

Manajemen Humas Dalam Mengoptimalkan Minat Calon Peserta Didik Baru Di Mis Sa'adatul Ittihadiyah Pulau Temiang Kabupaten Tebo Provinsi Jambi

Irwan Kelana
Universitas KH. Abdul Chalim
Email: *irwankelana99@gmail.com*

Abstract

This study aims to describe and analyze public relations management in optimizing the interest of prospective new students at MIS Sa'adatul Ittihadiyah, Temiang Island, Tebo Regency, Jambi Province. The research focuses on the planning, implementation, and results of public relations management in increasing community interest in the madrasah. The study used a qualitative approach with a case study approach. Data were obtained through observation, in-depth interviews, and documentation. The research informants consisted of the madrasah principal, teachers, education staff, the madrasah committee, parents of students, and the community. Data analysis used the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, which includes data condensation, data presentation, and drawing and verifying conclusions. Data validity was ensured through source triangulation, technical triangulation, and member checking. The results indicate that public relations management at MIS Sa'adatul Ittihadiyah has been implemented through management functions including planning, organizing, implementing, and evaluating. Public relations planning is carried out by developing promotional and outreach programs tailored to community needs and the madrasah's vision and mission. Public relations is implemented through various strategies, such as direct outreach to the community, distribution of brochures and banners, utilization of social media, publication of madrasah achievements, and involvement in social and religious activities within the community. Research results indicate that these strategies are effective in increasing public knowledge and trust in madrasahs, thus increasing the interest of prospective new students. However, several obstacles remain, such as limited promotional resources and suboptimal use of digital media. Therefore, innovation and strengthening of information technology-based public relations strategies are needed to continuously improve the effectiveness of promotions and communication with the community.

Keywords: *Management, Public Relations, Optimization, Students*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis manajemen humas dalam mengoptimalkan minat calon peserta didik baru di MIS Sa'adatul Ittihadiyah Pulau Temiang Kabupaten Tebo Provinsi Jambi. Fokus penelitian meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan hasil manajemen humas dalam meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap madrasah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan, komite madrasah, orang tua peserta didik, dan masyarakat. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member checking. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen humas di MIS Sa'adatul Ittihadiyah telah dilaksanakan melalui fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan humas dilakukan dengan menyusun program promosi dan sosialisasi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat serta visi dan misi madrasah. Pelaksanaan humas dilakukan melalui berbagai strategi, seperti sosialisasi langsung kepada masyarakat, penyebaran brosur dan spanduk, pemanfaatan media sosial, publikasi prestasi madrasah, serta keterlibatan dalam kegiatan sosial dan keagamaan di lingkungan masyarakat. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa strategi tersebut mampu meningkatkan pengetahuan dan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah, sehingga berdampak pada meningkatnya minat calon peserta didik baru. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan sarana promosi dan belum optimalnya pemanfaatan media digital. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dan penguatan strategi humas berbasis teknologi informasi agar efektivitas promosi dan komunikasi dengan masyarakat dapat terus ditingkatkan.

Kata kunci: Manajemen, Humas, Mengoptimalkan, Peserta Didik

Pendahuluan

Pendidikan merupakan salah satu instrumen strategis dalam membangun kualitas sumber daya manusia yang beriman, berilmu, dan berakhlak mulia. Dalam era persaingan lembaga pendidikan yang semakin kompetitif, setiap madrasah dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas layanan pendidikan sekaligus membangun citra positif di tengah masyarakat. Keberhasilan suatu lembaga pendidikan tidak hanya ditentukan oleh kualitas pembelajaran yang diselenggarakan, tetapi juga oleh kemampuan lembaga tersebut dalam menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sebagai pengguna layanan pendidikan. Oleh karena itu, manajemen hubungan masyarakat (humas) menjadi salah satu aspek penting yang perlu mendapat perhatian dalam pengelolaan lembaga pendidikan. Hubungan masyarakat atau humas merupakan fungsi manajemen yang bertujuan membangun komunikasi, kerja sama, dan hubungan yang saling menguntungkan antara lembaga dengan publiknya. Dalam konteks pendidikan, humas berperan sebagai penghubung antara madrasah dengan berbagai pihak, seperti orang tua peserta didik, tokoh masyarakat, pemerintah, alumni, dan masyarakat luas. Melalui kegiatan humas yang terencana dan sistematis, madrasah dapat menyampaikan berbagai informasi mengenai program, prestasi, keunggulan, serta layanan pendidikan yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. (D. Setiawan et al., 2023)

Perkembangan dunia pendidikan yang semakin dinamis menyebabkan masyarakat memiliki banyak pilihan dalam menentukan lembaga pendidikan bagi putra-putrinya. Kondisi ini menuntut setiap madrasah untuk melakukan berbagai strategi agar tetap diminati oleh masyarakat. Persaingan tidak hanya terjadi antara madrasah dengan madrasah lainnya, tetapi juga dengan sekolah umum yang menawarkan berbagai program unggulan. Dalam situasi seperti ini, keberadaan humas menjadi sangat penting sebagai ujung tombak dalam membangun citra lembaga, memperluas jaringan kerja sama, dan meningkatkan minat calon peserta didik baru. Minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pendidikan, kompetensi tenaga pendidik, fasilitas yang tersedia, prestasi peserta didik, lingkungan belajar yang kondusif, serta citra lembaga di mata masyarakat. Citra positif yang terbentuk melalui komunikasi yang efektif akan mendorong masyarakat untuk memberikan kepercayaan kepada lembaga pendidikan. Sebaliknya, kurangnya komunikasi dan publikasi yang baik dapat menyebabkan masyarakat tidak mengetahui berbagai potensi dan keunggulan yang dimiliki oleh madrasah. Oleh karena itu, manajemen humas harus mampu menjalankan fungsi komunikasi secara optimal agar informasi yang berkaitan dengan madrasah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. (Urip Umayah & Riwanto, 2020)

