

PELATIHAN PUBLIC SPEAKING SEBAGAI DASAR KONSEP PUBLIC RELATIONS BAGI PARA GURU SMA 4 KOTA SERANG UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS DAN KETERAMPILAN KOMUNIKASI

Intan Nabila Azhar¹, Alif Idzatulloh², Tubagus Ade Rahmat Hidayatullah³, Arfian Suryasuciramdhan⁴, Meiby
Zulfikar⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Bina Bangsa

Email: Intannabilaazhar6@gmail.com

ABSTRAK

Public Relation (PR) dalam lembaga pendidikan memegang peran penting dalam menjaga hubungan yang baik antara sekolah dan masyarakat. Dengan merancang hubungan yang baik, sekolah dapat memperoleh dukungan dari masyarakat serta membangun citra yang positif. Public Relation dalam konteks pendidikan berfungsi sebagai sarana komunikasi yang penting untuk memberikan informasi tentang sekolah kepada masyarakat. Dengan demikian, masyarakat dapat memahami dengan lebih baik visi, misi, dan kegiatan yang dilakukan oleh sekolah. Pelatihan Public Relation bagi pengelola sekolah adalah langkah penting untuk memberikan pemahaman dan meningkatkan keterampilan dalam bidang tersebut. Dengan demikian, mereka dapat membangun citra positif sekolah kepada masyarakat dan mempengaruhi publik untuk memilih sekolah tersebut sebagai favorit. Ini akan membantu meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah tersebut. kemudian Hasil akhir dari pengabdian ini adalah kemampuan sekolah untuk merancang kegiatan Public Relation yang efektif. Dengan demikian, para pengambil kebijakan di sekolah dapat menggunakan strategi tersebut untuk membangun citra positif dan meningkatkan mutu pendidikan, serta memperkuat hubungan dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

Kata Kunci: Pelatihan, Public Speaking, Keterampilan Komunikasi

ABSTRACT

Public Relations (PR) in educational institutions plays a crucial role in maintaining good relationships between schools and the community. By designing good relationships, schools can gain community support and build a positive image. Public Relations in the educational context serves as an important communication tool to provide information about the school to the public. Consequently, the community can better understand the school's vision, mission, and activities. Training in Public Relations for school administrators is a crucial step to provide understanding and enhance skills in this field. Thus, they can build a positive image of the school to the public and influence the public to choose the school as a favorite. This will help improve the reputation and trust of the community towards the school. The final result of this service is the school's ability to design effective Public Relations activities. Consequently,

policymakers at the school can use these strategies to build a positive image and improve the quality of education, as well as strengthen relationships with the community and other stakeholders.

Keyword: *Training, Public Speaking, Communications Skill*

PENDAHULUAN

Citra positif sekolah sangat penting untuk menarik minat masyarakat agar memasukkan anak-anak mereka ke dalamnya dan berpartisipasi aktif dalam pengembangan sekolah. Dengan citra yang positif, sekolah dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata masyarakat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan partisipasi serta dukungan dari orang tua dan masyarakat secara keseluruhan. (Afkarina, 2018). Dengan memiliki visi dan misi yang jelas, sekolah dapat merancang kegiatan hubungan publik yang sesuai dan konsisten dengan tujuan mereka. Hal ini membantu memastikan bahwa setiap kegiatan PR yang dilakukan oleh sekolah mendukung dan memperkuat citra positif serta mencerminkan nilai-nilai yang dipegang oleh sekolah. (Mundiri, 2016). Peran Public Relation dalam lembaga pendidikan sebagai jembatan atau mediasi antara sekolah dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan hubungan yang serasi dan harmonis. Dengan merancang hubungan yang baik dengan berbagai elemen masyarakat, sekolah dapat memperoleh dukungan yang lebih besar serta membangun hubungan yang positif dan berkelanjutan.

