi positif terhadap suatu lembaga pendidikan melibatkan berbagai aspek yang mencerminkan kualitas, reputasi, dan dampak positif dari lembaga tersebut. Karakteristik lembaga pendidikan yang dihormati meliputi: Standar akademis yang sangat baik. Lembaga pendidikan yang dianggap positif terkenal karena memberikan pengajaran terbaik. Tingkat kelulusan yang tinggi, pencapaian akademis yang luar biasa, dan prestasi siswa yang

istimewa di berbagai bidang ilmu adalah beberapa contohnya.

Dengan menyediakan sumber daya yang memadai untuk mendukung proses belajar-mengajar, seperti ruang kelas yang nyaman, perpustakaan yang komprehensif, laboratorium yang modern, dan fasilitas untuk kegiatan olahraga dan seni, lembaga pendidikan dapat menciptakan kesan positif. Selain itu, instruktur dan staf yang profesional juga memegang peranan penting: Lembaga pendidikan yang dianggap baik sering kali memiliki instruktur dan personel yang berkualitas, berpengalaman, dan peduli terhadap perkembangan siswa mereka. Beberapa lembaga atau kelompok yang memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat atau lingkungan mungkin memiliki reputasi institusi yang baik. Institusi Pendidikan seperti perguruan tinggi, universitas, dan sekolah, yang menyediakan pendidikan berkualitas tinggi dan menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan sosial dan intelektual siswa, memberikan dampak positif terhadap kemajuan masyarakat secara menyeluruh. Peran mereka sangat penting dalam membentuk masyarakat yang lebih baik dan berkelanjutan.

Gambaran Umum Public Relations Humas

Menurut kamus yang diterbitkan oleh Institute of Public Relations (IPR), Badan humas terkemuka di Inggris dan Eropa: "Hubungan masyarakat adalah upaya terencana dan berkelanjutan untuk menciptakan dan memelihara hubungan baik dan pemahaman antara suatu organisasi dan audiensnya." Oleh karena itu, humas merupakan serangkaian kegiatan yang terjadi secara rutin dan berkesinambungan, seperti program atau kampanye bersama. Tujuan dari hubungan masyarakat adalah untuk memastikan bahwa pihak-pihak lain yang mempunyai kepentingan atau khalayak sasaran yang sama selalu mendapat informasi mengenai niat baik dan kegiatan organisasi yang bersangkutan.

Penelitian Suryawan dkk (2020) menjelaskan bahwa salah satu tantangan yang dihadapi sekolah adalah menampilkan citra yang baik kepada masyarakat dan menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan anaknya ke sekolah. Mereka menjelaskan bahwa hal tersebut dapat dicapai melalui penggunaan media sosial yang benar. Agar sekolah memiliki reputasi yang baik di masyarakat, maka pemimpin pendidikan harus mampu menangani perubahan,

berpartisipasi dalam memecahkan permasalahan pendidikan dan membangun reputasi yang baik.

Dalam dunia pendidikan, humas merupakan suatu sistem komunikasi dua arah yang terencana dan terorganisir antara lembaga pendidikan dengan lingkungan luarnya guna menghargai, memberi manfaat, memahami dan mendukung lembaga tersebut. Hubungan masyarakat, juga dikenal sebagai humas, berfungsi sebagai penghubung utama antara struktur internal suatu organisasi atau lembaga dan masyarakat umum. Humas juga disebut sebagai corong perusahaan dan berperan sebagai sarana penyebaran informasi. Humas bertanggung jawab atas pengembangan komunikasi internal dan eksternal.