Dalam perspektif manajemen pendidikan, humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola opini publik, pembangun kepercayaan masyarakat, dan mediator antara lembaga dengan lingkungan eksternal. Kegiatan humas meliputi perencanaan program komunikasi, pelaksanaan publikasi, penyelenggaraan kegiatan sosial kemasyarakatan, pengembangan

kemitraan, serta evaluasi terhadap efektivitas program yang telah dilaksanakan. Seluruh kegiatan tersebut bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara madrasah dan masyarakat sehingga terbentuk dukungan yang kuat terhadap penyelenggaraan pendidikan. Madrasah Ibtidaiyah Swasta (MIS) Sa'adatul Ittihadiyah Pulau Temiang Kabupaten Tebo Provinsi Jambi merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang berupaya meningkatkan kualitas pendidikan sekaligus mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan lembaga pendidikan yang semakin ketat. Sebagai lembaga pendidikan yang berada di lingkungan masyarakat, MIS Sa'adatul Ittihadiyah dituntut untuk mampu membangun hubungan yang baik dengan masyarakat agar keberadaannya terus mendapat dukungan dan kepercayaan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui pengelolaan manajemen humas yang efektif dan berkelanjutan. (Ahmad, 2013)

Keberhasilan penerimaan peserta didik baru menjadi salah satu indikator penting bagi keberlangsungan sebuah lembaga pendidikan. Jumlah peserta didik yang terus meningkat menunjukkan tingginya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Sebaliknya, menurunnya jumlah pendaftar dapat menjadi indikasi adanya permasalahan dalam aspek pelayanan, promosi, maupun komunikasi dengan masyarakat. Oleh karena itu, strategi humas yang tepat diperlukan untuk memperkenalkan berbagai keunggulan madrasah kepada masyarakat sehingga mampu menarik minat calon peserta didik baru. Dalam praktiknya, manajemen humas di madrasah dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan, seperti sosialisasi penerimaan peserta didik baru, penyebaran informasi melalui media cetak dan media sosial, pelaksanaan kegiatan keagamaan dan sosial yang melibatkan masyarakat, publikasi prestasi peserta didik, serta penguatan kerja sama dengan tokoh masyarakat dan alumni. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan madrasah kepada masyarakat, tetapi juga membangun citra positif yang dapat meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menyekolahkan anak-anak mereka di madrasah tersebut. (Hamzah et al., 2020)

Selain itu, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat. Pemanfaatan media digital menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mendukung program humas lembaga pendidikan. Melalui media sosial, website, maupun platform komunikasi lainnya, informasi tentang kegiatan dan prestasi madrasah dapat disebarluaskan secara cepat dan luas. Dengan demikian, manajemen humas perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar mampu menjangkau masyarakat secara lebih efektif dan efisien. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian mengenai manajemen humas dalam mengoptimalkan minat calon peserta didik baru di MIS Sa'adatul Ittihadiyah Pulau Temiang Kabupaten Tebo Provinsi Jambi menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi manajemen humas yang diterapkan oleh madrasah dalam menarik minat masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat yang memengaruhi keberhasilan program humas dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru. Melalui penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya manajemen humas dalam pengelolaan lembaga pendidikan Islam. Hasil penelitian tidak hanya bermanfaat bagi MIS Sa'adatul Ittihadiyah Pulau Temiang, tetapi juga dapat menjadi referensi bagi madrasah dan lembaga pendidikan lainnya dalam mengembangkan

strategi humas yang efektif guna meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mengoptimalkan minat calon peserta didik baru.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam proses manajemen humas yang diterapkan dalam mengoptimalkan minat calon peserta didik baru di Madrasah Ibtidaiyah Swasta (MIS) Sa'adatul Ittihadiyah. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, serta berbagai faktor yang memengaruhi efektivitas manajemen hubungan masyarakat (humas) dalam kegiatan penerimaan peserta didik baru. Penelitian studi kasus dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada satu lembaga pendidikan yang memiliki karakteristik dan strategi humas yang khas sehingga dapat dikaji secara mendalam sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Penelitian dilaksanakan di MIS Sa'adatul Ittihadiyah yang beralamat di Jalan Padang Lamo, Kelurahan Pulau Temiang, Kecamatan Tebo Ulu, Kabupaten Tebo, Provinsi Jambi. Madrasah ini merupakan lembaga pendidikan swasta di bawah pembinaan Kementerian Agama yang telah beroperasi sejak tahun 2010. (A. G. Setiawan et al., 2024)