Public Relation dalam konteks lembaga pendidikan, seperti sekolah, melibatkan serangkaian pengelolaan yang berfokus pada hubungan antara kegiatan sekolah dan masyarakat. Tujuannya adalah untuk mendukung proses pembelajaran dan meningkatkan mutu pendidikan dengan membangun hubungan yang baik antara sekolah dan masyarakat, serta memperoleh dukungan yang diperlukan untuk mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan. (Baharun, 2015). Sekolah perlu memaksimalkan manajemen Public Relation untuk memelihara dan meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat. Dengan cara ini, sekolah dapat memastikan dukungan yang berkelanjutan dari masyarakat serta menciptakan lingkungan yang kondusif bagi proses pembelajaran dan pengembangan siswa (Mukarom & Laksana, 2015). Tepat sekali! Salah satu tugas penting Public Relation dalam konteks pendidikan adalah untuk meyakinkan masyarakat

tentang peran penting sekolah dalam mencapai tujuan pendidikan dan juga memahami kehendak serta keinginan masyarakat tersebut. Dengan membangun komunikasi yang efektif dan transparan, sekolah dapat memperoleh dukungan yang lebih besar dari masyarakat untuk mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan bersama-sama.

Public Relation memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan program kerja sekolah kepada publik. Melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media massa, situs web, media sosial, dan acara komunitas, PR membantu menyampaikan informasi tentang program-program pendidikan, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi siswa, dan inisiatif sekolah lainnya kepada masyarakat. Ini membantu membangun pemahaman dan dukungan dari masyarakat terhadap upaya-upaya yang dilakukan oleh sekolah untuk meningkatkan mutu pendidikan. (Priandono, 2019).

Memang benar bahwa dalam beberapa kasus, bagian Public Relation atau Humas di dalam sekolah masih belum dimaksimalkan dengan baik dan seringkali dianggap hanya sebagai penyampai informasi administratif. Hal ini dapat mengurangi potensi Public Relation untuk berperan sebagai jembatan antara sekolah dan masyarakat, serta untuk membangun hubungan yang lebih kuat dan bermakna. Oleh karena itu, penting bagi sekolah untuk melihat kembali peran Public Relation dan memberikan perhatian lebih dalam mengembangkannya, termasuk dalam hal komunikasi strategis, membangun citra positif, dan memperluas keterlibatan dengan masyarakat secara keseluruhan. Memang benar bahwa jika Public Relation di dalam sekolah hanya difokuskan pada tugas-tugas administratif dan tidak digunakan secara maksimal untuk membangun citra sekolah, maka pengaruhnya dalam hal ini bisa menjadi terbatas. Namun, ketika Public Relation dimanfaatkan dengan baik sebagai alat strategis untuk berkomunikasi dengan masyarakat, mempromosikan prestasi sekolah, mengelola isu-isu yang sensitif, dan memperluas keterlibatan dengan pemangku kepentingan, maka dapat memberikan pengaruh yang signifikan dalam membangun citra positif dan meningkatkan reputasi sekolah. Oleh karena

itu, penting bagi sekolah untuk memperhatikan pengembangan peran dan fungsi Public Relation guna memberikan dampak yang lebih besar dalam memperkuat citra sekolah.

