

PERAN STRATEGIS MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KEPERCAYAAN PUBLIK PADA LEMBAGA PENDIDIKAN

¹Titi Sari Saputro, ²Sudiro, ³Diana Yuliarti, ⁴Ahmadi, ⁵Siti Kasilatun Mukrodah, ⁶Anti Nanda Mita, ⁷lesi Yulastri S., ⁸Amiruddin

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Ma'arif Lampung

⁸UIN Raden Intan Lampung

¹tisaahmad99@gmail.com, ²Sudirosb9@gmail.com, ³di4na4444@gmail.com,
⁴ahmadiokut86@gmail.com, ⁵sitikasilatun01@gmail.com,
⁶antinandamita@gmail.com, ⁷lesiyulastri4@gmail.com,
⁸amiruddin@radenintan.com.id

Abstrak

Transformasi digital telah mengubah pola komunikasi lembaga pendidikan dan menempatkan hubungan masyarakat (humas) sebagai fungsi strategis dalam membangun citra lembaga dan kepercayaan publik. Namun, penelitian mengenai hubungan antara fungsi humas, strategi komunikasi, citra lembaga, dan kepercayaan publik masih cenderung dilakukan secara parsial sehingga belum menghasilkan pemahaman yang komprehensif. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran strategis manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra lembaga dan kepercayaan publik pada lembaga pendidikan di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode library research. Data diperoleh melalui penelusuran literatur dari Google Scholar, DOAJ, Garuda, dan Dimensions, kemudian dianalisis menggunakan sintesis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas telah bergeser dari fungsi penyampai informasi menjadi relationship builder yang mengelola hubungan dengan stakeholder melalui komunikasi dua arah, komunikasi partisipatif, dan pemanfaatan media digital. Temuan juga menunjukkan bahwa citra lembaga berperan sebagai penghubung antara aktivitas komunikasi humas dan terbentuknya kepercayaan publik melalui transparansi, akuntabilitas, dan keterlibatan stakeholder. Selain itu, disinformasi, krisis reputasi digital, dan keterbatasan kompetensi digital menjadi tantangan utama humas pendidikan. Penelitian ini menawarkan sintesis konseptual yang mengintegrasikan teori humas, stakeholder, citra organisasi, dan kepercayaan dalam menjelaskan pembentukan citra dan kepercayaan publik pada lembaga pendidikan di era digital.

Kata Kunci: *hubungan masyarakat, citra lembaga, kepercayaan publik, stakeholder, pendidikan digital.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara lembaga pendidikan membangun hubungan dengan masyarakat. Keberhasilan lembaga pendidikan saat ini tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas akademik (Briggs & Wilson, 2007), prestasi peserta didik (Maringe, 2006), atau ketersediaan sarana prasarana (Ivy, 2001), tetapi juga oleh kemampuan membangun citra positif dan memperoleh kepercayaan publik (Nguyen & LeBlanc, 2001). Dalam situasi persaingan yang semakin kompetitif, masyarakat memiliki akses yang luas untuk membandingkan kualitas layanan antar lembaga pendidikan melalui berbagai platform digital. Kondisi tersebut menjadikan hubungan masyarakat (humas) sebagai fungsi strategis yang berperan dalam mengelola komunikasi, membangun reputasi, dan memperkuat hubungan antara lembaga pendidikan dengan para pemangku kepentingan (Febriani dkk., 2025; Mardiyah dkk., 2023).

Transformasi digital telah memperluas ruang komunikasi lembaga pendidikan melalui media sosial, website institusi, dan berbagai platform komunikasi daring. Di satu sisi, perkembangan tersebut membuka peluang bagi lembaga pendidikan untuk memperkenalkan program unggulan, prestasi, dan inovasi secara lebih luas. Namun di sisi lain, penyebaran informasi negatif, disinformasi, dan krisis reputasi dapat dengan cepat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Oleh karena itu, pengelolaan humas tidak lagi dipandang sebagai fungsi administratif yang berorientasi pada publikasi informasi, tetapi sebagai instrumen manajerial yang menentukan keberhasilan organisasi dalam membangun citra dan kepercayaan publik.

