

HUMAS PENDIDIKAN ISLAM SEBAGAI PILAR BRANDING INSTITUSI: STUDI LITERATUR MELALUI PENDEKATAN HOLISTIK

Noqti Nuril Khovi^{1*} Hefniy^{2*} Rahmat Yahya^{3*} Siti Fatimah^{4*} Hizamuddin Syah^{5*}

^{1,2,3,4,5} Nurul Jadid University, Probolinggo, Indonesia

*Email korespondensi: ¹. noqtinurilkhovi@gmail.com ². hefniy@unuja.ac.id ³. rahmatyahya30519@gmail.com ⁴. sayyidahfatimahfsl@gmail.com ⁵. mochhizamuddinsyah@gmail.com

Riwayat Artikel:

Diajukan: April 2025

Diterima: 30 Mei 2025

Diterbitkan: 31 Mei 2025

Abstrak

Persaingan yang semakin ketat di dunia pendidikan menuntut lembaga pendidikan Islam untuk tidak hanya unggul dalam kualitas akademik dan moral, tetapi juga memiliki citra yang kuat di mata masyarakat. Branding institusi menjadi elemen strategis yang dapat mendukung keberlanjutan dan daya saing lembaga pendidikan Islam. Dalam konteks ini, peran Humas (*Public Relations*) menjadi sangat penting sebagai pilar utama dalam membangun, mengelola, dan mempromosikan citra institusi secara efektif. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran strategis Humas dalam branding lembaga pendidikan Islam melalui pendekatan holistik berbasis studi literatur. Pendekatan holistik melibatkan integrasi seluruh elemen kelembagaan, termasuk visi, misi, kualitas tenaga pendidik, dan hubungan dengan para pemangku kepentingan. Hasil studi menunjukkan bahwa Humas memiliki tiga peran utama: membangun komunikasi yang efektif, menciptakan hubungan harmonis dengan masyarakat dan stakeholders, serta mengelola isu dan krisis yang dapat memengaruhi reputasi institusi. Selain itu, tantangan seperti persepsi masyarakat yang belum optimal, keterbatasan sumber daya, dan persaingan dengan lembaga pendidikan umum juga menjadi hambatan yang perlu diatasi melalui strategi komunikasi yang terencana. Dengan demikian, Humas menjadi aktor kunci dalam menjadikan branding lembaga pendidikan Islam lebih adaptif, kompetitif, dan relevan dengan kebutuhan zaman. Melalui pengelolaan yang terintegrasi dan pendekatan yang holistik, branding dapat memperkuat citra lembaga pendidikan Islam sebagai institusi yang tidak hanya relevan secara lokal, tetapi juga berkontribusi di level global.

Kata Kunci: *Humas, pendidikan Islam, Branding institusi, pendekatan holistic.*

Latar Belakang

Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, lembaga pendidikan Islam menghadapi tantangan untuk tidak hanya berfungsi sebagai pusat pembelajaran, tetapi juga sebagai institusi yang memiliki daya tarik dan pengaruh kuat di masyarakat. Citra lembaga pendidikan Islam, yang sering kali dianggap tradisional dan kurang adaptif terhadap perubahan zaman, membutuhkan transformasi yang mampu menonjolkan keunggulan mereka dalam mendidik generasi yang berkarakter Islami sekaligus relevan dengan kebutuhan era modern (Zamroni et al., 2022).

Branding institusi menjadi salah satu strategi utama untuk membangun reputasi, menarik minat peserta didik, dan memperkuat kepercayaan publik (Baharun et al., 2022). Dalam hal ini, peran Humas (*Public Relations*) menjadi sangat signifikan sebagai pilar utama dalam merancang, mengelola, dan mempromosikan citra institusi pendidikan Islam. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga memastikan bahwa nilai-nilai Islami yang diusung lembaga dapat diterjemahkan ke dalam narasi yang relevan dengan masyarakat modern (Nuseir et al., 2022).

Fenomena yang sering terjadi menunjukkan bahwa banyak lembaga pendidikan Islam belum memanfaatkan potensi Humas secara optimal. Keterbatasan sumber daya manusia yang profesional di bidang komunikasi, kurangnya strategi branding yang terencana, serta tantangan dalam mengelola krisis reputasi menjadi hambatan yang sering dihadapi. Di sisi lain, lembaga pendidikan umum atau swasta kerap lebih unggul dalam memanfaatkan teknologi dan media untuk membangun citra yang modern dan kompetitif.