Kesuksesan dari kegiatan Public Relation di sekolah tercermin dalam citra positif yang dibangun di masyarakat. Dengan memperhatikan komunikasi yang efektif, mempromosikan prestasi, dan membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat, sekolah dapat memperoleh brand image atau karakteristik tersendiri yang membedakannya dari lembaga pendidikan lainnya. Brand image yang kuat akan membantu sekolah dalam menarik minat calon siswa, mendapatkan dukungan dari masyarakat, dan memperoleh reputasi yang baik di mata publik. (Wijaya & Al-Amin, 2020). Hubungan antara sekolah dan publik melalui kegiatan Public Relation dapat dimaknai sebagai sarana komunikasi yang penting untuk memberikan informasi tentang sekolah kepada masyarakat. Melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media massa, situs web, media sosial, dan kegiatan komunitas, Public Relation membantu menyebarkan informasi tentang program pendidikan, kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan inisiatif lainnya kepada masyarakat. Ini membantu membangun pemahaman yang lebih baik tentang sekolah dan memperkuat hubungan antara sekolah dengan publiknya. Komunikasi yang baik tidak hanya dirasakan oleh orang tua peserta didik, tetapi juga oleh masyarakat luas. Ketika sekolah mampu menjalin hubungan yang positif dan efektif dengan masyarakat luar melalui kegiatan Public Relation, ini dapat memengaruhi persepsi dan citra sekolah di mata publik. Dengan demikian, publik mungkin lebih cenderung memilih sekolah tersebut sebagai favorit untuk pendidikan anak-anak mereka atau memberikan dukungan dalam berbagai bentuk kepada sekolah. Menerapkan strategi Public Relation yang baik adalah salah satu elemen kunci untuk meraih kesuksesan dalam membangun citra positif sekolah di mata masyarakat. Citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra merupakan dunia menurut persepsi. Secara umum citra dapat diartikan sebagai gambaran yang diperoleh dari lingkungan di sekitar maupun pihak lain sebagai hasil dari pengalaman dan pengetahuan tentang suatu objek (Laksana, Ferdiana, & Falah, 2023). Dengan mengembangkan strategi komunikasi yang

efektif, mempromosikan keunggulan sekolah, dan membangun hubungan yang kuat dengan berbagai pemangku kepentingan, sekolah dapat meningkatkan reputasi mereka dan menarik minat publik untuk memilihnya sebagai sekolah favorit.

Public Relation memiliki peran yang krusial dalam menyeimbangkan informasi agar tidak merugikan kepentingan dan rencana lembaga sekolah. Dengan memastikan komunikasi yang transparan, akurat, dan sesuai dengan nilai serta tujuan pendidikan yang telah ditetapkan, PR membantu menjaga nama baik dan eksistensi sekolah. Hal ini juga membantu membangun kepercayaan dari masyarakat serta memastikan dukungan yang diperlukan dalam mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. (Mahfuzah & Anshari, 2018). Mengenal publik yang menjadi sasaran adalah langkah awal yang sangat penting dalam kegiatan Public Relation di sekolah. Dengan memahami siapa target audiensnya, seperti orang tua siswa potensial, masyarakat lokal, atau pemangku kepentingan lainnya, sekolah dapat merancang program-program dan promosi sekolah yang tepat sasaran. Ini membantu meningkatkan efektivitas komunikasi, memperoleh respons yang lebih positif dari publik, dan memastikan bahwa upaya PR sekolah mendukung pencapaian tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. Sumber daya manusia yang kreatif dan proaktif memegang peran penting dalam menjalankan kegiatan Public Relation di sekolah. Mereka perlu memiliki kemampuan untuk berpikir kreatif dalam merancang strategi komunikasi yang menarik dan efektif, serta proaktif dalam menghadapi tantangan dan peluang yang muncul. Dengan demikian, mereka dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam membangun citra positif sekolah dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dengan sekolah.

SMA 4 Kota Serang yang menawarkan pendidikan kejuruan di bidang pertanian merupakan aset yang berharga bagi masyarakat di sekitarnya. Dengan menyediakan pendidikan vokasi, sekolah tersebut memberikan kesempatan bagi siswa untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan industri pertanian, yang bisa menjadi modal berharga untuk masa depan mereka. Ini juga mencerminkan komitmen sekolah dalam mendukung

pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan pasar kerja lokal. Dengan menggunakan strategi Public Relation yang tepat, sekolah dapat mempromosikan program-program unggulan mereka kepada masyarakat sehingga dapat menarik minat calon siswa dan membangun citra positif di mata publik. Pelatihan Public Relation bagi pengelola SMA 4 Kota Serang akan memberikan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan untuk efektif berkomunikasi dengan masyarakat dan mempromosikan program-program unggulan sekolah. Pelatihan ini sebagai pengabdian masyarakat merupakan pendekatan pembelajaran berbasis aksi di mana para akademisi dan mitra masyarakat terlibat langsung dalam pemecahan masalah dan menghadapi tantangan riil di lapangan (Juhandi, et al., 2023). Melalui pelatihan ini, kepala sekolah, wakil kepala sekolah, staf humas, dan guru-guru dapat belajar strategi komunikasi yang efektif, mengembangkan keterampilan dalam membangun hubungan dengan media, serta memahami pentingnya keterbukaan dan transparansi dalam komunikasi sekolah-masyarakat. Strategi juga dapat diartikan sebagai pola yang mengacu kepada misi, tujuan dan objektif strategi program dan kebijakan serta metode yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi (Laksana et al., 2024). Dengan demikian, mereka dapat membantu SMA 4 Kota Serang dalam membangun citra positif yang kuat di mata masyarakat dan menarik minat calon siswa untuk bergabung dengan sekolah. Melibatkan berbagai pihak di sekolah, pelatihan ini akan membantu membangun kesadaran dan kapasitas kolektif dalam hal Public Relation dan meningkatkan kemampuan sekolah dalam membangun hubungan yang positif dengan masyarakat.

METODE

Pada kegiatan pelatihan ini para akademisi Dosen Ilmu Komunikasi yang berasal dari Universitas Bina Bangsa menjadi pendamping dalam pelatihan, yang dimana memberikan pelatihan kepada para dewan guru SMA 4 Kota Serang dalam mempelajari teknik berkomunikasi yang baik dalam konsep dasar public relations.

Tabel 1

Pemateri dan Alokasi Waktu Pelatihan

No	Materi Pelatihan	Instruktur	Tempat
1.	Konsep dasar PR	Ir. Endang Sri S, M.Pd	Aula SMAN 4
2.	Komunikasi Dalam PR	Yati Nurhayati, M.Si	Aula SMAN 4
3.	Strategi dan Model Pengelolaan PR	Dede Hendrayani, S.Pd	Aula SMAN 4
4.	Berbicara di Depan Umum	Dian Eka S.Pd	Aula SMAN 4
5.	Memberikan Informasi Kepada Media	Sri Yanti, S.Pd	Aula SMAN 4
6.	Komunikasi Interpersonal	Meybi Zulfikar, M.I.Kom	Aula SMAN 4
7.	Promosi <i>Brand Awareness</i>	Arfian Suryasuciramadhan	Aula SMAN 4

Pada tabel diatas merupakan para akademisi dan beberapa ahli dibidangnya sesuai yang diberikan kesempatan untuk memberikan pelatihan kepada para guru-guru SMA 4 Kota Serang. Selain itu, dari beberapa kegiatan tersebut menjadi salah satu pengabdian kepada masyarakat untuk memberikan pengetahuan dan mengembangkan masyarakat yang terampil dalam berkomunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dunia pendidikan sangat mengedepankan citra positif yang dimiliki oleh setiap sekolah, demi menarik daya minat masyarakat untuk bisa memilih SMA 4 Kota Serang. Selain berupaya dalam menjaring para peminat siswa untuk bisa bersekolah di sekolah tersebut. Media pun menjadi pilihan setiap sekolah untuk melakukan promosi kepada sekolah-sekolah. Perkembangan terbaru dari Web 2.0 yaitu media sosial yang mampu meningkatkan efisiensi serta efektivitas komunikasi publik (Arasid et al., 2023). Berbagai organisasi dan semua lembaga menggunakan sebagian besar waktu, tenaga dan biaya untuk berkomunikasi dengan pelanggan terkait

marketing atau pemasaran, baik promosi produk, promosi penjualan dan publisitas melalui media (Sari et al., 2024).