Public relations sering disalah artikan dengan humas karena salah memahaminya sebagai hubungan masyarakat bukannya hubungan publik. Namun, public relations yang diartikan sebagai humas adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara berkelanjutan oleh lembaga maupun individu untuk menciptakan hubungan yang baik dengan publik untuk mendorong pemahaman dan penerimaan publik. Seorang humas bertanggung jawab untuk menyediakan semua informasi tentang suatu topik atau rangkaian peristiwa dengan cara yang membantu orang memahami peristiwa tersebut. Oleh karena itu, penjelasan di atas menunjukkan bahwa humas mempunyai keterbatasan. Peran humas sebetulnya hanya berperan sebagai 'pelengkap' yang bertanggung jawab menyelesaikan persoalan-persoalan yang muncul di dalam suatu lembaga dan menimbulkan keresahan masyarakat. Akibatnya humas tidak mempunyai wadah khusus untuk berkembang dan fungsinya hanya sekedar menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Sementara itu, humas mempunyai peran yang sangat besar dan berperan penting dalam urusan internal dan eksternal untuk membantu menjaga hubungan dengan masyarakat secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa public relations mempunyai lebih banyak ruang untuk membantu perkembangan public relations serta lembaga itu sendiri. Seperti halnya humas, keduanya menjalin komunikasi dua arah antara publik dan organisasi.

Fungsi Public Relations atau Humas pada Lembaga Pendidikan

Fungsi *pubic relations* secara lebih rinci diantaranya: 1) Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang semua aspek pelaksanaan

program pendidikan di sekolah; 2) untuk dapat menetapkan tujuan dan harapan masyarakat tentang tujuan pendidikan sekolah dan bagaimana masyarakat mengharapkan lembaga atau sekolah tersebut; 3) mendapatkan bantuan secukupnya dari masyarakat kepada lembaganya, baik secara material, finansial, maupun moral; 4) meningkatkan rasa tanggung jawab yang lebih besar terhadap kualitas pendidikan; 5) mengikutsertakan masyarakat luas secara kooperatif dalam upaya mengatasi masalah pendidikan; dan 6) meningkatkan tujuan dan peningkatan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat. (Nasution, 2006).

Tujuan pendidikan humas dan public relations adalah untuk membangun dan mempertahankan pemahaman (aspek kognisi), kepercayaan (aspek afeksi), dan kerja sama (aspek psikomotoris). Untuk meningkatkan pertumbuhan dan pembelajaran anak, hubungan lembaga dengan penduduk dan masyarakat bertujuan untuk memperkuat tujuan dan kualitas hidup masyarakat, dan meningkatkan keinginan masyarakat untuk berhubungan dengan sekolah. Meningkatkan hubungan masyarakat dengan sekolah bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di institusi atau sekolah yang bersangkutan, meningkatkan proses belajar mengajar, mempertahankan kelangsungan hidup sekolah, dan mendapatkan bantuan dan dukungan masyarakat luas yang diperlukan untuk pelaksanaan dan pengembangan program sekolah ini. Semua ini dilakukan dengan mempertimbangkan kepentingan sekolah (Ruslan, 2010).

Era sekarang, di mana segala sesuatunya berkembang dengan cepat, kemajuan dalam pendidikan dan teknologi akan mengubah semua aspek kehidupan. Oleh karena itu, institusi pendidikan juga harus memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Institusi pendidikan harus berani menghadapi masalah global yang mungkin muncul sebagai hasil dari perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama mengantisipasi pendapat masyarakat. Untuk mengantisipasi dan menangani masalah global, public relations adalah bagian penting dari manajemen.

Pemanfaatan Media Sosial Humas Pada Lembaga Pendidikan

Media sosial adalah hasil dari munculnya media baru, yang merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan

orang berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan bekerja sama. Media sosial memungkinkan orang untuk melakukan banyak hal dalam dua arah, seperti bertukar dan bekerja sama dalam tulisan, video, dan audiovisual (Nasrullah, 2015). Seperti yang disebutkan sebelumnya, tugas humas pemerintah menjadi lebih mudah dilakukan di lembaga pemerintah karena ada media sosial. Humas pemerintah juga berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat umum dan mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi yang berkaitan dengan program atau kebijakan pemerintah. Adanya media sosial membuatnya jelas mudah digunakan.