Pendekatan holistik menjadi solusi yang dapat diterapkan oleh Humas lembaga pendidikan Islam untuk menjawab tantangan tersebut. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islami, visi institusi, kualitas pendidikan, dan strategi komunikasi modern, pendekatan ini mampu menciptakan sinergi yang efektif dalam membangun identitas lembaga. Tidak hanya untuk meningkatkan daya saing di tingkat lokal, tetapi juga untuk menjangkau khalayak yang lebih luas di tingkat nasional dan global (Sumardi et al., 2023).

Penelitian ini mengkaji peran strategis Humas dalam mendukung branding lembaga pendidikan Islam dengan pendekatan holistik berbasis studi literatur. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya Humas sebagai aktor utama dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam yang adaptif, relevan, dan berdaya saing tinggi di era modern.

Grand Theory: Humas Pendidikan Islam sebagai Pilar Branding Institusi melalui Pendekatan Holistik

1. Teori Komunikasi Publik (*Public Communication Theory*)

Menurut James E. Grunig dan Todd Hunt, teori komunikasi publik menekankan pentingnya hubungan dua arah yang efektif antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, Humas berperan sebagai jembatan komunikasi yang menghubungkan lembaga dengan masyarakat, peserta didik, orang tua, alumni, dan pemangku kepentingan lainnya. Melalui komunikasi yang transparan dan konsisten, Humas tidak hanya menyampaikan pesan institusional tetapi juga membangun saluran interaksi yang memungkinkan feedback dan partisipasi aktif dari masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan lembaga pendidikan Islam untuk mendengar dan menanggapi kebutuhan publik, sekaligus membangun citra positif yang sesuai dengan nilai-nilai yang diusung. Teori ini relevan dalam menggambarkan bagaimana Humas memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi publik terhadap lembaga pendidikan Islam, serta membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan (Aditi et al., 2022).

2. Teori Manajemen Reputasi (Reputation Management Theory)

Menurut Charles J. Fombrun, teori ini berfokus pada bagaimana organisasi mengelola persepsi dan citra mereka di mata publik untuk menciptakan reputasi yang kuat. Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, manajemen reputasi menjadi aspek penting dalam branding institusi. Humas bertugas untuk merancang dan mengelola citra lembaga dengan mengedepankan keunggulan dan nilai-nilai yang dimiliki, termasuk kualitas pendidikan, integritas moral, dan komitmen terhadap ajaran Islam. Melalui manajemen reputasi yang baik, lembaga pendidikan Islam dapat memperkuat posisinya sebagai institusi yang tidak hanya memiliki kualitas pendidikan yang tinggi, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Teori ini membantu menjelaskan peran Humas dalam menjaga dan membangun reputasi lembaga di tengah tantangan dan dinamika sosial yang ada (Kurniawan et al., 2022).

3. Teori Identitas Organisasi (Organizational Identity Theory)

Teori Identitas Organisasi pertama kali dipopulerkan oleh S. Albert dan D. A. Whetten pada tahun 1985. Teori identitas organisasi menjelaskan bagaimana organisasi membentuk dan mempertahankan identitas yang jelas dan konsisten yang mencerminkan nilai-nilai, misi, dan tujuan organisasi. Untuk lembaga pendidikan Islam, identitas ini harus mencerminkan komitmen terhadap pendidikan yang berbasis nilai-nilai Islam, sekaligus adaptif terhadap perkembangan zaman. Pendekatan holistik dalam branding yang melibatkan Humas berperan penting dalam menjaga keutuhan dan konsistensi identitas ini. Humas bertugas untuk memastikan bahwa setiap pesan dan komunikasi yang disampaikan mencerminkan esensi lembaga sebagai institusi pendidikan yang mengedepankan kualitas akademik dan moral. Teori ini memberikan kerangka kerja untuk memahami bagaimana

Humas dapat mengintegrasikan nilai-nilai Islami dengan pendekatan branding modern, membentuk identitas yang kuat dan dapat dikenali oleh masyarakat luas (Zamroni et al., 2022).