Lokasi penelitian dipilih secara purposive dengan pertimbangan bahwa madrasah secara aktif melaksanakan berbagai kegiatan humas dalam menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya pada setiap pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB). Selain itu, madrasah berada pada lingkungan yang memiliki persaingan dengan beberapa sekolah dasar dan madrasah lain di wilayah Kecamatan Tebo Ulu sehingga strategi humas menjadi aspek yang penting untuk diteliti. Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam pelaksanaan manajemen humas madrasah. Informan utama penelitian meliputi kepala madrasah sebagai penanggung jawab kebijakan kelembagaan, wakil kepala madrasah atau koordinator humas, guru yang terlibat dalam kegiatan promosi dan PPDB, ketua komite madrasah, orang tua peserta didik, serta masyarakat yang menjadi sasaran promosi madrasah. (Syahrizal & Jailani, 2023)

Selain itu, beberapa peserta didik baru juga dijadikan informan pendukung untuk memperoleh informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka memilih MIS Sa'adatul Ittihadiyah sebagai tempat belajar. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap berbagai aktivitas humas, seperti pelaksanaan sosialisasi PPDB, penyebaran media promosi, pelayanan kepada masyarakat, komunikasi antara pihak madrasah dengan orang tua calon peserta didik, serta berbagai kegiatan yang bertujuan membangun citra positif madrasah. Observasi juga diarahkan untuk mengidentifikasi bentuk interaksi antara warga madrasah dengan masyarakat sekitar sebagai bagian dari implementasi fungsi humas. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur sehingga peneliti memiliki keleluasaan untuk menggali informasi secara lebih mendalam sesuai dengan perkembangan data di lapangan. (Abduh et al., 2023)

Melalui wawancara, peneliti memperoleh informasi mengenai perencanaan program humas, strategi promosi yang digunakan, bentuk kerja sama dengan masyarakat, pemanfaatan media komunikasi, faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan humas, serta efektivitas strategi tersebut

dalam meningkatkan minat calon peserta didik baru. Wawancara juga digunakan untuk mengetahui persepsi orang tua terhadap kualitas layanan pendidikan dan citra madrasah di tengah masyarakat. Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data hasil observasi dan wawancara. Dokumen yang dikaji meliputi profil madrasah, visi dan misi, struktur organisasi, program kerja humas, laporan kegiatan PPDB, data jumlah peserta didik baru dalam beberapa tahun terakhir, brosur, spanduk, pamflet, dokumentasi kegiatan promosi, publikasi media sosial, notulen rapat, surat kerja sama, serta dokumen lain yang relevan dengan pelaksanaan manajemen humas. Dokumen-dokumen tersebut digunakan sebagai sumber data untuk memperoleh informasi faktual mengenai implementasi strategi humas dan perkembangan jumlah peserta didik baru.

Hasil dan Pembahasan

A. Manajemen Humas

Manajemen hubungan masyarakat (humas) merupakan salah satu fungsi strategis dalam organisasi yang berperan dalam membangun, memelihara, dan mengembangkan hubungan yang harmonis antara lembaga dengan berbagai pihak yang berkepentingan. Dalam konteks lembaga pendidikan, manajemen humas menjadi instrumen penting untuk menjalin komunikasi yang efektif antara sekolah atau madrasah dengan peserta didik, orang tua, masyarakat, pemerintah, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya. Keberadaan humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai jembatan yang menghubungkan kepentingan lembaga dengan kebutuhan dan harapan masyarakat. Secara konseptual, manajemen humas merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi berbagai kegiatan komunikasi yang bertujuan membangun citra positif lembaga serta menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Humas berperan dalam mengelola informasi secara sistematis sehingga pesan-pesan yang disampaikan oleh lembaga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Melalui manajemen humas yang efektif, lembaga dapat meningkatkan kepercayaan publik, memperkuat reputasi organisasi, serta memperoleh dukungan dari berbagai pihak untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Nafindra & Rifqi, 2022)

Dalam lembaga pendidikan, manajemen humas memiliki peran yang sangat penting karena keberhasilan penyelenggaraan pendidikan tidak hanya ditentukan oleh kualitas proses pembelajaran, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan dan partisipasi masyarakat. Sekolah atau madrasah yang mampu membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat cenderung memperoleh dukungan yang lebih besar dalam pelaksanaan program-program pendidikan. Oleh karena itu, humas menjadi salah satu komponen manajemen pendidikan yang berfungsi memperkenalkan visi, misi, program, prestasi, dan berbagai keunggulan lembaga kepada masyarakat secara luas. Manajemen humas dalam pendidikan dilaksanakan melalui fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengawasan atau evaluasi (controlling). Pada tahap perencanaan, pihak humas menyusun berbagai program dan strategi komunikasi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan lembaga. Perencanaan dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan masyarakat, kondisi lingkungan, karakteristik sasaran, serta sumber daya yang dimiliki oleh

lembaga. Program yang dirancang dapat berupa kegiatan promosi, publikasi, sosialisasi, kemitraan dengan masyarakat, maupun pengelolaan media informasi. (Mahmudah & Putra, 2021)