Sasaran latihan dari kegiatan Pelatihan Public Relation untuk SMAN 4 Kota Serang termasuk:

1. Kepala Sekolah: Memberikan pemahaman tentang pentingnya Public Relation dalam membangun hubungan dengan masyarakat, serta strategi untuk meningkatkan citra sekolah dan keterlibatan masyarakat.
2. Wakil Kepala Sekolah, terutama bidang Humas atau kerjasama: Memberikan keterampilan praktis dalam merancang dan melaksanakan kegiatan Public Relation, serta mengelola hubungan dengan media dan pemangku kepentingan lainnya.
3. Pendidik atau Tenaga Kependidikan yang berada di bagian Public Relation atau Humas: Meningkatkan pemahaman tentang konsep dan prinsip dasar Public Relation, serta memberikan keterampilan dalam komunikasi efektif dan pengelolaan informasi.
4. Guru: Memberikan pemahaman tentang peran mereka dalam mendukung upaya Public Relation sekolah, serta memberikan keterampilan dalam berkomunikasi dengan orang tua dan masyarakat.
5. Staf Tata Usaha: Memahami peran mereka dalam mendukung kegiatan Public Relation sekolah, seperti mengelola informasi dan menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan eksternal.

Dalam konteks pengabdian Pelatihan Public Relation, subjeknya adalah pimpinan sekolah, pendidik, dan tenaga kependidikan. Mereka adalah penerima langsung dari pelatihan ini dan akan menjadi agen perubahan di sekolah dalam mengimplementasikan praktik-praktik Public Relation yang baru dipelajari. Pimpinan sekolah, seperti kepala sekolah dan wakil kepala sekolah, memiliki peran penting dalam mengarahkan strategi komunikasi sekolah dengan masyarakat. Pendidik dan tenaga kependidikan juga berperan dalam menjalin hubungan yang baik dengan siswa, orang tua, dan masyarakat secara umum. Dengan pelatihan ini, mereka akan diberi keterampilan dan pemahaman yang diperlukan untuk membangun citra positif sekolah dan

meningkatkan keterlibatan masyarakat. Pendekatan yang Anda sebutkan adalah cara yang baik untuk menyampaikan materi dalam pelatihan Public Relation. Berikut adalah penjelasan singkat tentang metode yang diusulkan:

1. Ceramah: Memberikan informasi secara langsung kepada peserta oleh instruktur atau pemimpin pelatihan. Ini berguna untuk memberikan pemahaman dasar tentang konsep-konsep Public Relation dan kerangka kerja yang relevan.
2. Diskusi Kelompok Besar: Memungkinkan peserta untuk berbagi pemikiran, pengalaman, dan ide-ide mereka tentang topik tertentu yang sedang dibahas. Ini dapat mempromosikan kolaborasi dan pertukaran gagasan antara peserta.
3. Diskusi Kelompok Kecil: Memberikan kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi secara lebih intim dan mendalam tentang topik tertentu dalam kelompok yang lebih kecil. Ini memungkinkan diskusi yang lebih terfokus dan memberikan ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan pemikiran dengan lebih bebas.
4. Presentasi Individu dan Kelompok: Memberikan kesempatan bagi peserta untuk berbagi pengetahuan atau hasil pembelajaran mereka dengan yang lainnya. Presentasi individu memungkinkan peserta untuk mengeksplorasi topik yang mereka minati secara lebih mendalam, sementara presentasi kelompok mempromosikan kerjasama dan pemahaman bersama.

Dengan kombinasi metode ini, peserta dapat mendapatkan pengalaman pembelajaran yang beragam dan mendalam, serta memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam praktik Public Relation. Menyertakan pelatihan baik secara individu maupun kelompok adalah pendekatan yang komprehensif dan efektif dalam mempersiapkan peserta untuk mengimplementasikan praktik Public Relation. Berikut adalah beberapa manfaat dari pendekatan ini:

1. Pengembangan Keterampilan Individu: Melalui pelatihan individu, peserta dapat fokus pada pengembangan keterampilan pribadi mereka dalam bidang Public Relation. Ini

memungkinkan mereka untuk menyesuaikan pembelajaran dengan kebutuhan dan minat pribadi mereka, serta meningkatkan pemahaman mereka secara mendalam tentang konsep-konsep yang dibahas.