4. Teori Jaringan Sosial (Social Network Theory)

Ronald Burt juga memberikan kontribusi penting dalam pemahaman bagaimana posisi dalam jaringan sosial dapat memengaruhi akses terhadap informasi dan sumber daya. Teori jaringan sosial mengkaji hubungan yang terbentuk antara individu atau organisasi dalam jaringan sosial yang lebih luas. Dalam konteks branding lembaga pendidikan Islam, Humas memiliki peran sebagai penghubung antara lembaga dengan berbagai pemangku kepentingan yang lebih luas, seperti komunitas Islam, media, dunia pendidikan, dan pemerintah. Pendekatan holistik yang digunakan oleh Humas akan memperluas jejaring sosial ini untuk membangun citra lembaga yang lebih kuat dan lebih dikenal di tingkat global. Dengan memperkuat hubungan di berbagai jaringan sosial, Humas dapat memanfaatkan platform komunikasi digital dan sosial untuk memperluas dampak branding lembaga pendidikan Islam secara efektif (Riofita & Dimasadra, 2022).

5. Teori Brand Equity (Brand Equity Theory)

Kevin Lane Keller juga memberikan kontribusi besar dalam pengembangan konsep brand equity yang berbasis pada persepsi konsumen, melalui model Customer-Based Brand Equity (CBBE). Teori ini berkaitan dengan nilai dan pengaruh yang dimiliki oleh sebuah merek atau brand di mata konsumen atau publik. Dalam hal ini, Humas berperan untuk mengembangkan dan memelihara brand equity lembaga pendidikan Islam dengan cara yang berkelanjutan. Humas mengkomunikasikan nilai-nilai inti lembaga, baik dalam bentuk akademik maupun spiritual, serta keunggulannya dalam mencetak generasi yang berkualitas. Brand equity ini akan tercipta apabila lembaga pendidikan Islam mampu menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan relevan bagi masyarakat, sehingga menciptakan persepsi yang positif dan berkelanjutan. Pendekatan holistik mengintegrasikan aspek branding yang meliputi komunikasi, pelayanan, kualitas, dan nilai-nilai moral untuk membangun sebuah merek institusi yang kuat dan dapat dipercaya (Abdullahi, 2022).

Grand theory yang dikembangkan dari berbagai teori di atas memberikan gambaran bahwa Humas memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola branding lembaga pendidikan Islam. Melalui pendekatan holistik, Humas dapat menyatukan berbagai aspek kelembagaan, termasuk komunikasi publik, manajemen reputasi, identitas organisasi, jejaring sosial, dan brand equity, untuk membangun citra lembaga yang kuat, relevan, dan kompetitif. Pendekatan ini memastikan bahwa lembaga pendidikan Islam dapat mempertahankan identitas spiritualnya sambil tetap beradaptasi dengan tuntutan zaman dan memperkuat posisinya di masyarakat, baik lokal maupun global.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*library research*) dengan pendekatan holistik untuk menganalisis peran humas dalam branding institusi pendidikan Islam. Data yang digunakan berupa literatur ilmiah seperti artikel jurnal, buku, dan dokumen terkait yang relevan dengan topik penelitian. Analisis dilakukan melalui tiga tahap utama: pertama, pengumpulan literatur yang membahas peran humas, branding institusi, dan nilai-nilai Islam; kedua, analisis konten untuk mengidentifikasi pola, tema, dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian sebelumnya; dan ketiga, sintesis temuan untuk mengembangkan kerangka kerja holistik yang integratif. Studi ini memprioritaskan literatur terbaru dalam rentang lima tahun terakhir untuk memastikan relevansi data. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman peran strategis humas dalam membangun branding institusi pendidikan Islam secara berkelanjutan.

Hasil Penelitian

1. Konsep Humas dalam Pendidikan Islam

Humas atau hubungan masyarakat dalam pendidikan Islam memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola komunikasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat luas. Dalam konteks pendidikan Islam, Humas bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan-pesan yang jelas dan efektif tentang visi, misi, serta nilai-nilai yang diusung oleh lembaga. Humas bukan hanya sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai penjaga citra dan reputasi lembaga pendidikan Islam di mata publik. Fungsi ini sangat strategis, karena citra lembaga yang baik akan berpengaruh pada tingkat kepercayaan masyarakat dan keputusan calon siswa untuk bergabung dengan lembaga tersebut (Rizal, 2019).