Tahap pengorganisasian dilakukan dengan mengatur sumber daya manusia, pembagian tugas, serta koordinasi antarbagian yang terlibat dalam kegiatan humas. Pengorganisasian yang baik akan memudahkan pelaksanaan program dan memastikan setiap anggota organisasi memahami peran serta tanggung jawabnya. Dalam lembaga pendidikan, kegiatan humas biasanya melibatkan kepala sekolah atau kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan, komite sekolah, serta pihak lain yang memiliki keterkaitan dengan pelaksanaan program hubungan masyarakat. Selanjutnya, tahap pelaksanaan merupakan proses mengimplementasikan berbagai program yang telah direncanakan. Pada tahap ini, humas menjalankan berbagai kegiatan komunikasi dan publikasi yang bertujuan membangun citra positif lembaga. Kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui pertemuan dengan orang tua, sosialisasi ke masyarakat, penyebaran brosur, pemasangan spanduk, publikasi prestasi sekolah, pemanfaatan media sosial, website lembaga, maupun kerja sama dengan berbagai pihak. Pelaksanaan program humas yang efektif menuntut kemampuan komunikasi yang baik, keterbukaan informasi, serta pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Tahap terakhir adalah pengawasan dan evaluasi. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana program humas telah mencapai tujuan yang ditetapkan. Melalui evaluasi, lembaga dapat mengidentifikasi keberhasilan, kelemahan, hambatan, dan peluang pengembangan program pada masa yang akan datang. (Mubarok, 2025)

Hasil evaluasi menjadi dasar dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi dan pelayanan kepada masyarakat. Dengan demikian, manajemen humas tidak hanya berorientasi pada pelaksanaan kegiatan, tetapi juga pada upaya perbaikan dan pengembangan yang berkelanjutan. Dalam praktiknya, manajemen humas memiliki beberapa fungsi utama. Pertama, fungsi informatif, yaitu menyampaikan berbagai informasi yang berkaitan dengan program, kebijakan, dan kegiatan lembaga kepada masyarakat. Kedua, fungsi edukatif, yaitu memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya pendidikan serta program-program yang diselenggarakan oleh lembaga. Ketiga, fungsi persuasif, yaitu membangun kepercayaan dan dukungan masyarakat melalui komunikasi yang efektif. Keempat, fungsi rekreatif dan hubungan sosial, yaitu menciptakan hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara lembaga dan masyarakat. Pada era digital saat ini, manajemen humas mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah pola komunikasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Jika sebelumnya humas lebih banyak menggunakan media konvensional seperti surat, brosur, dan pertemuan tatap muka, kini komunikasi dapat dilakukan secara lebih cepat dan luas melalui platform digital. (Novita Mona, 2016)

Website sekolah, media sosial, aplikasi pesan instan, dan berbagai media daring lainnya menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan informasi, membangun citra lembaga, serta menjalin interaksi dengan masyarakat. Oleh karena itu, kemampuan mengelola media digital menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh pengelola humas pendidikan. Dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin kompetitif, manajemen humas memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya tarik dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Humas yang dikelola secara profesional mampu memperkenalkan keunggulan, prestasi, program unggulan, dan budaya positif yang dimiliki sekolah atau madrasah. Informasi yang tersampaikan secara baik akan membentuk

persepsi positif masyarakat sehingga dapat meningkatkan minat orang tua untuk menyekolahkan anaknya pada lembaga tersebut. Dengan demikian, manajemen humas tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membangun reputasi, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan mendukung keberlangsungan lembaga pendidikan. (Dongoran et al., 2023)

B. Mengoptimalkan Minat Calon Peserta Didik

Mengoptimalkan minat calon peserta didik merupakan salah satu upaya strategis yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan pendidikan yang diselenggarakan. Dalam konteks persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin kompetitif, keberhasilan suatu sekolah atau madrasah dalam menarik minat calon peserta didik tidak hanya ditentukan oleh faktor lokasi dan biaya pendidikan, tetapi juga oleh kualitas program, citra lembaga, prestasi yang dimiliki, serta kemampuan lembaga dalam membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat. Oleh karena itu, upaya mengoptimalkan minat calon peserta didik menjadi bagian penting dalam pengelolaan dan pengembangan lembaga pendidikan. Minat calon peserta didik dapat diartikan sebagai kecenderungan perhatian, ketertarikan, dan keinginan seseorang atau orang tua untuk memilih suatu lembaga pendidikan sebagai tempat belajar. Minat tersebut muncul sebagai hasil dari proses pengenalan, pertimbangan, dan penilaian terhadap berbagai informasi yang diterima mengenai suatu lembaga pendidikan. Semakin positif persepsi masyarakat terhadap kualitas dan reputasi lembaga, semakin besar pula kemungkinan munculnya minat untuk mendaftarkan diri atau menyekolahkan anak pada lembaga tersebut. Dengan demikian, minat calon peserta didik tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal. (Nurhayati & Saeful Rahmat, 2023)

Dari perspektif psikologi pendidikan, minat merupakan salah satu aspek afektif yang berperan penting dalam proses pengambilan keputusan. Minat lahir karena adanya ketertarikan terhadap sesuatu yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan, harapan, atau tujuan tertentu. Dalam konteks pemilihan sekolah atau madrasah, minat calon peserta didik dan orang tua biasanya dipengaruhi oleh kualitas pendidikan, lingkungan belajar, fasilitas yang tersedia, prestasi akademik maupun nonakademik, nilai-nilai keagamaan yang dikembangkan, serta peluang pengembangan potensi peserta didik. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu memahami berbagai kebutuhan dan harapan masyarakat agar mampu merancang program yang sesuai dengan tuntutan dan perkembangan zaman. Mengoptimalkan minat calon peserta didik berarti melakukan berbagai upaya yang terencana dan berkelanjutan untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Upaya tersebut tidak hanya berfokus pada kegiatan promosi, tetapi juga mencakup peningkatan mutu layanan pendidikan secara menyeluruh. Lembaga pendidikan yang memiliki kualitas pembelajaran yang baik, tenaga pendidik yang profesional, fasilitas yang memadai, serta budaya sekolah yang positif akan lebih mudah memperoleh kepercayaan masyarakat. Dengan kata lain, promosi yang efektif harus didukung oleh kualitas nyata yang dapat dirasakan dan dibuktikan oleh masyarakat. (Chairy & Istiqomah, 2022)