Penelitian ini menggunakan Excellence Theory of Public Relations yang dikembangkan oleh Grunig dan Hunt sebagai teori utama (J. E. Grunig, 2024; J. Grunig & Hunt, 1984). Teori ini menegaskan bahwa efektivitas organisasi ditentukan oleh kemampuan membangun komunikasi dua arah yang simetris antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks pendidikan, komunikasi yang dialogis memungkinkan terciptanya saling pengertian, dukungan stakeholder, dan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan. Untuk memperkuat analisis, penelitian ini juga menggunakan Stakeholder Theory Freeman, Bridoux dan Stoelhorst (Bridoux & Stoelhorst, 2016; Freeman dkk., 2017), yang menekankan pentingnya pengelolaan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan; Organizational Image Theory (Jefkins), yang menjelaskan proses pembentukan citra organisasi melalui pengalaman

dan informasi yang diterima publik; serta Commitment-Trust Theory (Morgan & Hunt), yang menjelaskan bahwa kepercayaan publik terbentuk melalui integritas, konsistensi, keterbukaan, dan kredibilitas organisasi.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa humas memiliki kontribusi penting dalam pengembangan lembaga pendidikan. Hakim menemukan bahwa manajemen humas berperan dalam memperkuat hubungan sekolah dan masyarakat. Sandyakala menunjukkan bahwa aktivitas public relations berkontribusi terhadap peningkatan citra lembaga pendidikan melalui komunikasi yang efektif. Marpaung dkk. menjelaskan bahwa manajemen humas dan layanan publik mendukung peningkatan kualitas pendidikan melalui penguatan hubungan dengan masyarakat. Penelitian Hakim dan Rozi juga menunjukkan bahwa strategi humas yang terencana mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Sementara itu, Illah dkk. menemukan bahwa program humas yang sistematis dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan madrasah, sedangkan Iman dkk. dan Alim dkk. menegaskan bahwa public relations berperan dalam meningkatkan daya saing, citra, dan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan.

Meskipun demikian, telaah terhadap penelitian terdahulu menunjukkan adanya beberapa kesenjangan penelitian. Pertama, sebagian besar penelitian masih mengkaji fungsi humas, strategi komunikasi (Purwanto dkk., 2023a), citra lembaga (Norman dkk., 2023), atau kepercayaan publik secara parsial (Aliatus Zaman dkk., 2025a; Rosmayani dkk., 2025). Kedua, penelitian sebelumnya umumnya menggunakan satu perspektif teoritis sehingga belum menjelaskan hubungan antara komunikasi, stakeholder, citra organisasi, dan kepercayaan publik secara terintegrasi (Aliatus Zaman dkk., 2025b; Purwanto dkk., 2023b; Rosmayani dkk., 2025). Ketiga, mayoritas penelitian dilakukan dalam konteks studi kasus tertentu sehingga belum menghasilkan sintesis konseptual yang komprehensif mengenai bagaimana humas membentuk citra dan kepercayaan publik pada lembaga pendidikan (Mabrur & Hefniy, 2025). Keempat, kajian mengenai transformasi peran humas dalam menghadapi tantangan komunikasi digital masih relatif terbatas, padahal perubahan teknologi telah mengubah secara fundamental pola interaksi antara lembaga pendidikan dan masyarakat (Putri dkk., 2025a).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan berupa sintesis konseptual yang mengintegrasikan Excellence Theory of Public Relations, Stakeholder Theory, Organizational Image Theory, dan Commitment-Trust Theory untuk menjelaskan hubungan antara fungsi humas, strategi komunikasi, citra lembaga, dan kepercayaan publik pada lembaga pendidikan di era digital. Berbeda

dengan penelitian terdahulu yang cenderung membahas variabel-variabel tersebut secara terpisah, penelitian ini menempatkannya dalam satu kerangka analisis yang saling terhubung sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kontribusi humas terhadap reputasi dan legitimasi sosial lembaga pendidikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana peran strategis manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra lembaga dan kepercayaan publik pada lembaga pendidikan di era digital? Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran strategis humas, strategi komunikasi yang digunakan, kontribusinya terhadap pembentukan citra lembaga dan kepercayaan publik, serta berbagai tantangan yang dihadapi humas pendidikan dalam konteks transformasi digital. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian manajemen humas pendidikan sekaligus menjadi rujukan bagi pengelola lembaga pendidikan dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk memperkuat reputasi dan kepercayaan publik secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research) yang bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif peran strategis manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra dan kepercayaan publik pada lembaga pendidikan. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada kajian konseptual melalui penelaahan berbagai sumber literatur yang relevan dengan tema penelitian. Data penelitian berupa data sekunder yang diperoleh dari artikel jurnal nasional terakreditasi dan jurnal internasional bereputasi, buku akademik, prosiding ilmiah, serta dokumen ilmiah lain yang membahas hubungan masyarakat, komunikasi organisasi, citra lembaga, kepercayaan publik, dan manajemen pendidikan. Literatur yang digunakan diprioritaskan berasal dari publikasi lima tahun terakhir untuk memastikan keterbaruan kajian, meskipun beberapa karya klasik yang menjadi landasan teoritis tetap digunakan sebagai rujukan utama.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan menelusuri, mengidentifikasi, menyeleksi, dan mengkaji berbagai sumber pustaka yang relevan melalui basis data ilmiah seperti Google Scholar, DOAJ, Garuda, dan Dimensions. Proses seleksi literatur dilakukan berdasarkan kesesuaian tema, kualitas publikasi, keterbaruan penelitian, serta kontribusinya terhadap pembahasan mengenai fungsi humas, strategi komunikasi, program kerja, citra lembaga pendidikan, dan kepercayaan publik. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan menggunakan