Pendidikan Islam menekankan pentingnya nilai-nilai moral dan etika dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam komunikasi. Oleh karena itu, konsep Humas dalam pendidikan Islam harus mengedepankan prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti kejujuran, transparansi, dan akhlak yang baik. Humas tidak hanya bertugas untuk mempromosikan prestasi akademik lembaga, tetapi juga untuk menonjolkan kontribusi lembaga dalam pembentukan karakter siswa yang berbasis pada nilai-nilai Islam. Dalam hal ini, Humas harus menjadi contoh dari nilai-nilai yang diajarkan oleh lembaga itu sendiri.

Komunikasi yang dilakukan oleh Humas dalam pendidikan Islam juga harus mampu menjembatani antara lembaga dan berbagai pemangku kepentingan, seperti siswa, orang tua, alumni, masyarakat sekitar, dan pemerintah. Keberhasilan Humas dalam membangun hubungan yang baik dengan pihak-pihak ini akan sangat mempengaruhi keberlanjutan dan kesuksesan lembaga.

Humas berperan sebagai penghubung yang menciptakan saluran komunikasi dua arah, di mana feedback dan umpan balik dari masyarakat dapat diterima dan diolah untuk perbaikan kebijakan dan layanan pendidikan (Novrian et al., 2023).

Secara internal, Humas dalam pendidikan Islam juga memiliki peran penting dalam membangun komunikasi yang efektif di antara civitas akademika, termasuk antara pengelola, dosen, dan siswa. Komunikasi yang lancar dan transparan di dalam lembaga akan menciptakan suasana kerja sama yang baik, meningkatkan motivasi, serta memperkuat semangat bersama untuk mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan. Oleh karena itu, Humas tidak hanya berfokus pada hubungan eksternal, tetapi juga memastikan bahwa komunikasi internal dalam lembaga berjalan dengan baik.

Di sisi lain, tantangan besar yang dihadapi oleh Humas dalam pendidikan Islam adalah bagaimana menjaga keseimbangan antara tradisi dan inovasi. Pendidikan Islam dihadapkan pada kebutuhan untuk tetap mempertahankan nilai-nilai keislaman yang telah ada, sambil beradaptasi dengan perkembangan zaman dan teknologi. Humas harus mampu mengintegrasikan teknologi dalam komunikasi, seperti pemanfaatan media sosial dan platform digital lainnya, tanpa mengorbankan nilai-nilai moral yang menjadi dasar dari pendidikan Islam.

Humas dalam pendidikan Islam juga berperan dalam membangun citra lembaga melalui berbagai kegiatan sosial dan budaya yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Misalnya, dengan mengadakan acara-acara keagamaan, seminar, atau pelatihan yang berkaitan dengan pengembangan karakter Islami, Humas dapat memperkenalkan lembaga sebagai institusi yang tidak hanya peduli pada kualitas pendidikan akademik, tetapi juga pada pembinaan karakter dan moralitas siswa. Hal ini akan memperkuat posisi lembaga di mata masyarakat sebagai lembaga yang integral dalam membentuk generasi yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga baik secara akhlak (Colak, 2022).

Sebagai bagian dari branding institusi, Humas dalam pendidikan Islam harus mampu menjaga konsistensi pesan yang disampaikan, baik melalui media massa maupun platform digital. Konsistensi ini penting untuk memastikan bahwa citra lembaga yang dibangun sesuai dengan nilai-nilai yang diajarkan dan dapat dikenali dengan jelas oleh masyarakat. Oleh karena itu, Humas harus bekerja sama dengan semua pihak di dalam lembaga untuk menyusun strategi komunikasi yang menyeluruh, yang mencakup semua aspek mulai dari akademik, sosial, hingga moral.