Salah satu faktor penting dalam mengoptimalkan minat calon peserta didik adalah membangun citra positif lembaga pendidikan. Citra merupakan kesan, pandangan, atau persepsi yang dimiliki masyarakat terhadap suatu lembaga. Citra yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong munculnya minat untuk memilih lembaga tersebut. Sebaliknya, citra yang kurang baik dapat menjadi hambatan dalam menarik calon peserta didik baru. Oleh karena itu, sekolah atau

madrasah perlu menunjukkan berbagai keunggulan yang dimiliki, seperti prestasi peserta didik, kualitas tenaga pendidik, program unggulan, budaya religius, maupun keberhasilan alumni sebagai bentuk penguatan citra positif di mata masyarakat. Selain citra lembaga, kualitas komunikasi dengan masyarakat juga memiliki peran yang sangat penting. Komunikasi yang efektif memungkinkan lembaga pendidikan menyampaikan informasi secara jelas, akurat, dan menarik kepada calon peserta didik serta orang tua. Melalui komunikasi yang baik, masyarakat dapat memahami visi, misi, tujuan, program, serta berbagai keunggulan yang dimiliki oleh lembaga pendidikan. Kegiatan komunikasi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti sosialisasi langsung, pertemuan dengan masyarakat, penyebaran brosur, pemasangan spanduk, publikasi di media massa, maupun pemanfaatan media digital dan media sosial. (Anwas, 2015)

Dalam era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi menjadi salah satu strategi yang efektif untuk mengoptimalkan minat calon peserta didik. Kehadiran media sosial, website resmi sekolah, dan berbagai platform digital lainnya memungkinkan lembaga pendidikan menjangkau masyarakat secara lebih luas dan cepat. Informasi mengenai program unggulan, kegiatan sekolah, prestasi peserta didik, serta berbagai aktivitas pendidikan dapat dipublikasikan secara berkelanjutan sehingga membentuk persepsi positif masyarakat terhadap lembaga. Selain itu, media digital juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang dapat meningkatkan kedekatan antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Faktor lain yang tidak kalah penting dalam mengoptimalkan minat calon peserta didik adalah kualitas pelayanan pendidikan. Pelayanan yang ramah, responsif, transparan, dan profesional akan memberikan pengalaman positif kepada masyarakat. Ketika orang tua dan calon peserta didik merasa dihargai serta memperoleh informasi yang mereka butuhkan dengan baik, tingkat kepercayaan terhadap lembaga pendidikan akan meningkat.

Kepercayaan tersebut pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan yang dianggap mampu memberikan layanan terbaik bagi perkembangan anak-anak mereka. Program unggulan juga menjadi daya tarik yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat calon peserta didik. Program-program yang memiliki nilai tambah, seperti pembelajaran berbasis teknologi, program tahfiz Al-Qur'an, pengembangan karakter, kegiatan ekstrakurikuler yang beragam, pembelajaran bahasa asing, maupun berbagai inovasi pendidikan lainnya, dapat menjadi faktor pembeda yang membuat suatu lembaga lebih diminati dibandingkan lembaga lain. Keberadaan program unggulan menunjukkan komitmen lembaga dalam memberikan layanan pendidikan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan peserta didik. Keberhasilan dalam mengoptimalkan minat calon peserta didik dapat dilihat melalui beberapa indikator, antara lain meningkatnya jumlah pendaftar setiap tahun, bertambahnya kepercayaan masyarakat terhadap lembaga, meningkatnya partisipasi orang tua dalam kegiatan sekolah, serta semakin luasnya jangkauan informasi mengenai lembaga di lingkungan masyarakat. (Alamsyah et al., 2024)

Indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa lembaga pendidikan mampu membangun daya tarik dan reputasi yang positif sehingga memperoleh tempat di hati masyarakat. Dengan demikian, mengoptimalkan minat calon peserta didik merupakan proses yang melibatkan berbagai aspek, mulai dari peningkatan mutu pendidikan, penguatan citra lembaga, pengembangan program unggulan, peningkatan kualitas pelayanan, hingga pengelolaan komunikasi yang efektif dengan masyarakat. Upaya tersebut harus dilakukan secara terencana, berkelanjutan, dan terintegrasi agar mampu

menciptakan kepercayaan serta ketertarikan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Melalui strategi yang tepat, lembaga pendidikan tidak hanya mampu meningkatkan jumlah peserta didik baru, tetapi juga memperkuat eksistensi dan daya saingnya di tengah dinamika perkembangan dunia pendidikan yang semakin kompetitif. (Maharani et al., 2023)

C. Manajemen Humas Dalam Mengoptimalkan Minat Calon Peserta Didik Baru Di Mis Sa'adatut Ittihadiyah Pulau Temiang Kabupaten Tebo Provinsi Jambi

