

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen hubungan masyarakat adalah salah satu hal yang sangat penting dalam suatu lembaga atau instansi termasuk lembaga pendidikan, karena manajemen hubungan Masyarakat sendiri mempunyai tujuan untuk membangun komunikasi dan juga sebagai sarana informasi antara pihak lembaga atau organisasi dengan Masyarakat sehingga mampu menciptakan iklim hubungan yang harmonis antara keduanya.

Didalam lembaga pendidikan manajemen hubungan Masyarakat mempunyai tujuan penting sebagai sarana komunikasi dan informasi antara pihak sekolah dan juga masyarakat baik sebagai orang tua siswa ataupun sebagai masyarakat umum. Hubungan antara sekolah dan masyarakat sangat bergantung pada pengelolaan manajemen hubungan masyarakat disekolah sehingga mampu menciptakan hubungan yang harmonis antara masyarakat dan sekolah, sehingga sekolah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dengan otomatis citra sekolah tersebut akan meningkat khalayak masyarakat umum.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 pasal 7 ayat 1 menjelaskan bahwa sekolah sebagai lembaga pendidikan

mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi tentang kegiatan sekolah dan juga perkembangan anak disekolah kepada orang tua.¹

Hal ini menggambarkan bahwa orang tua membutuhkan informasi tentang sekolah dan informasi kegiatan yang ada disekolah sebagai sarana untuk melihat perkembangan siswa disekolah dan juga menentukan sekolah yang menjadi pilihan.

Kepercayaan masyarakat terhadap sekolah bisa ditingkatkan dengan cara sekolah memiliki karakteristik dan khas yang mencirikan dan membedakan suatu lembaga sekolah dengan sekolah yang lain dan juga bisa dilakukan dengan penanaman persepsi publik terhadap masyarakat sehingga citra yang baik dapat diterima oleh sekolah. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Elyus dan Soleh bahwa Dengan adanya penggunaan teknologi media sosial akan memudahkan hubungan komunikasi dan pemberian sudut pandang masyarakat terhadap sekolah.²

Pada era digital saat ini persaingan antara lembaga pendidikan terus terjadi selain untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan, persaingan juga bertujuan untuk menarik minat masyarakat sebagai konsumen jasa pendidikan. Dengan kondisi seperti itu sekolah membutuhkan strategi yang dapat digunakan dalam pengelolaan media sosial yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan sekolah.

¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003

² Elyus and Soleh, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19," *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*,9(2), (2021), 287

Lembaga pendidikan melakukan peningkatan citra sekolah melalui sistem informasi digital yang hari ini sangat mudah dilakukan oleh lembaga pendidikan, dimana publik atau masyarakat yang menjadi target pasar lembaga pendidikan juga mendapatkan akses informasi dengan mudah lewat informasi digital yang dilakukan oleh lembaga sekolah. Penggunaan Sosial Media membuat jarak antara pihak institusi yang memperkenalkan aktifitas institusi kepada pihak yang tertarik menjadi lebih dekat. Zaman sekarang, masyarakat dunia maya lebih menyukai untuk menggunakan sosial sebagai media penyampaian informasi kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan institusi, ciri khas yang dimiliki oleh institusi³

Salah satu sistem informasi digital adalah media sosial yang dimana media sosial bisa menjangkau lebih cepat dan lebih luas untuk menyampaikan informasi. Pemanfaatan media sosial sangat penting untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan atau sekolah, maka dibutuhkan manajemen hubungan masyarakat agar pemanfaatan media sosial dapat berjalan senada dan seirama sesuai dengan tujuan lembaga pendidikan atau sekolah. Hal ini sejalan dengan penelitian Sholihah menjelaskan bahwa ruang lingkup strategi manajemen yang merupakan salah satu penentu

³ Wenni Syafitri, "Pelatihan Branding Sekolah Pada Sosial Media Di SMP IT Madani," *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, no. 1 (2019), 158.

keberhasilan sekolah mengenalkan citra positif sekolah sehingga menumbuhkan persepsi dan *image* baik di publik.⁴

Badan pusat statistik (BPS) pada tahun 2018 melakukan survei tentang penggunaan teknologi informasi dan komunikasi disektor pendidikan yang dilakukan terhadap 4.014 sekolah sekolah yang tersebar di 34 Provinsi dengan data yang dihasilkan berdasarkan jenjang pendidikan dari tingkat Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan persentasi SD dan sederajat 64,55 %, SMP dan sederajat 19,22% dan SMA dan sederajat sebanyak 16,23%.⁵

Data diatas mengalami peningkatan signifikan ditahun 2020 sampai 2024 terutama ketika adanya wabah covid-19 yang merubah semua sektor termasuk sektor pendidikan karena sistem pendidikan berubah menjadi online dengan memanfaatkan media sosial yang ada seperti Whatsapp, Youtube, Google Meet, Zoom Meet dan lain-lain sebagainya sebagai sarana melaksanakan kegiatan pembelajaran.