Secara keseluruhan, Humas dalam pendidikan Islam memiliki peran yang lebih dari sekadar tugas administratif atau komunikasi eksternal. Humas berfungsi sebagai jembatan antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat luas, menjaga citra lembaga, dan menyampaikan nilai-nilai Islam melalui berbagai saluran komunikasi. Untuk itu, Humas dalam pendidikan Islam harus

profesional, kreatif, dan mampu mengintegrasikan teknologi modern dalam tugas-tugas komunikasinya, sambil tetap menjaga prinsip-prinsip keislaman yang menjadi dasar dari lembaga pendidikan tersebut

2. Branding Institusi Pendidikan

Branding institusi pendidikan memiliki peran yang sangat vital dalam membangun citra dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, branding bukan hanya soal nama atau logo, tetapi lebih kepada persepsi yang terbentuk tentang kualitas, nilai-nilai, dan karakter lembaga pendidikan tersebut. Bagi lembaga pendidikan Islam, branding yang efektif mencakup penyampaian identitas yang konsisten, baik dalam konteks akademik maupun nilai-nilai moral dan spiritual yang diusung. Dengan branding yang kuat, lembaga pendidikan Islam tidak hanya menarik minat calon siswa, tetapi juga memperoleh dukungan dari orang tua, masyarakat, dan pihak-pihak terkait lainnya yang memiliki peran dalam kelangsungan pendidikan (Rosyadi et al., 2023).

Pentingnya branding dalam dunia pendidikan juga berkaitan dengan peningkatan reputasi lembaga. Masyarakat cenderung mempercayai lembaga pendidikan yang memiliki citra positif dan dikenal baik oleh publik. Salah satu contoh sukses dari lembaga pendidikan Islam yang berhasil membangun branding kuat adalah Universitas Islam Indonesia (UII). Melalui konsistensi dalam menjaga kualitas akademik dan memperkuat nilai-nilai Islam dalam setiap aspek kegiatan, UII telah berhasil menciptakan citra sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan mampu menghasilkan lulusan yang kompeten serta memiliki karakter Islami. Keberhasilan ini tak lepas dari upaya mereka dalam memadukan kualitas pendidikan dengan citra moral yang kuat, yang menjadi daya tarik utama bagi masyarakat.

3. Pendekatan Holistik dalam Humas

Pendekatan holistik dalam Humas pendidikan Islam menekankan pentingnya integrasi antara nilai Islami, teknologi, dan strategi komunikasi modern. Dalam dunia yang serba terhubung dan berkembang pesat, pendekatan ini menjadi kunci untuk memaksimalkan potensi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra yang relevan dan berkelanjutan. Mengintegrasikan nilai-nilai Islami dalam setiap strategi komunikasi memastikan bahwa pesan yang disampaikan oleh lembaga pendidikan Islam tetap selaras dengan ajaran Islam dan menjaga identitas moral lembaga tersebut. Di sisi lain, pemanfaatan teknologi modern dalam komunikasi membantu lembaga untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih efektif, menggunakan platform digital untuk berbagi informasi dan memperkenalkan program-program unggulan yang dimiliki (Rahmawati et al., 2022).



Sumber: <https://casakreatif.com/apa-itu-public-relation/>

Komunikasi yang inklusif dan berkelanjutan menjadi prinsip penting dalam pendekatan holistik ini. Dalam konteks pendidikan Islam, komunikasi tidak hanya melibatkan penyampaian pesan satu arah, tetapi juga mencakup mendengarkan aspirasi dan umpan balik dari berbagai pihak. Hal ini penting untuk membangun hubungan yang saling mendukung antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Melalui komunikasi yang berkelanjutan, lembaga pendidikan Islam dapat terus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap relevan dan diterima dengan baik oleh semua pihak. Oleh karena itu, pendekatan holistik ini tidak hanya mengintegrasikan nilai Islami, tetapi juga melibatkan elemen-elemen yang memungkinkan lembaga pendidikan Islam untuk beradaptasi dengan dinamika komunikasi yang terus berkembang di era digital.