Manajemen hubungan masyarakat (humas) merupakan salah satu aspek penting dalam pengelolaan lembaga pendidikan modern. Perkembangan dunia pendidikan yang semakin kompetitif menuntut setiap lembaga pendidikan untuk tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas pembelajaran, tetapi juga mampu membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat. Dalam konteks lembaga pendidikan, humas berfungsi sebagai penghubung antara sekolah atau madrasah dengan masyarakat, orang tua, peserta didik, pemerintah, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya. Melalui pengelolaan humas yang baik, lembaga pendidikan dapat membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta memperluas dukungan terhadap berbagai program pendidikan yang diselenggarakan. Keberadaan humas dalam lembaga pendidikan menjadi semakin penting seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pendidikan yang berkualitas. (Widiatmika, 2015)

Orang tua saat ini tidak lagi memilih sekolah hanya berdasarkan faktor kedekatan lokasi, tetapi juga mempertimbangkan berbagai aspek seperti mutu pembelajaran, kompetensi guru, prestasi peserta didik, fasilitas pendidikan, lingkungan belajar, program unggulan, serta nilai-nilai karakter yang ditanamkan kepada peserta didik. Kondisi ini menuntut setiap lembaga pendidikan untuk mampu memperkenalkan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya kepada masyarakat secara efektif dan berkelanjutan. Di sinilah manajemen humas berperan sebagai sarana strategis dalam menyampaikan informasi, membangun hubungan yang harmonis, serta membentuk persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Dalam perspektif manajemen pendidikan, humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi kepada masyarakat, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen untuk membangun komunikasi dua arah antara lembaga dan publiknya. Komunikasi dua arah tersebut memungkinkan lembaga pendidikan memperoleh masukan, kritik, saran, serta harapan masyarakat yang dapat dijadikan dasar dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan. Dengan demikian, humas menjadi bagian integral dari sistem manajemen pendidikan yang bertujuan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara lembaga pendidikan dan masyarakat. (Nafindra & Rifqi, 2022)

Salah satu tujuan utama pelaksanaan manajemen humas di lembaga pendidikan adalah mengoptimalkan minat calon peserta didik baru. Minat calon peserta didik baru merupakan kecenderungan ketertarikan yang muncul pada diri calon peserta didik dan orang tua untuk memilih suatu lembaga pendidikan sebagai tempat belajar. Minat tersebut terbentuk melalui proses pengenalan, pengamatan, penilaian, dan pertimbangan terhadap berbagai informasi yang diterima mengenai suatu lembaga pendidikan. Semakin banyak informasi positif yang diterima masyarakat mengenai kualitas dan keunggulan suatu sekolah atau madrasah, maka semakin besar pula peluang munculnya minat untuk mendaftarkan diri pada lembaga tersebut. Mengoptimalkan minat calon peserta didik baru bukanlah pekerjaan yang dapat dilakukan secara instan. Upaya tersebut memerlukan strategi yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan melalui pengelolaan humas yang profesional. Lembaga

pendidikan harus mampu membangun citra yang baik, memperkenalkan program-program unggulan, menunjukkan prestasi yang dimiliki, serta menghadirkan layanan pendidikan yang berkualitas. (Maghfiroh, 2018)

Selain itu, lembaga pendidikan juga harus mampu menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sehingga tercipta kepercayaan yang menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan orang tua ketika memilih sekolah bagi anak-anak mereka. MIS Sa'adatul Ittihadiyah Pulau Temiang Kabupaten Tebo Provinsi Jambi merupakan salah satu lembaga pendidikan dasar Islam yang berupaya mengembangkan manajemen humas sebagai sarana untuk meningkatkan minat calon peserta didik baru. Sebagai lembaga pendidikan yang berada di tengah masyarakat, madrasah memiliki tanggung jawab untuk memperkenalkan visi, misi, program, serta berbagai keunggulan yang dimiliki kepada masyarakat secara luas. Dalam pelaksanaannya, manajemen humas di MIS Sa'adatul Ittihadiyah tidak hanya berorientasi pada kegiatan promosi semata, tetapi juga diarahkan pada upaya membangun hubungan yang baik dengan orang tua, tokoh masyarakat, alumni, dan berbagai pihak yang memiliki kepedulian terhadap pendidikan. (Aris & Syukron, 2020)

Pelaksanaan manajemen humas di madrasah dilakukan melalui berbagai strategi komunikasi yang disesuaikan dengan kondisi sosial masyarakat setempat. Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan adalah sosialisasi langsung kepada masyarakat mengenai program-program pendidikan yang tersedia di madrasah. Sosialisasi ini dilakukan melalui pertemuan dengan orang tua, kunjungan ke lingkungan masyarakat, penyebaran brosur, pemasangan spanduk, serta partisipasi dalam berbagai kegiatan sosial dan keagamaan yang melibatkan masyarakat. Melalui kegiatan tersebut, masyarakat memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai keberadaan dan kualitas layanan pendidikan yang ditawarkan oleh madrasah. Selain melalui komunikasi langsung, pemanfaatan media informasi juga menjadi bagian penting dalam strategi humas madrasah. Publikasi berbagai kegiatan, prestasi peserta didik, program unggulan, serta aktivitas keagamaan yang dilaksanakan oleh madrasah dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai eksistensi dan kualitas lembaga. Informasi yang disampaikan secara terbuka dan berkelanjutan akan membentuk persepsi positif masyarakat sehingga menumbuhkan kepercayaan terhadap madrasah. (Mubarok, 2025)