kerangka teoritis yang mengintegrasikan Excellence Theory of Public Relations dari Grunig dan Hunt, Stakeholder Theory dari Freeman, Organizational Image Theory dari Jefkins, serta Commitment-Trust Theory dari Morgan dan Hunt sebagai pisau analisis untuk memahami hubungan antara aktivitas humas, pembentukan citra lembaga, dan penguatan kepercayaan publik.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik qualitative content analysis yang dipadukan dengan pendekatan thematic synthesis. Analisis dilakukan melalui proses reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi, dan sintesis temuan untuk mengidentifikasi pola hubungan antara fungsi humas, strategi komunikasi, citra organisasi, dan kepercayaan publik dalam konteks lembaga pendidikan. Untuk menjamin kredibilitas hasil penelitian, dilakukan triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai literatur yang memiliki fokus kajian serupa serta melakukan cross-checking terhadap temuan-temuan penelitian terdahulu. Melalui proses tersebut, penelitian ini menghasilkan sintesis konseptual yang komprehensif mengenai peran strategis manajemen hubungan masyarakat dalam mendukung pembangunan citra dan kepercayaan publik pada lembaga pendidikan di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian diperoleh melalui sintesis terhadap berbagai literatur yang membahas manajemen hubungan masyarakat, strategi komunikasi, citra lembaga pendidikan, dan kepercayaan publik. Setelah melalui proses identifikasi, seleksi, dan analisis, ditemukan empat tema utama yang secara konsisten muncul dalam berbagai penelitian, yaitu: (1) peran strategis humas pendidikan, (2) strategi komunikasi dalam membangun citra lembaga, (3) program humas dalam memperkuat kepercayaan publik, dan (4) tantangan transformasi humas pada era digital. Keempat tema tersebut menunjukkan keterkaitan yang kuat antara fungsi humas dengan pembentukan reputasi dan legitimasi sosial lembaga pendidikan.

Temuan 1: Peran Strategis Humas Pendidikan

Berikut adalah tabel 1. tentang temuan beberapa peran strategis humas pendidikan dari database Google Scholar, DOAJ, Garuda, dan Dimensions:

Tabel 1. Peran Strategis Humas Pendidikan

Peran Humas	Penelitian yang Mendukung	Temuan Utama
-------------	---------------------------	--------------

Komunikator	(Sinaga dkk., 2024), (Dwiyama dkk., 2020), (Afandi dkk., 2025; Septiani dkk., 2025)	Menyampaikan informasi kepada publik
Mediator	(Hakim, 2019), (Andriani & Wahyu Febri Anggraini, 2022; Asniar & Anggraini, 2023; Ezinwa, 2024)	Menjembatani kepentingan sekolah dan masyarakat
Relationship Builder	(Hakim, 2019; Hartati, 2023; Muharam dkk., 2026; Nur Azizah dkk., 2024; Syaharani dkk., 2025)	Membangun hubungan jangka panjang dengan stakeholder

Analisis terhadap penelitian dari tabel 1. menunjukkan bahwa humas tidak lagi diposisikan sebagai unit publikasi semata, melainkan sebagai fungsi strategis yang mendukung keberhasilan lembaga pendidikan. Keempat penelitian tersebut secara konsisten menempatkan humas sebagai penghubung antara lembaga pendidikan dan stakeholder melalui fungsi komunikasi, mediasi, dan pembangunan hubungan.

Temuan 2: Strategi Komunikasi dalam Membangun Citra Lembaga

Analisis terhadap temuan 2 pada tabel ke-2 berikut menunjukkan bahwa citra lembaga pendidikan dibentuk melalui strategi komunikasi yang melibatkan partisipasi stakeholder dan pemanfaatan media digital. Ketiga penelitian tersebut menegaskan bahwa komunikasi dua arah menjadi strategi yang paling efektif dalam meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