PEMBAHASAN

1. Peran Humas sebagai Pilar Branding

Humas (hubungan masyarakat) memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra lembaga pendidikan Islam, terutama dalam hal manajemen komunikasi baik secara internal maupun eksternal. Fungsi utama humas adalah sebagai penghubung antara lembaga dengan masyarakat, media, siswa, orang tua, serta pemangku kepentingan lainnya. Melalui strategi komunikasi yang tepat, Humas membantu menciptakan persepsi positif tentang lembaga pendidikan, memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan mencerminkan visi dan misi lembaga dengan cara yang transparan dan efektif. Sebagai pilar branding, humas berperan dalam mengatur dan mengelola komunikasi lembaga agar tetap konsisten dengan nilai-nilai dan identitas lembaga pendidikan Islam (Nurul, 2018).

Dalam manajemen komunikasi internal, Humas bertugas memastikan bahwa semua pihak di dalam lembaga, seperti dosen, staf administrasi, dan siswa,

memiliki pemahaman yang jelas tentang tujuan dan kebijakan lembaga. Komunikasi yang efektif di dalam organisasi akan meningkatkan semangat kerja sama, kepercayaan, dan kinerja individu. Selain itu, Humas juga memastikan bahwa informasi yang dipertukarkan antar departemen tetap mengalir dengan baik, serta mendukung tercapainya tujuan bersama. Sedangkan dalam manajemen komunikasi eksternal, Humas bertugas menjaga hubungan baik dengan masyarakat, media, dan pihak luar yang memiliki pengaruh terhadap keberhasilan lembaga, serta memastikan bahwa informasi yang keluar tetap positif dan sesuai dengan nilai-nilai lembaga (Mardiyah, Muhammad Ibnu Faruk Fauzi, Hasriyah F, Natasya Humaira, 2023).

Fungsi humas dalam branding lembaga pendidikan Islam tidak hanya terbatas pada kegiatan promosi semata, tetapi lebih jauh lagi pada usaha menciptakan dan mempertahankan reputasi lembaga. Dalam hal ini, humas bertugas untuk membangun citra lembaga yang tidak hanya dikenal karena kualitas pendidikan, tetapi juga karena komitmennya terhadap pembentukan karakter siswa yang berbasis pada nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, Humas perlu mengelola komunikasi secara strategis dan holistik agar citra lembaga pendidikan Islam dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas, baik dari sisi akademik, sosial, maupun moral (Abdul Gina Arrouf Muammarulloh, 2024).

Selain itu, dalam menghadapi dinamika dunia pendidikan yang semakin kompetitif, humas juga harus memiliki kemampuan untuk merespons dengan cepat perubahan tren dan permintaan masyarakat. Dengan kemampuan ini, humas akan mampu menyesuaikan strategi komunikasi dan branding yang relevan dengan perkembangan zaman, yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi lembaga di masyarakat. Humas sebagai pilar branding berperan penting dalam menciptakan citra lembaga yang tidak hanya baik, tetapi juga dikenal secara luas dan dapat membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan masyarakat.

Secara keseluruhan, peran Humas dalam branding institusi pendidikan Islam sangat kompleks dan multifaset. Melalui pengelolaan komunikasi internal yang baik, serta hubungan eksternal yang terjalin dengan baik, Humas akan dapat memperkuat identitas lembaga, meningkatkan reputasi, dan memastikan bahwa citra lembaga tetap positif di mata masyarakat luas. Humas tidak hanya sebagai penghubung, tetapi sebagai pemimpin dalam menciptakan narasi positif yang mendukung keberhasilan lembaga pendidikan Islam dalam mencapai tujuannya.

2. Implementasi Pendekatan Holistik

Pendekatan holistik dalam Humas pendidikan Islam berfokus pada integrasi berbagai elemen yang ada, mulai dari nilai-nilai Islami yang diajarkan, strategi komunikasi yang digunakan, hingga pemanfaatan teknologi untuk mendukung branding lembaga. Dalam konteks pendidikan Islam, nilai-nilai akhlak,

kejujuran, dan keadilan menjadi dasar utama yang harus tercermin dalam setiap komunikasi yang dilakukan oleh Humas. Akhlak yang baik mencerminkan karakter lembaga yang tidak hanya mengutamakan kualitas akademik, tetapi juga moral dan etika. Kejujuran dalam komunikasi akan menciptakan transparansi dan kepercayaan, sedangkan keadilan akan memastikan bahwa setiap keputusan yang diambil berdasarkan prinsip-prinsip yang adil dan berimbang (Novianti et al., 2021).