Kepercayaan tersebut pada akhirnya akan mendorong meningkatnya minat orang tua untuk menyekolahkan anak-anak mereka di MIS Sa'adatul Ittihadiyah. Keberhasilan manajemen humas dalam mengoptimalkan minat calon peserta didik baru juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam membangun citra positif. Citra lembaga merupakan gambaran atau kesan yang terbentuk dalam pikiran masyarakat mengenai kualitas dan reputasi suatu sekolah atau madrasah. Citra yang baik tidak hanya dibangun melalui promosi, tetapi juga melalui kualitas layanan pendidikan yang nyata. Oleh karena itu, madrasah harus mampu menunjukkan komitmennya dalam menyediakan pendidikan yang bermutu melalui pembelajaran yang efektif, pembinaan karakter religius, peningkatan prestasi peserta didik, serta pelayanan yang profesional kepada masyarakat. Dalam konteks pendidikan Islam, citra positif juga dibangun melalui penguatan nilai-nilai keagamaan yang menjadi ciri khas madrasah. Program pembiasaan ibadah, pembelajaran Al-Qur'an, pendidikan akhlak, serta berbagai kegiatan keagamaan lainnya menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang menginginkan pendidikan yang seimbang antara aspek akademik dan pembentukan karakter. (Guntoro, 2020)

Ketika masyarakat melihat bahwa madrasah mampu menghasilkan peserta didik yang tidak hanya cerdas secara intelektual tetapi juga memiliki akhlak yang baik, maka tingkat kepercayaan terhadap lembaga akan semakin meningkat. Faktor lain yang mendukung optimalisasi minat calon peserta didik baru adalah keterlibatan seluruh warga madrasah dalam kegiatan humas. Humas bukan hanya tanggung jawab kepala madrasah atau petugas humas, tetapi merupakan tanggung jawab bersama seluruh unsur lembaga pendidikan. Guru, tenaga kependidikan, peserta didik, alumni, dan komite madrasah memiliki peran penting dalam membangun citra positif lembaga melalui perilaku, prestasi, dan kontribusi mereka di tengah masyarakat. Semakin baik hubungan yang terjalin antara warga madrasah dan masyarakat, semakin besar pula peluang meningkatnya minat masyarakat terhadap lembaga tersebut. Dalam pelaksanaannya, manajemen humas tentu menghadapi berbagai tantangan. Persaingan antar lembaga pendidikan, keterbatasan sumber daya, perubahan kebutuhan masyarakat, serta perkembangan teknologi informasi menjadi faktor yang harus direspons secara bijaksana. (Fatmawati, 2021)

Oleh karena itu, madrasah perlu terus melakukan inovasi dalam strategi komunikasi dan pelayanan agar mampu mempertahankan kepercayaan masyarakat. Evaluasi secara berkala terhadap program humas juga perlu dilakukan untuk mengetahui tingkat efektivitas kegiatan yang telah dilaksanakan sekaligus mengidentifikasi berbagai aspek yang perlu diperbaiki. Dengan demikian, manajemen humas dalam mengoptimalkan minat calon peserta didik baru merupakan proses pengelolaan komunikasi yang dilakukan secara terencana, terorganisasi, dan berkelanjutan untuk membangun hubungan yang harmonis antara madrasah dan masyarakat. Melalui manajemen humas yang efektif, MIS Sa'adatul Ittihadiah Pulau Temiang Kabupaten Tebo Provinsi Jambi dapat memperkuat citra positif lembaga, meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperkenalkan berbagai keunggulan yang dimiliki, serta menarik minat calon peserta didik baru. Keberhasilan upaya tersebut tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah peserta didik, tetapi juga pada penguatan eksistensi dan daya saing madrasah dalam memberikan layanan pendidikan yang berkualitas bagi masyarakat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen humas di MIS Sa'adatul Ittihadiah Pulau Temiang Kabupaten Tebo Provinsi Jambi telah dilaksanakan melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi secara cukup baik. Perencanaan humas dilakukan dengan menyusun program yang bertujuan memperkenalkan visi, misi, program unggulan, dan keunggulan madrasah kepada masyarakat. Pelaksanaannya melibatkan seluruh unsur madrasah, seperti kepala madrasah, guru, tenaga kependidikan, komite, dan alumni dalam membangun citra positif lembaga. Strategi humas dilakukan melalui sosialisasi kepada masyarakat, penyebaran media promosi, pemanfaatan media sosial, serta publikasi berbagai kegiatan dan prestasi madrasah. Upaya tersebut terbukti mampu meningkatkan pengetahuan dan kepercayaan masyarakat terhadap MIS Sa'adatul Ittihadiah, sehingga berdampak pada meningkatnya minat calon peserta didik baru untuk mendaftar di madrasah tersebut. Meskipun masih terdapat kendala, seperti keterbatasan sarana promosi dan belum optimalnya pemanfaatan media digital, secara keseluruhan manajemen humas telah memberikan kontribusi positif dalam membangun citra madrasah, memperkuat hubungan dengan masyarakat, dan mengoptimalkan minat calon peserta didik baru. Oleh karena itu, penguatan