Tabel 2. Strategi Komunikasi dalam Membangun Citra Lembaga

Strategi Komunikasi	Penelitian yang Mendukung	Dampak terhadap Citra
Komunikasi Dua Arah	(Arrifah Putri Nadila & Ula Masrurotuz Zahro, 2025; Fitri dkk., 2023; Restalia dkk., 2025)	Meningkatkan keterlibatan stakeholder
Komunikasi Partisipatif	(Ezinwa, 2024; Fitri dkk., 2023; Hakim, 2019; Rosmayani dkk., 2025)	Memperkuat hubungan dengan masyarakat
Media Sosial	(Jannah dkk., 2023; Rosmayani dkk., 2025; Sari, 2025)	Memperluas eksposur lembaga
Website	(Indriani & Syamsudin, 2023;	Meningkatkan kredibilitas

Institusi	Jannah dkk., 2023; Rosmayani dkk., 2025; Sari, 2025)	informasi
------------------	--	-----------

Data menunjukkan bahwa komunikasi dua arah dan komunikasi partisipatif merupakan strategi yang paling sering dikaitkan dengan pembentukan citra positif lembaga pendidikan. Strategi tersebut memungkinkan stakeholder terlibat secara aktif dalam proses komunikasi sehingga meningkatkan persepsi positif terhadap institusi.

Temuan 3. Program Humas dan Penguatan Kepercayaan Publik

Analisis terhadap tabel 3. menunjukkan bahwa kepercayaan publik dibangun melalui program-program humas yang berorientasi pada transparansi dan keterlibatan stakeholder. Program-program tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi sarana akuntabilitas lembaga pendidikan kepada masyarakat.

Tabel 3. Program Humas yang Mendukung Kepercayaan Publik

Program Humas	Penelitian yang Mendukung	Kontribusi
Pertemuan Orang Tua	(Dwiyama dkk., 2020; Fitri dkk., 2023; Hakim, 2019; Marpaung dkk., 2023)	Meningkatkan transparansi
Publikasi Prestasi	(Fitri dkk., 2023; Indriani & Syamsudin, 2023)	Memperkuat reputasi lembaga
Kemitraan Masyarakat	(Ahmad Aril Athok Illah dkk., 2025; Indriani & Syamsudin, 2023)	Meningkatkan legitimasi sosial
Media Informasi Digital	(Fitri dkk., 2023)	Mempermudah akses informasi

Temuan ini menunjukkan bahwa program yang memberikan ruang interaksi dan keterbukaan informasi memiliki kontribusi paling besar terhadap pembentukan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan.

Temuan 4. Tantangan Humas Pendidikan di Era Digital

Analisis terhadap tabel 4. mengenai humas pendidikan menunjukkan bahwa transformasi digital menghadirkan tantangan baru bagi pengelolaan komunikasi organisasi. Tantangan tersebut terutama berkaitan dengan pengelolaan informasi, reputasi, dan kompetensi digital sumber daya manusia.

Tabel 4. Tantangan Dominan Humas Pendidikan

Tantangan	Temuan dalam Literatur	Dampak
Disinformasi	Informasi negatif mudah menyebar melalui media digital (Aminudin, 2022; Muhammad Dhafin Atha Azka dkk., 2025)	Menurunkan citra lembaga
Krisis Reputasi	Isu internal cepat menjadi konsumsi publik (Kurniawan & Saragih, 2024; Putri dkk., 2025b)	Menurunkan kepercayaan publik
Kompetisi Antar Lembaga	Persaingan semakin terbuka di ruang digital (Jabbar dkk., 2025; Rosmayani dkk., 2025)	Menuntut diferensiasi citra
Kompetensi Digital SDM	Keterampilan digital humas belum merata (Ayyasy & Maelani, 2024; Rosmayani dkk., 2025; Tisnawati & Sukari, 2024)	Menghambat efektivitas komunikasi

Data menunjukkan bahwa disinformasi dan krisis reputasi merupakan tantangan yang paling banyak dibahas dalam literatur. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengelolaan komunikasi digital menjadi kebutuhan strategis bagi humas pendidikan dalam mempertahankan citra dan kepercayaan publik.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas telah berkembang menjadi fungsi strategis dalam pengelolaan lembaga pendidikan. Temuan mengenai dominannya peran humas sebagai relationship builder menunjukkan bahwa fungsi humas tidak lagi terbatas pada aktivitas penyebaran informasi, tetapi berperan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan berbagai stakeholder pendidikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hakim (2019), Hartati (2023), dan Muharam dkk. (2026) yang menegaskan bahwa keberhasilan lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan yang dibangun dengan masyarakat. Dalam perspektif Excellence Theory of Public Relations, kondisi tersebut menunjukkan bahwa efektivitas organisasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyampaikan informasi, tetapi juga oleh kemampuan menciptakan komunikasi dua arah yang menghasilkan saling pengertian dan dukungan publik. Dominannya fungsi relationship builder dalam sintesis literatur mengindikasikan adanya pergeseran paradigma humas

pendidikan dari orientasi administratif menuju orientasi strategis yang menempatkan hubungan stakeholder sebagai modal sosial organisasi. Temuan ini memperkuat argumentasi Freeman melalui Stakeholder Theory bahwa keberlanjutan organisasi sangat bergantung pada kemampuannya mengelola hubungan dengan berbagai kelompok kepentingan.