Peran media sosial tidak hanya mempunyai peran dalam kegiatan pembelajaran saja tapi pada prakteknya di era digital hari ini setidaknya ada beberapa peran lainnya terutama dalam menjalin hubungan dengan orang

⁴ Tutut Sholihah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu," *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 3, no. 2 (2018), 75.

⁵ Badan Pusat Statistik, *Penggunaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (P2TIK) Sektor Pendidikan 2018*.

tua, masyarakat dan pihak terkait lainnya sehingga mengharuskan lembaga pendidikan harus mempunyai manajemen yang terstruktur dalam mengelola media sosial

1. Sebagai sarana informasi pendidikan dan media pembelajaran alternatif.⁶
2. Sebagai sarana publikasikan kegiatan, program-program sekolah dan PPDB.⁷
3. Sebagai sarana komunikasi secara daring lewat media sosial.⁸
4. Sebagai sarana membangun konektivitas antara publik dengan humas sekolah.⁹
5. Memudahkan dalam proses PPDB di sekolah.¹⁰
6. Sarana publikasi dan pemasaran sekolah.¹¹
7. Meningkatkan daya tarik dan membangun kepercayaan publik.¹²

⁶ Greenhow, C., & Chapman, A. Social Distancing Meet Social Media: Digital Tool For Connecting Students, Teachers, And Citizens in An Emergency. *Information And Learning Sciences*, Vol. 121 No 5/6, pp. (2020), 347.

⁷ Budiastuti, D. R. Penggunaan Media Sosial Instagram, Youtube, dan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Bagi SMP Terpadu Darussalam. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3 (1), (2022), 68.

⁸ Kimmons, R., Carpenter, J. P., Veletsianos, G., & Krutka, D. G. (2018). Mining Social Media Divides: An Analysis of K-12 U.S.School Uses of Twitter. *Learning, Media and Technology*, 3. Vol 43 (2018), 316.

⁹ Rakhman & Trihantoyo, S. "Peran Hubungan Masyarakat Era Marketing 4.0 Dalam Meningkatkan Keterserapan Lulusan Program Keahlian MulTimedia di SMKN 12 Surabaya." *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, Vol 8 No 3 (2020), 209.

¹⁰ Nasih, G. "Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Perekrutan Peserta Didik Baru Di Smp Plus." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam*, 3(2), (2021), 275.

¹¹ Andini, F. D. Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Sekolah Menengah Pertama An Namiroh Pekanbaru dalam Mempromosikan Sekolah di Masa Pandemi Covid-19. (Skripsi yang diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022)

Konten atau informasi yang dipublikasi di media sosial tentu akan mendapatkan respon dan umpan balik dari publik atau masyarakat, baik respon yang bersifat positif dan juga negatif sehingga sekolah harus menyiapkan langkah strategis dalam mengendalikan media sosial agar tidak memberikan dampak negative terhadap citra yang sedang dibangun oleh sekolah.

Sekolah harus memahami demografi pengguna media sosial dan harus memastikan bahwa pesan dan konten yang dipublikasi sesuai dengan preferensi dan kebutuhan audiens mereka. Ini akan menjadi tantangan dalam meningkatkan citra sekolah secara merata di berbagai platform media sosial yang ada. Selain itu sekolah juga harus memperhatikan bahwa tidak semua orang tua atau masyarakat yang menjadi target dalam pengelolaan media sosial memiliki akses atau minat terhadap media sosial sehingga hal ini harus diperhatikan dengan baik agar proses manajemen hubungan masyarakat ini dapat menjangkau semua kalangan baik pengguna aktif ataupun pengguna pasif media sosial.