2. Pengembangan Keterampilan Kolaboratif: Melalui pelatihan kelompok, peserta dapat belajar bekerja sama dalam tim, berkolaborasi, dan berbagi ide dengan orang lain. Ini penting karena praktik Public Relation sering melibatkan kerja tim dan koordinasi antara berbagai pemangku kepentingan.
3. Peningkatan Komunikasi: Baik dalam pelatihan individu maupun kelompok, peserta akan memiliki kesempatan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. Mereka akan belajar bagaimana menyampaikan ide-ide mereka dengan jelas dan efektif, baik dalam konteks presentasi maupun diskusi.
4. Pemberian Dukungan dan Umpan Balik: Pelatihan baik secara individu maupun kelompok memungkinkan para peserta untuk mendapatkan dukungan dan umpan balik yang dibutuhkan dari instruktur dan sesama peserta. Ini dapat membantu mereka untuk terus meningkatkan keterampilan mereka sepanjang pelatihan.

Pelatihan yang holistik yang mencakup baik aspek individu maupun kelompok, peserta dapat siap untuk menghadapi berbagai tantangan dalam praktik Public Relation dan bekerja secara efektif dalam konteks sekolah dan masyarakat. Hasil akhir dari pelatihan Public Relation bagi pengelola SMA 4 Kota Serang adalah kemampuan mereka untuk merancang dan melaksanakan kegiatan Public Relation yang efektif. Dengan demikian, sekolah dapat memperoleh dukungan yang lebih besar dari masyarakat, membangun citra positif yang kuat, dan meningkatkan mutu pendidikan secara keseluruhan. Kegiatan dan pelatihan ini, dapat meningkatkan segala kemampuan (skill) di setiap individu demi mendapatkan kualitas diri dengan mengikuti pelatihan, pendidikan formal dan informal (Masriyadi et al, 2023). Rancangan kegiatan Public Relation ini akan menjadi panduan bagi para pengambil kebijakan di sekolah dalam memastikan

bahwa upaya komunikasi sekolah dengan masyarakat berjalan dengan baik dan mendukung pencapaian tujuan pendidikan yang telah ditetapkan.

KESIMPULAN

Pada kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan baik dan manfaat dari Public Relation dalam konteks pendidikan. Inilah cara di mana Public Relation dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mendukung kesuksesan sekolah:

1. Mengatur Hubungan dengan Orang Tua, Komite Sekolah, dan Stakeholder Lainnya: Public Relation membantu sekolah dalam menjaga hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan orang tua siswa, komite sekolah, dan pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan dengan sekolah. Ini penting untuk memastikan kerjasama yang baik dalam mendukung pembelajaran dan pengembangan siswa.
2. Memelihara dan Mengembangkan Hubungan dengan Lembaga Pemerintah, Swasta, dan Organisasi Nasional: Public Relation membantu sekolah dalam membangun jaringan dan kemitraan dengan lembaga pemerintah, perusahaan swasta, dan organisasi nasional yang dapat mendukung program-program sekolah dan memfasilitasi akses terhadap sumber daya tambahan.
3. Memberikan Pengertian kepada Masyarakat tentang Fungsi Sekolah melalui Berbagai Macam Teknik Komunikasi: Melalui berbagai teknik komunikasi seperti narasumber, majalah sekolah, surat kabar, media sosial, dan lain-lain, Public Relation membantu sekolah dalam menyampaikan informasi yang jelas dan menyeluruh tentang visi, misi, program-program, dan prestasi sekolah kepada masyarakat. Ini membantu meningkatkan pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap peran dan kontribusi sekolah dalam pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

Afkarina, N.I. (2018). Strategi Komunikasi Humas dalam Membentuk Public Opinion Lembaga