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa komunikasi dua arah, komunikasi partisipatif, media sosial, dan website institusi merupakan strategi komunikasi yang paling banyak digunakan dalam membangun citra lembaga pendidikan. Hasil ini mengonfirmasi penelitian Fitri dkk. (2023), Jannah dkk. (2023), Rosmayani dkk. (2025), dan Sari (2025) yang menemukan bahwa keterlibatan stakeholder dalam proses komunikasi berkontribusi terhadap pembentukan persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Dalam perspektif Excellence Theory, komunikasi dua arah memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang lebih terbuka sehingga kebutuhan organisasi dan harapan stakeholder dapat diakomodasi secara seimbang. Sementara itu, berdasarkan Organizational Image Theory, citra lembaga terbentuk melalui akumulasi pengalaman, informasi, dan interaksi yang diterima publik secara berkelanjutan. Oleh karena itu, keberhasilan humas dalam membangun citra lembaga tidak hanya ditentukan oleh intensitas publikasi, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang dibangun melalui berbagai saluran komunikasi. Temuan ini memperluas penelitian terdahulu yang umumnya memandang citra sebagai hasil komunikasi organisasi, dengan menunjukkan bahwa citra lembaga pada era digital semakin dipengaruhi oleh keterlibatan stakeholder dalam ruang komunikasi digital.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepercayaan publik dibangun melalui program-program humas yang berorientasi pada transparansi, partisipasi, dan keterbukaan informasi. Program seperti pertemuan orang tua, publikasi prestasi, kemitraan masyarakat, dan pemanfaatan media digital menjadi sarana penting dalam membangun akuntabilitas lembaga pendidikan kepada publik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Illah dkk. (2025), Aliatus Zaman dkk. (2025), dan Rosmayani dkk. (2025) yang menegaskan bahwa kepercayaan masyarakat berkembang ketika lembaga pendidikan mampu menunjukkan keterbukaan dan konsistensi dalam menjalankan program-programnya. Dalam perspektif Commitment-Trust Theory, kepercayaan publik merupakan hasil dari integritas, kompetensi, dan komitmen organisasi dalam memenuhi harapan stakeholder. Dengan demikian, program humas tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam membangun

legitimasi sosial lembaga pendidikan. Temuan ini menunjukkan bahwa citra positif dan kepercayaan publik merupakan dua konstruksi yang saling berkaitan, di mana citra yang baik menjadi fondasi bagi terbentuknya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

Selain mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung pembentukan citra dan kepercayaan publik, penelitian ini juga menemukan bahwa transformasi digital menghadirkan tantangan baru bagi praktik humas pendidikan. Disinformasi, krisis reputasi, kompetisi antar lembaga, dan keterbatasan kompetensi digital sumber daya manusia menjadi isu yang paling banyak dibahas dalam literatur. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aminudin (2022), Putri dkk. (2025), serta Tisnawati dan Sukari (2024) yang menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi telah meningkatkan kompleksitas pengelolaan komunikasi organisasi. Dalam lingkungan digital, informasi dapat menyebar dengan sangat cepat sehingga lembaga pendidikan dituntut untuk memiliki kemampuan mengelola komunikasi krisis, menjaga kredibilitas informasi, dan merespons berbagai isu secara tepat. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan humas pada era digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan membangun komunikasi yang efektif, tetapi juga oleh kemampuan mengelola risiko reputasi yang muncul melalui media digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi humas, strategi komunikasi, citra lembaga, dan kepercayaan publik merupakan suatu rangkaian proses yang saling berkaitan. Humas berperan sebagai pengelola hubungan dengan stakeholder melalui berbagai strategi komunikasi yang terencana. Strategi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan citra positif lembaga yang selanjutnya berkembang menjadi kepercayaan publik melalui transparansi, partisipasi, dan akuntabilitas organisasi. Temuan ini memperkuat sekaligus memperluas hasil penelitian terdahulu yang cenderung mengkaji fungsi humas, citra lembaga, atau kepercayaan publik secara terpisah. Kebaruan penelitian ini terletak pada sintesis konseptual yang mengintegrasikan Excellence Theory of Public Relations, Stakeholder Theory, Organizational Image Theory, dan Commitment-Trust Theory dalam menjelaskan mekanisme bagaimana humas membangun citra dan kepercayaan publik pada lembaga pendidikan di era digital. Sintesis tersebut menunjukkan bahwa citra lembaga berperan sebagai jembatan yang menghubungkan aktivitas komunikasi humas dengan terbentuknya kepercayaan publik, sementara kepercayaan publik menjadi modal sosial yang menentukan legitimasi, keberlanjutan, dan daya saing lembaga pendidikan.