SDIT dan SMPIT Banten Islamic School adalah satuan lembaga pendidikan yang didalamnya terdapat sekolah dasar dan sekolah menengah pertama dengan khas sebagai sekolah islam terpadu dibawah satu yayasan

¹² Zamroni, Z., Baharun, H., Rozi, F., Sholeha, W., & Anggraini, Y. Intercultural Communication: Strategy to Improve School Competitiveness Based on Public Demand. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(4). (2022). 17

yaitu Yayasan Tunas Unggul Rabbani yang berada di wilayah Kabupaten Serang yang dalam hal ini sudah lama mengoptimalkan media sosial sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan citra sekolah, citra baik yang diberikan kepada masyarakat melalui media sosial adalah prestasi dalam bidang pembelajaran yang bersifat akademik dan bidang pembelajaran yang bersifat non akademik yang diraih baik oleh siswa dan juga guru serta semua kegiatan sekolah yang berkualitas dan mempunyai khas tersendiri dan membedakan sekolah dengan sekolah-sekolah yang lain.

Humas SDIT dan SMPIT Banten Islamic School mengambil manfaat dari media sosial sebagai sarana agar sekolah mendapatkan citra dan kepercayaan dari masyarakat, media sosial yang dipakai dalam proses pengelolaan media sosial ini diantaranya adalah Instagram, Facebook, Youtube, Whatsapp dan Tiktok, salah satu yang menjadi hal yang menarik adalah ketua yayasan melalui kepala sekolah memberdayakan seluruh sumber daya manusia yang ada di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School untuk ikut serta mempublikasikan setiap informasi dan juga kegiatan sekolah disosial media masing-masing. Hal ini dilakukan dari tingkat kepala sekolah sebagai pimpinan di sekolah tersebut, wakil kepala sekolah, tenaga pendidik atau guru dan juga tenaga kependidikan bahkan pengurus yayasan pun ikut andil dalam proses publikasi informasi dan kegiatan.

Pengelolaan media sosial di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School juga mempunyai hambatan yang harus diselesaikan dengan langkah strategis yang kongkrit oleh pihak sekolah agar dapat menutupi kekurangan dalam pengelolaan media sosial disekolah salah satunya adalah adanya keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia untuk mengelola media sosial dengan efektif, sehingga dapat membatasi proses pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah.

Berdasarkan hasil observasi diatas kebijakan dan kerjasama yang dilakukan antara Humas dan seluruh elemen lembaga pendidikan atau sekolah membuat tingkat kepercayaan masyarakat kepada SDIT dan SMPIT Banten Islamic School meningkat. Hal ini dibuktikan dengan penerimaan siswa baru di SDIT yang sudah tidak membuka pendaftaran tahun Pelajaran 2024/2025 karena kuota yang sudah terpenuhi dan justru masyarakat sudah berbondong-bondong untuk mendaftarkan anaknya jauh-jauh hari karena sekolah sendiri membuka pendaftaran Indent untuk tahun Pelajaran 2025/2026 dan 2026/2027 ini adalah salah satu dampak positif dari pengelolaan media sosial diatas. Selain itu SMPIT Banten Islamic School juga yang secara izin operasional baru terbit tetapi kepercayaan masyarakat sudah sangat tinggi dengan adanya 91 siswa yang sudah menjadi siswa di SMPIT Banten Islamic School dalam 2 tahun terakhir.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School dalam fokus manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah. Karena manajemen humas yang dipaparkan diatas sangat mempunyai pengaruh terhadap citra baik masyarakat terhadap sekolah dibuktikan dengan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah yakni menjadi tujuan instansi pendidikan untuk menyekolahkan keluarganya di instansi pendidikan tersebut.

Untuk memudahkan penelitian ini, maka peneliti merumuskan judul penelitian **“Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka terdapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Persaingan antar lembaga pendidikan pada era digital semakin meningkat terutama dalam hal meningkatkan citra baik sekolah dimata masyarakat.
2. Masyarakat membutuhkan informasi tentang sekolah dan juga informasi kegiatan sekolah sebagai sarana untuk menentukan sekolah yang menjadi pilihan.