- Pendidikan. Jurnal Idaarah Volume 2 Nomor 1 hal. 50-63.
- Arasid, M. I., Wahyiah, I. R., & Laksana, A. (2023). Peran Media Sebagai Sarana Untuk Meningkatkan Partisipasi Politik. *Turast: Jurnal Penelitian & Pengabdian*, 11(2), 173–184. <https://doi.org/10.15548/turast.v11i2.6824>
- Baharun, H. (2015). Penerapan Pembelajaran Active Learning untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa di Madrasah. *Jurnal Pendidikan Pedagogik* Volume 1 Nomor 1 hal. 34-56.
- Juhandi; Laksana, April; Faturohman; Khodijah, Ina; Ferdiana, R. (2023). Literasi digital: sinergitas tni, polri dan akademisi pada kajian pengabdian kepada masyarakat dari perspektif remaja milenial sebagai pengguna media sosial dalam pandangan hukum di sma 1 mancak kabupaten serang. In *Seminar Umum Pengabdian Kepada Masyarakat (SEUMPAMA)* (Vol. 1, pp. 136–145).
- Laksana, A., Ferdiana, R., & Falah, M. (2023). Strategi Komunikasi Organisasi Motor XTC dalam Membangun Citra Positif di Masyarakat Kota Serang. *ANTASENA: Governance and Innovation Journal*, 1(2), 60–69. <https://doi.org/10.61332/antasena.v1i2.116>
- Laksana, A., Ferdiana, R., & Hanafi, M. (2024). Strategi Komunikasi Dinas Perhubungan Kota Serang dalam Sosialisasi Kebijakan Program Sistem Satu Arah Jalan Kaujon Serang. *PANDITA: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 7(1), 1–15. <https://doi.org/10.61332/ijpa.v7i1.120>
- Mahfuzhah, H. & Anshari. (2018). Media Publikasi Humas dalam Pendidikan. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Volume 2 Nomor 2 hal. 137-149.
- Masriyadi, M., Isnarini, E., Naibaho, Y. B., Sari, J., & Laksana, A. (2023). Minat Belajar Anggota Serikat Pekerja Nasional dalam Meningkatkan Kinerja dan Kualitas Diri (Studi Kasus Mahasiswa Kelas Malam SPN di Universitas Bina Bangsa Bangsa). *Journal on Education*, 5(3), 10053–10063. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1888>
- Mukarom, Z. & M.W. Laksana. (2015). *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mundiri, A. (2016). Strategi Lembaga Pendidikan Islam dalam Membangun Branding Image. *Jurnal Pendidikan Pedagogik* Volume 3 Nomor 2 hal. 58-72.
- Pebriany, S.A & N. Sanusi. (2020). Peran Kepala dan Komite Sekolah dalam Membangun Citra Positif Madrasah Diniyah. *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi* Volume 01 Nomor 02 hal. 92- 101.
- Priandono, F. (2019). Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan. *At-Ta' lim: Media Informasi Pendidikan Islam* Volume 18 Nomor 2 hal. 391- 410.
- Rahman, F. (2020). Strategi Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam: Peran Humas di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Nurul Jadid Paiton Probolinggo Volume 1 Nomor 2 hal. 56- 71.
- Sari, N. J., Rahmanda, E., F, F. Y., & Putri, S. T. (2024). Komunikasi Korporasi Pada Era Society 5 . 0. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 86–98. Retrieved from

<https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>

Suhartono. (2020). Humas Perspektif Manajemen Berbasis Sekolah. *Jurnal Paedagogie* Volume 8 Nomor 1 hal. 45-56.

Syam, A.R & M.C. Hidayat. (2020). Peran Bagian Public Relation dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan di Era Otonomi Pendidikan. *Tadarus: Jurnal Pendidikan Islam* Volume 8 Nomor 1 hal. 1-17.

Wijaya, I.S & M. Al-Amin. (2020). Strategi Public Relation dalam Pengembangan Brand Image Sekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Kota Samarinda. *Lentera* Volume IV Nomor 2 hal. 152-169.