Nilai-nilai Islami ini menjadi fondasi dalam setiap pesan yang disampaikan oleh Humas. Sebagai contoh, komunikasi yang dilakukan dalam mempromosikan lembaga pendidikan Islam tidak hanya berfokus pada keuntungan atau prestasi akademik semata, tetapi juga pada bagaimana lembaga tersebut dapat menghasilkan generasi yang memiliki akhlak yang baik dan berperilaku sesuai dengan tuntunan agama. Komunikasi yang berbasis pada nilai-nilai ini membantu membangun citra lembaga yang tidak hanya berorientasi pada duniawi, tetapi juga ukhrawi. Pendekatan ini tidak hanya membuat lembaga lebih dikenal, tetapi juga dihormati dan diterima oleh masyarakat.

Selain nilai-nilai Islami, pendekatan holistik juga melibatkan penggunaan teknologi digital yang semakin berkembang pesat. Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, penggunaan media sosial, situs web, dan aplikasi mobile menjadi sarana penting untuk memperkenalkan lembaga pendidikan Islam kepada audiens yang lebih luas. Teknologi ini memungkinkan Humas untuk menyebarkan informasi secara cepat dan efektif kepada berbagai pihak, mulai dari calon siswa, orang tua, hingga masyarakat umum. Pemanfaatan platform digital juga membantu lembaga pendidikan Islam untuk menjaga komunikasi yang berkelanjutan dengan audiensnya, memperkenalkan program unggulan, dan mengedukasi masyarakat tentang nilai-nilai yang dianut oleh lembaga tersebut (Rahmawati et al., 2022).

Pendekatan holistik ini juga memastikan bahwa komunikasi lembaga pendidikan Islam tetap relevan dan mampu menjangkau audiens yang berbeda. Teknologi digital memungkinkan lembaga untuk mempersonalisasi pesan yang disampaikan, sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. Misalnya, menggunakan media sosial untuk menjangkau generasi muda yang lebih aktif di dunia digital, atau menggunakan video dan konten visual untuk menyampaikan pesan yang lebih menarik. Ini juga membuka peluang bagi lembaga pendidikan Islam untuk berinteraksi langsung dengan audiensnya, menerima umpan balik, serta menjawab pertanyaan atau kekhawatiran mereka dengan lebih cepat dan efektif.

Dengan pendekatan holistik yang mengintegrasikan nilai-nilai Islami, teknologi, dan strategi komunikasi modern, Humas tidak hanya membangun citra lembaga pendidikan Islam di mata publik, tetapi juga menjaga keberlanjutan hubungan dengan masyarakat. Dalam jangka panjang, pendekatan ini akan memastikan bahwa lembaga pendidikan Islam dapat terus berkembang, tidak hanya dalam

kualitas pendidikan, tetapi juga dalam kontribusinya terhadap pembentukan karakter siswa yang berbasis pada prinsip-prinsip Islam.

3. Tantangan dan Solusi

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh Humas dalam lembaga pendidikan Islam adalah perkembangan teknologi yang sangat cepat dan perubahan budaya global. Teknologi digital menawarkan peluang besar dalam hal komunikasi, namun juga menciptakan tantangan baru dalam hal pengelolaan informasi. Dengan adanya platform media sosial, internet, dan aplikasi mobile, Humas dihadapkan pada kebutuhan untuk beradaptasi dengan berbagai teknologi dan media baru yang dapat membantu dalam menyampaikan pesan. Namun, hal ini juga membuka peluang bagi misinformasi atau bahkan berita negatif yang dapat merusak citra lembaga jika tidak dikelola dengan baik (Mallappiang, 2021).

Selain itu, menurut (Dian Iskandar Jaelani, 2018) perkembangan budaya global juga memberikan tantangan dalam menjaga integritas nilai-nilai Islami dalam komunikasi yang dilakukan oleh Humas. Dalam dunia yang semakin terbuka dan terhubung, lembaga pendidikan Islam harus mampu mempertahankan nilai-nilai lokal dan agama yang menjadi identitas mereka, tanpa terpengaruh oleh arus globalisasi yang semakin kuat. Hal ini memerlukan strategi yang bijak dalam memilih konten dan metode komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islami, agar pesan yang disampaikan tidak terdistorsi oleh pengaruh luar yang tidak sejalan dengan prinsip-prinsip agama.