3. Proses penyampaian informasi lembaga pendidikan melalui program humas membutuhkan manajemen yang terarah agar sesuai dengan tujuan lembaga.
4. Pemanfaatan media sosial yang belum optimal sebagai saran branding sekolah untuk meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sekolah
5. Sekolah membutuhkan strategi yang dapat digunakan dalam pengelolaan media sosial yang efektif dan efisien
6. Sekolah harus mempunyai langkah strategis dalam pengendalian konten media sosial yang justru membawa dampak negatif terhadap citra sekolah
7. Sekolah mungkin memiliki keterbatasan anggaran dan sumber daya untuk mengelola media sosial dengan efektif. Ini dapat membatasi kemampuan mereka untuk mengembangkan dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif.
8. Tidak semua orang tua atau anggota komunitas mungkin memiliki akses atau minat terhadap media sosial, yang dapat mempengaruhi efektivitas strategi komunikasi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah maka peneliti membuat batasan penelitian pada hal-hal yang berkaitan dengan proses perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, faktor pendukung dan penghambat dan langkah

strategis dalam mengatasi hambatan dalam menerapkan manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus masalah maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah perencanaan manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School?
2. Bagaimanakah pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School?
3. Bagaimanakah evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School?
4. Apakah yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School?
5. Bagaimanakah langkah strategis dalam mengatasi hambatan manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media

sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana proses perencanaan hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School
2. Untuk mengetahui bagaimana proses pelaksanaan hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School
3. Untuk mengetahui bagaimana proses evaluasi hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School
4. Untuk mengetahui apakah yang menjadi faktor pendukung dan faktor penghambat manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School

5. Untuk mengetahui bagaimana langkah strategis dalam mengatasi hambatan manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua orang, terutama bagi semua orang yang bekerja di dunia pendidikan Islam. Secara khusus, dua aspek dapat dianggap sebagai keuntungan dari penelitian ini:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengembangan ilmu yang relevan tentang manajemen hubungan masyarakat di lembaga pendidikan.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memberikan informasi yang bermanfaat tentang manajemen hubungan masyarakat di lembaga pendidikan terutama pengelolaan media sosial yang mempunyai pengaruh terhadap citra baik masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan, memberikan langkah-langkah kongkrit dalam pengelolaan, pelaksanaan dan juga evaluasi dalam manajemen humas di lembaga pendidikan.

G. Penelitian Terdahulu

Dalam upaya menggali dan menganalisis pokok-pokok permasalahan dalam penelitian ini, tentunya telah ada beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya yang memiliki relevansi dengan tema penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini. Beberapa penelitian tersebut di antaranya adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama yang menjadi penelitian terdahulu adalah tesis yang ditulis oleh Khalilah Ramadhani yang berjudul tentang “Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana *Branding* Di Sekolah Aliyah Negeri (MAN) Kota Baru” Hasil Penelitian menunjukkan bahwa manajemen hubungan masyarakat dilakukan dengan tiga konsep manajemen yakni perencanaan, pelaksanaan dan juga evaluasi, Perencanaan dalam manajemen humas pada penelitian ini menekankan pada hal-hal yang perlu di perhatikan dalam proses perencanaan diantaranya memperhatikan kebutuhan, pembentukan tim Redaksi, penentuan tujuan dalam penggunaan media sosial untuk sarana branding sekolah dan pemilihan teknik publikasi seperti apa yang akan dijadikan metode untuk meningkatkan branding pada perencanaan manajemen humas, Dalam proses Pelaksanaannya pada penelitian ini dijelaskan bahwa tingkat keberhasilan nya selalu tercapai dan selalu dikembangkan sesuai dengan kebutuhan, faktor keberhasilan ini salah satunya adalah dengan melakukan kerjasama dengan media masa yang lain

salam proses penyebaran informasi tentang sekolah. Tentu proses nya pun di sempurnakan dengan evaluasi yang dilakukan oleh sekolah dengan memperhatikan hal-hal seperti capaian, waktu pelaksanaan, peningkatan Grafik dan lain lain yang berkaitan dengan evaluasi demi mendukung keberhasilan branding yang dilakukan oleh humas di sekolah.¹³