Instagram, aplikasi media sosial berbasis gambar, telah menjadi salah satu yang paling populer sejak tahun 2010. Aplikasi ini memungkinkan pengguna berbagi foto dan video secara online. Instagram membiarkan pengguna mengunggah foto dan video ke feeds-nya. Anda dapat mengubah gambar dengan menggunakan filter dan menambahkan caption yang menjelaskan apa yang diunggah. Pengguna juga dapat memberikan tag dan like pada unggahan pengguna lain, serta membubuhkan komentar dan like. Instagram memungkinkan berbagai organisasi untuk menjangkau lebih banyak orang, termasuk lembaga pemerintah, dan meningkatkan layanan mereka melalui komunikasi dua arah yang lebih cepat dan efisien. Dengan banyak fitur yang menarik, Instagram banyak digunakan oleh organisasi untuk berinteraksi dengan lebih banyak orang melalui instastory dan fitur live.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial terbanyak di dunia, dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia. Pada Mei 2019, 2,38 miliar pengguna di seluruh dunia menggunakan Facebook. Instansi pendidikan akan lebih mudah dalam menjual produk iklan melalui media sosial. Media tidak hanya membantu organisasi, tetapi juga membantu masyarakat mendapatkan informasi tentang organisasi yang mereka inginkan dan butuhkan (Damayanti & Gemiharto, 2019).

Manajer hubungan masyarakat perlu memiliki dua keterampilan penting: komunikasi dan kepribadian (Kriyantono & Anggraini, 2020). Perkembangan media sosial memerlukan suatu konsep yang dapat mengukur pengelolaan media sosial. Regina Luttrell, praktisi hubungan masyarakat dan media sosial di Syracuse University, adalah narasumber salah satu

teorinya. Dalam bukunya *Social Media: How to Engage, Share, and Connect*, ia memperkenalkan teori the Circular Model of SOME. Luttrell menjelaskan model ini sebagai empat tahap yang perlu dipertimbangkan ketika mengelola media sosial. Setiap kategori memiliki kekuatan unik untuk mencapai, sehingga menghasilkan sistem manajemen media sosial yang kuat. Keempat tahapan tersebut adalah; berbagi, pengembangan, kepemimpinan dan partisipasi. Sumber utama model ini adalah Cluetrain Manifesto Grunig, yang menggabungkan dua bentuk komunikasi.

Hermawansyah & Pratama (2021) melihat profil dan karakteristik pengguna media sosial di Indonesia terungkap bahwa sebagian besar pengguna suka menggunakan media sosial seperti Instagram, YouTube, WhatsApp, dan Facebook untuk tujuan hiburan dan pendidikan. Dua penelitian di atas menunjukkan bahwa siswa berusia antara 13 dan 18 tahun menggunakan media sosial, khususnya di empat platform yang disebutkan di atas. Media sosial dapat membantu untuk mempelajari cara mengganti perangkat lunak manajemen sistem pembelajaran.

Situs web resmi lembaga pendidikan seperti universitas dan sekolah digunakan untuk berbagai tujuan, seperti memberikan informasi kepada masyarakat, membantu masyarakat mencari informasi, mendukung kegiatan hubungan media, memberikan informasi kepada masyarakat atau menyebarkan informasi secara luas, serta mempromosikan dan meningkatkan citra Pendidikan Tinggi. Salah satu keuntungan menggunakan website resmi adalah kemudahan akses dan biaya murah (Dewi & Prastya, 2015). Bagian Humas (hubungan masyarakat) suatu lembaga pendidikan dapat memanfaatkan media sosial untuk menciptakan citra positif, meningkatkan partisipasi dan berkomunikasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Berikut adalah beberapa cara lembaga pendidikan dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi: Promosi acara dan kegiatan: Lembaga pendidikan dapat menggunakan media sosial untuk mempromosikan acara seperti lokakarya, seminar, pertunjukan seni, dan acara sosial lainnya, postingan menarik, posting foto atau video relevan, dan mengajak orang lain untuk bergabung.