inovasi promosi dan pemanfaatan teknologi informasi perlu terus dilakukan guna meningkatkan efektivitas kegiatan humas di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Abdullah, R., & Afgani, M. W. (2023). Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer Survey Design : Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1), 31–39.
- Ahmad, S. (2013). Perluasan dan Pemerataan Akses Kependidikan Daerah 3T. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v1i2.4603.154>
- Alamsyah, A. S., Setiabudi, D. I., & Humaeroh, I. (2024). Revitalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak Dalam Menyikapi Bullying Di Madrasah Ibtidaiyah Ma'had Al-Zaytun. *Cendekia Pendidikan*, 4(4), 50–54. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/sindorocendikiapendidikan/article/view/5907/5444>
- Anwas, O. M. (2015). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Pesantren Rakyat Sumber Pucung Malang. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 21(3), 207–220. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v21i3.187>
- Aris, A., & Syukron, S. (2020). Perbandingan Metode Bandongan Dan Sorogan Dalam Memahami Kitab Safinatunnajah. *Tsaqafatuna*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.54213/tsaqafatuna.v2i1.37>
- Chairy, A., & Istiqomah, I. (2022). Implementasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam pada Masa Pandemi Covid-19. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(2), 519–525. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i2.449>
- Dongoran, F. R., Naddya, A., Nuraini, N., Aisah, N., Susanti, S., & Ridho, A. M. (2023). Monitoring dan Evaluasi terhadap Peningkatan Kinerja Guru di SMP Terpadu Al-Farabi Tanjung Selamat. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai*, 5(1), 1891–1898. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i1.11238>
- Fatmawati, I. (2021). Peran Guru Dalam Pengembangan Kurikulum Dan Pembelajaran. *Revorma, Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 1(1), 20–37. <http://ejournal-revorma.sch.id>
- Guntoro, G. (2020). Supervisi Pengawas dan Kepemimpinan Kepala Sekolah sebagai Stimulus dalam Meningkatkan Kinerja Guru. *Jurnal Ilmiah Iqra'*, 14(1), 64. <https://doi.org/10.30984/jii.v14i1.1100>
- Hamzah, S. I., Djuko, R. U., & Juniarti, Y. (2020). Asesmen terhadap Anak Berkebutuhan Khusus (Abk) strategi yang dapat membuat peserta didik nyaman dalam mengikuti proses. *JAMBURA Early Childhood Education Journal*, 28–42. <https://ejournal-fip-ung.ac.id/ojs/index.php/jecej/article/view/120/58>
- Maghfiroh, L. (2018). Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan Madrasah melalui Total Quality Management (TQM) di Madrasah Ibtidaiyah Wahid Hasyim Yogyakarta. *TA'LIM : Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 1(1), 19–39. <https://doi.org/10.52166/talim.v1i1.623>
- Maharani, N. P. L. K., Priyandari, P. R., & Kartika, I. A. (2023). Strategi Optimalisasi Komunikasi Intrapersonal Dan Interpersonal Di Kalangan Gen Z Dalam Pembangunan Menuju Era Industri 5.0. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 328–336. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/pilar/article/view/6150/4687>
- Mahmudah, F. N., & Putra, E. C. S. (2021). Tinjauan pustaka sistematis manajemen pendidikan: Kerangka konseptual dalam meningkatkan kualitas pendidikan era 4.0. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 9(1), 43–53. <https://doi.org/10.21831/jamp.v9i1.33713>
- Mubarak, A. J. (2025). Bimbingan dan konseling dalam meningkatkan kemandirian belajar peserta didik di sdn margasari. *Jurnal Tahsinia*, 6(4), 609–625.

- <https://jurnal.rakeyansantang.ac.id/index.php/th/article/view/660/482>
- Nafindra, I. B., & Rifqi, A. (2022). Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada Jenjang Sekolah Dasar dan Menengah. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(3), 551–565.
- Novita Mona. (2016). Sarana Dan Prasarana Yang Baik Menjadi Bagian Ujung Tombak Keberhasilan Lembaga. *Ilmiah Mahasiswa*, 1, 2.
- Nurhayati, N., & Saeful Rahmat, P. (2023). Kebijakan dan Implementasi Manajemen Pembiayaan dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di Sekolah. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2498–2505. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i4.314>
- Setiawan, A. G., Supriadi, U., & Abdullah, M. (2024). Pembinaan Akhlak Siswa Melalui Ekstrakurikuler Kelompok Remaja Masjid. *Urnal Intelektualita: Keislaman, Sosial, Dan Sains*, 13(2018). <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v13i2.24832>
- Setiawan, D., Karuniawati, E. A. D., & Janty, S. I. (2023). Peran Chat Gpt (Generative Pre-Training Transformer) Dalam Implementasi Ditinjau Dari Dataset. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(3), 9527–9539. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/3286>
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
- Urip Umayah, & Riwanto, M. A. (2020). Transformasi Sekolah Dasar abad 21 New Digital Literacy untuk Membangun Karakter Siswa di Era Global. *JURNAL PANCAR (Pendidik Anak Cerdas Dan Pintar)*, 4(1), 1–10. <http://ejournal.unugha.ac.id/index.php/pancar/article/view/308>
- Widiatmika, K. P. (2015). Manajemen Strategi Pendidikan (formulasi, Impelementasi dan Pengawasan). *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning: Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau*, 16(2), 39–55. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/1430/1/Nur_Kholis_Manajemen_Strategi_Pendidikan.pdf