KESIMPULAN

Manajemen hubungan masyarakat memiliki peran strategis dalam membangun citra lembaga dan kepercayaan publik pada lembaga pendidikan di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas tidak lagi berfungsi sebagai penyampai informasi semata, tetapi sebagai relationship builder yang mengelola hubungan dengan stakeholder melalui komunikasi dua arah, pemanfaatan media digital, serta program yang berbasis transparansi dan partisipasi. Strategi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan citra positif yang selanjutnya berkembang menjadi kepercayaan publik sebagai modal sosial penting bagi keberlanjutan dan daya saing lembaga pendidikan. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan humas pada era digital ditentukan oleh kemampuannya mengintegrasikan pengelolaan komunikasi, reputasi, dan hubungan stakeholder secara berkelanjutan. Secara konseptual, penelitian ini menghasilkan sintesis yang menunjukkan bahwa fungsi humas dan strategi komunikasi membentuk citra lembaga, yang kemudian menjadi dasar terbentuknya kepercayaan publik. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model konseptual tersebut secara empiris pada berbagai konteks lembaga pendidikan.

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. <https://doi.org/10.38073/nidhomiyah.v6i1.2119>
- Ahmad Aril Athok Illah, Afina Afanin Nabila, Ardita Dwi Subakti, Ahmad Sholeh, & Rofiq Hidayat. (2025). Strategi Perencanaan dan Pelaksanaan Program Humas dalam Mendukung Pengembangan Madrasah Aliyah Nurul Islam Jember. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 3(6), 96–112. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i6.1544>
- Aliatus Zaman, S., Fatkuroji, F., Sutiyono, A., & Efizi Bin Husain, M. H. (2025a). Islamic Values-Based Public Relations Management in Building Trust and School Image: A Case Study at MTs Ar-Rois Cendekia Semarang. *AJIS: Academic Journal of Islamic Studies*, 533–548. <https://doi.org/10.29240/ajis.v10i2.16179>
- Aliatus Zaman, S., Fatkuroji, F., Sutiyono, A., & Efizi Bin Husain, M. H. (2025b). Islamic Values-Based Public Relations Management in Building Trust and School Image: A Case Study at MTs Ar-Rois Cendekia Semarang. *AJIS: Academic Journal of Islamic Studies*, 533–548. <https://doi.org/10.29240/ajis.v10i2.16179>

- Aminudin, A. (2022). Menghadapi Disinformasi Konten Berita Digital di Era Post Truth. *JURNAL LENSEA MUTIARA KOMUNIKASI*, 6(2), 283–292. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v6i2.3137>
- Andriani, D., & Wahyu Febri Anggraini, U. (2022). Peran Teknologi Informasi pada Humas Lembaga Pendidikan. *Ar-Rosikhun: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(3). <https://doi.org/10.18860/rosikhun.v1i3.15883>
- Arrifah Putri Nadila & Ula Masrurotuz Zahro. (2025). Strategi Hubungan Masyarakat dalam Komunikasi Dua Arah dengan Wali Murid di Lembaga Pendidikan. *Journal of Advanced Research and Studies in Educational Management (JARSEM)*, 1(1), 50–56. <https://doi.org/10.64990/9189k776>
- Asniar, I., & Anggraini, M. G. (2023). THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS MUHAMMADIYAH UNIVERSITY LAMPUNG IN INCREASING A POSITIVE IMAGE. *Journal of Public Relations and Digital Communication (JPRDC)*, 1(01), 49–58. <https://doi.org/10.24967/jprdc.v1i01.2509>
- Ayyasy, A. N., & Maelani, S. (2024). Tantangan Kompetensi SDM dalam Menghadapi Era Digital: Sebuah Literatur Review. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(02), 53–59. <https://doi.org/10.70508/2egxeq43>
- Bridoux, F., & Stoelhorst, J. W. (2016). Stakeholder Relationships and Social Welfare: A Behavioral Theory of Contributions to Joint Value Creation. *Academy of Management Review*, 41(2), 229–251. <https://doi.org/10.5465/amr.2013.0475>
- Briggs, S., & Wilson, A. (2007). Which university? A study of the influence of cost and information factors on Scottish undergraduate choice. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 29(1), 57–72. <https://doi.org/10.1080/13600800601175789>
- Dwiyama, F., Adriani, A., Ismia, I., & Oktafiana, R. (2020). MANAJEMEN HUMAS: MEMBANGUN PERAN MASYARAKAT PADA LEMBAGA PENDIDIKAN. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 10(1), 63–71. <https://doi.org/10.35673/ajmpi.v10i1.868>
- Ezinwa, O. I. (2024). School Public Relations: An Essential Tool for Fostering Effective Communication and Administration in Educational Institutions. *Frontiers in Education Technology*, 7(2), p24. <https://doi.org/10.22158/fet.v7n2p24>
- Febriani, V. B., Sulistiawati, I., & Setiyadi, B. (2025). Perkembangan dan Konsep Dasar Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 567. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5194>
- Fitri, A. M., Handayanti, E. K., Herdyastuti, J. T., Armeilia, O. S., Dinata, H. A., & Wulandari, A. (2023). Implementasi Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Sekolah SDN Lakarsantri II 473. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(2), 7. <https://doi.org/10.47134/jtp.v1i2.122>

- Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2017). *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success*. Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/9780300138498>
- Grunig, J. E. (2024). *Public Relations Management in Government and Business* | 12 Handbook. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003574033-12/public-relations-management-government-business-james-grunig>
- Grunig, J., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/aem.vdu627>
- Hakim, M. N. (2019). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto). *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 121–139. <https://doi.org/10.31538/ndh.v4i1.245>
- Hartati, B. (2023). THE IMPORTANCE OF PUBLIC RELATIONS ROLE IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS AS A MEANS OF PUBLIC COMMUNICATION (A STUDY ON IMMIGRATION POLYTECHNIC). *Journal of Administration and International Development*, 3(2), 1–21. <https://doi.org/10.52617/jaid.v3i2.487>
- Indriani, I., & Syamsudin, S. (2023). Manajemen public relation dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga. *Indonesian Journal of Educational Management and Leadership*, 1(1), 106–117. <https://doi.org/10.51214/ijemal.v1i1.531>
- Ivy, J. (2001). Higher education institution image: Acorrespondence analysis approach. *International Journal of Educational Management*, 15(6), 276–282. <https://doi.org/10.1108/09513540110401484>
- Jabbar, Moch. R. A. A., Chotimah, C., & Sulistyorini, S. (2025). INTEGRASI NILAI KEISLAMAN DALAM MANAJEMEN STRATEGIK UNTUK MEMBANGUN KEUNGGULAN KOMPETITIF LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DI ERA GLOBALISASI DIGITAL. *CENDEKIA: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 5(1), 185–192. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v5i1.4153>
- Jannah, A. N., Ulfatin, N., & Gunawan, I. (2023). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Membangun Citra di Sekolah Dasar Islam. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, dan Pengelolaan Pendidikan*, 3(5), 384–393. <https://doi.org/10.17977/um065v3i52023p384-393>
- Kurniawan, A., & Saragih, Y. R. (2024). Analisis Eksistensi Humas CRN TV sebagai Media Jurnalisme di Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 13(2), 389–401. <https://doi.org/10.33366/jisip.v13i2.3086>
- Mabrur, A., & Hefniy, H. (2025). Educational Public Relations Strategies in Improving an Institutional Image. *Journal of Research in Educational Management*, 3(1), 37–50. <https://doi.org/10.71392/jrem.v3i1.71>