Berbagi informasi penting: Media sosial dapat digunakan oleh humas untuk menyebarkan informasi penting kepada siswa, orang tua dan staf, seperti jadwal ujian, pengumuman tentang

acara khusus dan informasi tentang beasiswa. Interaksi dengan pengikut: Media sosial memungkinkan untuk berinteraksi langsung dengan pengikut, menjawab pertanyaan, menanggapi komentar atau keluhan, dan membangun hubungan baik dengan audiens. mengunggah Konten edukatif: hubungan masyarakat (humas) dapat menggunakan media sosial untuk mempublikasikan konten edukatif, seperti artikel terkait pendidikan, infografis, atau video pendek, yang mungkin berguna bagi siswa, orang tua, dan masyarakat umum. Mempromosikan prestasi dan penghargaan: Media sosial dapat digunakan untuk mendorong siswa, guru, atau institusi secara keseluruhan untuk menerima penghargaan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan meningkatkan reputasi organisasi.

Awalnya hanya digunakan di lingkungan bisnis dan pendidikan, kini penggunaan media sosial sudah menjadi hal yang lumrah. Kemajuan teknologi media sosial dan manfaatnya dalam kehidupan sehari-hari menjadikannya sangat diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Meski media sosial menuai banyak pro dan kontra, namun penggunaannya juga menimbulkan dampak negatif. Suprawoto (2018) menyatakan bahwa Humas merupakan kegiatan komunikasi dan desain organisasi yang mendukung pengembangan dan pemeliharaan hubungan baik antara organisasi dan kelompok-kelompok yang saling ketergantungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, M. dan Prastya, N. M. 2015, Pemanfaatan Website sebagai Media Branding Universitas: Studi terhadap Website resmi Universitas Islam Indonesia (www.uii.ac.id), *Proceeding Conference on Communications, Media And Sociology (Comicos) 2015: Imagining e-Indonesia: Local Wisdom in the Midst of Media Technology and Communication Policy*, 297-308
- Damayanti, Trie & Gemiharto, Ilham. 2019. Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagai Video Bagi Anak-Anak di Bawah Umur di Indonesia. *Communication*. 10(1). 1.
- Hermawansyah, Adam & Pratama, Ahmad. 2021. Analysis of Profiles and Characteristics of Social Media Users in Indonesia using EFA and MCA Methods. *Techno Com*. 20(1). 69-82.
- Kriyantono, R., & Anggraini, C. 2020. Public Relations or Humas: How do the public and practitioners perceive it?, *Jurnal Komunikatif*, 9(2), 154–173
- Nasution, Zulkarnain, 2006, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*, UMM Press
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial ;Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Panda, S., Pandey, S. C., Bennett, A., & Tian, X. 2019. University brand image as competitive advantage: a two-country study. *International Journal of Educational Management*, 33(2), 234–251.
- Ruslan, R. 2014. *Manajemen Humas dan Media Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Suryawan, A., Umam, A. K., Prasetyo, A. D., Rizki, M., Pranata, A., Setyawan, H., & Ahmady, F. 2020. Optimalisasi Media Sosial untuk Eksistensi SD Muhammadiyah Sirojudin dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *Community Empowerment*, 5(2), 96–100.
- Siskawati, G., Hafiza, D., Choirunnisa, E. F., Purba, Y. D. Y., Setiyadi, B., Saudagar, F., 2024, Penyimpanan Sarana dan Prasarana Pendidikan, *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1198-1203
- Suprawoto. 2018. *Government Public Relations; Perkembangan & Praktik di Indonesia*. Jakarta: Prenada Group
- Tatwa, G. S., & Dewi, N. P. D. U. 2021. Peran Public Relation Dalam Pengoptimalan Penggunaan Media Digital Di Masa Pandemi. *SISTA: Jurnal Akademisi Dan Praktisi Pariwisata*, 1(1), 84–91.
- Yuniarsih, N. 2020. Penciptaan Citra Positif Madrasah dan Implikasinya Terhadap Penerimaan Peserta Didik Bar di MAN 2 Brebes. IAIN Purwokerto.