Kedua, Penelitian yang dijadikan sebagai penelitian terdahulu adalah tesis yang ditulis oleh Slamet Riadi yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Di Sekolah Aliyah Syarifuddin Kedungjajang Lumajang 2020/2021” Hasil penelitian yang dipaparkan oleh penulis dalam tesis tersebut adalah Perencanaan yang dilakukan dalam manajemen humas pada penelitian ini memakai teknik 5 W 1 H (Apa, Siapa, Dimana, Kapan Mengapa dan Bagaimana), Apa yang akan dikerjakan, Siapa yang mengerjakan, Kapan dikerjakannya, Dimana mengerjakannya dan Bagaimana mengaplikasikan rencana-rencana yang sudah dibuat pada tataran aplikatif dalam proses pengelolaan humas. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan dimana ada beberapa program humas yang dilaksanakan untuk meraih citra sekolah dari masyarakat diantaranya yaitu bakti sosial kepada masyarakat, Bakti teknologi sebagai sarana untuk berinteraksi dengan masyarakat, dan Bursa Kerja Khusus (BKK) sebagai sarana informasi dan

¹³ Khalilah Ramadhani, Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Di Sekolah Aliyah Negeri (MAN) Kota Baru, Tesis yang diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022).

peluang kerja. Dan Evaluasi yang menjadi tahapan terakhir dalam manajemen humas untuk melihat apakah pelaksanaan manajemen humas disekolah sudah sesuai dengan yang direncanakan atau belum, dimana evaluasi dilakukan oleh Waka humas, struktur keanggotaan humas dan penjaminan mutu sekolah atau sekolah.¹⁴

Ketiga, tesis yang dijadikan bahan penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh Ary Setiawan dengan judul penelitian “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah Di Sekolah Dasar Islam Terpadu Nur Rohman Slogohimo Wonogiri” Hasil yang digambarkan pada tesis tersebut adalah Manajemen humas yang mempunyai tahapan yang sesuai dengan konsep manajemen, perencanaan yang dilakukan oleh sekolah melahirkan konsep *mirror image*, *Current image*, *multiple image*, *wish image* dan *corporate*, setelah proses perencanaan dilaksanakan sekolah melakukan proses pengorganisasian dan pelaksanaan dimana program-program humas yang dilakukan untuk meningkatkan citra adalah arisan, pembuatan kalender, reuni akbar, Jum'at berkah, tarawih keliling ketika momen bulan ramadhan, home visit dimana guru melakukan kunjungan ke rumah siswa untuk memberikan informasi tentang perkembangan siswa, parenting dan Nur Rohman Fair atau kegiatan besar yang diadakan sekolah setiap tahunnya. Kegiatan evaluasi dilakukan

¹⁴ Slamet Riadi, *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Di Sekolah Aliyah Syarifuddin Kedungjajang Lumajang 2020/2021*, (Tesis yang diterbitkan oleh IAIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021)

oleh waka humas langsung dengan menilai dan melihat apakah program kerja hubungan masyarakat di sekolah sudah berjalan dengan efektif dan efisien atau belum.¹⁵

H. Kebaruan Penelitian (Novelty)

Penelitian yang terbaru dengan pembahasan yang hampir sama adalah penelitian yang dilakukan oleh Khalilah Ramadhan pada tahun 2022, Dimana penelitian ini pun menjadi pengembangan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Khalilah Ramadhan tentang Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Branding di Sekolah Aliyah Negeri (MAN) Kota Baru dengan menambahkan rumusan masalah tentang faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pengelolaan media sosial serta langkah strategis dalam mengatasi hambatan tersebut. Selain itu penelitian ini akan memaparkan secara detail bagaimana proses atau manajemen yang dibangun oleh lembaga pendidikan dalam pengelolaan media sosial sebagai sarana meningkatkan citra masyarakat.

Kebaruan atau novelty dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu sebelumnya diatas adalah pertama terkait lokasi penelitian yang memakai 2 sekolah dalam proses penelitian. Kedua adalah berkaitan dengan tujuan

¹⁵ Ary Setiawan, Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah Di Sekolah Dasar Islam Terpadu Nur Rohman Slogohimo Wonogiri, (Tesis yang diterbitkan oleh IAIN Ponogoro, 2020)

dalam pengelolaan media sosial oleh humas adalah untuk meningkatkan citra berbeda dengan penelitian terdahulu diatas adalah untuk sarana Branding sekolah, pembahasan yang yang akan dipaparkan juga akan berbeda dilihat dari rumusan masalah yang sudah di bandingkan dengan penelitian terdahulu dimana akan lebih komprehensif dengan membahas bagaimana manajemen humas dalam pengelolaan media sosial dan juga faktor pendukung dan faktor penghambat dalam manajemen humas di sekolah serta langkah strategis untuk mengatasi hambatan dalam pelaksanaan humas di sekolah.