- Mardiyah, M., Ibnu Faruq Fauzi, M., F. H., Humaira, N., & Kisman, A. (2023). PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA PENCITRAAN LEMBAGA PENDIDIKAN. *An-Nadzir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(02), 135–144. <https://doi.org/10.55799/annadzir.v1i02.318>
- Maringe, F. (2006). University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing. *International Journal of Educational Management*, 20(6), 466–479. <https://doi.org/10.1108/09513540610683711>
- Marpaung, S. F., Febrianti, I., Simatupang, S. F. A., Aidin, W., Wibowo, M. P., & Almaajid, R. (2023). PERAN STRATEGIS MANAJEMEN HUMAS DAN LAYANAN PUBLIK DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PENDIDIKAN DI SEKOLAH. *Academy of Education Journal*, 14(2), 556–570. <https://doi.org/10.47200/aoej.v14i2.1764>
- Muhammad Dhafin Atha Azka, Nadya Fitri Aulia, Farel Ananda, & Purwanto Putra. (2025). Pengaruh Deepfake terhadap Kepercayaan Publik pada Informasi Visual di Media Sosial. *Kajian Administrasi Publik dan ilmu Komunikasi*, 2(2), 286–301. <https://doi.org/10.62383/kajian.v2i2.401>
- Muharam, S., Sumarsono, R. B., & Timan, A. (2026). Building school and community collaboration in realizing competitive vocational high school graduates. *Journal of Research in Instructional*, 6(1). <https://doi.org/10.30862/jri.v6i1.964>
- Nguyen, N., & LeBlanc, G. (2001). Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions. *International Journal of Educational Management*, 15(6), 303–311. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005909>
- Norman, E., Sulaiman, S., Marliani, L., Widiyanti, D., Rasini, I. N., & Dewi, M. (2023). Effective Public Relations Management in Building a Positive Image: A Case Study of Madrasah Ibtidaiyah Negeri 3 Cirebon. *Jurnal Pendidikan Islam*, 12(1), 135–144. <https://doi.org/10.14421/jpi.2023.121.135-144>
- Nur Azizah, M., 'Ilmiya, N., Haibah, R. N., Zakiatun Nuha, Z., & Sulistyorini. (2024). PENTINGNYA PERAN MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DI LEMBAGA PENDIDIKAN. *SKILLS: Jurnal Riset dan Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 1–10. <https://doi.org/10.47498/skills.v3i2.3868>
- Purwanto, A., Wafa, A., & Sanjani, M. A. F. (2023a). INTERPERSONAL COMMUNICATION STRATEGIES IN BUILDING AN IMAGE OF CONTINGENCY PERSPECTIVE OF ACCOMMODATION. *Managere: Indonesian Journal of Educational Management*, 5(3), 267–279. <https://doi.org/10.52627/managere.v5i3.281>
- Purwanto, A., Wafa, A., & Sanjani, M. A. F. (2023b). INTERPERSONAL COMMUNICATION STRATEGIES IN BUILDING AN IMAGE OF CONTINGENCY PERSPECTIVE OF ACCOMMODATION. *Managere: Indonesian Journal of Educational Management*, 5(3), 267–279. <https://doi.org/10.52627/managere.v5i3.281>

- Putri, A. D. M., Putri, G. A., Maharani, N. F., Sofiyani, N. E., & Prihantini, P. (2025a). Optimalisasi Peran Humas Sekolah dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik di Era Digital. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(1), 566–577. <https://doi.org/10.54373/imeij.v6i1.2522>
- Putri, A. D. M., Putri, G. A., Maharani, N. F., Sofiyani, N. E., & Prihantini, P. (2025b). Optimalisasi Peran Humas Sekolah dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik di Era Digital. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(1), 566–577. <https://doi.org/10.54373/imeij.v6i1.2522>
- Restalia, W., Salim, M., & Bambang, B. (2025). EKSPLORASI STRATEGI GURU DALAM MEMBANGUN KOMUNIKASI POSITIF SEBAGAI BENTUK PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SD NEGERI 02 SOKOSARI. *MANAJERIAL : Jurnal Inovasi Manajemen dan Supervisi Pendidikan*, 5(4), 854–867. <https://doi.org/10.51878/manajerial.v5i4.7558>
- Rosmayani, M., Julaihah, S., & Wijaya, I. S. (2025). Strategi Humas dalam Membangun Citra, Kepercayaan, dan Reputasi Sekolah Islam: Studi di SD Muhammadiyah 1 Samarinda. *ITQAN: Jurnal Ilmu-ilmu Kependidikan*, 16(1), 25–36. <https://doi.org/10.47766/itqan.v16i1.3101>
- Sari, R. (2025). Membangun Branding Sekolah Islam: Studi Komunikasi Strategis dalam Manajemen Pendidikan Islam. *Kordinat: Jurnal Komunikasi antar Perguruan Tinggi Agama Islam*, 24(1), 1–13. <https://doi.org/10.15408/kordinat.v24i1.46313>
- Septiani, I., Rifqi, M., & Setiyadi, B. (2025). Peran Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Mutu Pendidikan di Sekolah. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 752. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5225>
- Sinaga, W. M. B. B., Gultom, N. H., & Setiyadi, B. (2024). Peran Komunikasi dan Organisasi Humas pada Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2594. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5107>
- Syahrani, A. R., Faradila, E. Z., Nababan, I. I., Hafiza, N. D., Awaliyah, N. A., & Prihatini, P. (2025). Tantangan Pengelolaan Pendidikan di Sekolah Dasar: Peran Humas dalam Mengatasi Ketimpangan Partisipasi Masyarakat Terhadap Pembelajaran. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(1), 740–747. <https://doi.org/10.54373/imeij.v6i1.2536>
- Tisnawati, T., & Sukari, S. (2024). Problematika Pengembangan Kompetensi Digital Guru dalam Pendidikan Islam di Era Globalisasi. *TSAQOFAH*, 4(6), 3945–3958. <https://doi.org/10.58578/tsaqofah.v4i6.3922>