Untuk mengatasi tantangan ini, salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah melalui pelatihan dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia (SDM) yang ada di bagian Humas. Melalui pelatihan, staf Humas akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana cara mengelola komunikasi dengan efektif di era digital, serta bagaimana mengintegrasikan nilai-nilai Islami dalam setiap pesan yang disampaikan. Pelatihan ini juga dapat mencakup pembelajaran tentang bagaimana menggunakan teknologi dan media sosial dengan bijak, untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan identitas lembaga pendidikan Islam.

Pengembangan kapasitas SDM juga melibatkan peningkatan kemampuan analisis dan pemecahan masalah dalam menghadapi berbagai tantangan komunikasi yang ada. Selain pelatihan, lembaga pendidikan Islam dapat membentuk tim khusus yang fokus pada pengelolaan komunikasi digital dan branding secara profesional. Tim ini akan berperan penting dalam menjaga kualitas dan konsistensi pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi, serta memastikan bahwa lembaga tetap memiliki citra yang positif meskipun menghadapi tantangan besar.

Inovasi juga merupakan kunci dalam menghadapi tantangan zaman. Lembaga pendidikan Islam perlu terus berinovasi dalam hal penyampaian pesan, agar tetap relevan dengan audiens yang semakin beragam dan teknologi yang terus berkembang. Inovasi ini tidak hanya terbatas pada penggunaan teknologi baru, tetapi juga mencakup kreativitas dalam menyusun konten komunikasi yang dapat menarik perhatian dan memberikan edukasi yang efektif. Dengan pelatihan yang tepat, pengembangan kapasitas SDM, dan inovasi berkelanjutan, lembaga pendidikan Islam akan mampu mengatasi tantangan yang ada dan tetap menjaga citra serta reputasi mereka di mata masyarakat.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Humas memegang peran yang sangat penting sebagai pilar dalam branding lembaga pendidikan Islam. Melalui manajemen komunikasi yang efektif, baik internal maupun eksternal, Humas dapat membangun citra positif lembaga yang sesuai dengan nilai-nilai Islami. Fungsi Humas sebagai penghubung antara lembaga dan masyarakat tidak hanya mencakup penyampaian informasi, tetapi juga membangun hubungan yang saling menguntungkan, memperkuat reputasi, dan menciptakan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan Islam.

Pendekatan holistik dalam Humas, yang mengintegrasikan nilai-nilai Islami dengan teknologi modern, terbukti menjadi strategi yang efektif dalam memperkuat branding institusi. Nilai-nilai seperti akhlak, kejujuran, dan keadilan harus tercermin dalam setiap komunikasi yang dilakukan oleh Humas untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Selain itu, teknologi digital memberikan peluang besar untuk memperluas jangkauan pesan lembaga, memungkinkan lembaga pendidikan Islam untuk berinteraksi langsung dengan audiens yang lebih luas, serta meningkatkan visibilitas mereka di dunia maya.

Namun, tantangan besar tetap ada dalam menghadapi perkembangan teknologi dan budaya global yang memengaruhi cara komunikasi dilakukan. Lembaga pendidikan Islam harus tetap menjaga integritas nilai-nilai Islami dalam setiap pesan yang disampaikan agar tidak terpengaruh oleh arus globalisasi yang cenderung menggeser nilai-nilai lokal. Untuk itu, pelatihan yang terus-menerus bagi SDM Humas dan inovasi dalam penyampaian pesan menjadi hal yang sangat penting untuk memastikan pesan lembaga tetap relevan dan efektif dalam berbagai platform komunikasi.

Secara keseluruhan, untuk berhasil dalam membangun citra positif lembaga pendidikan Islam, Humas harus mampu beradaptasi dengan perubahan zaman, mengelola komunikasi dengan bijaksana, dan tetap setia pada nilai-nilai yang menjadi identitas lembaga. Melalui pendekatan holistik yang menggabungkan nilai-nilai Islami, teknologi, dan komunikasi modern, lembaga pendidikan Islam

dapat memperkuat posisi mereka di masyarakat, meningkatkan kepercayaan publik, dan menciptakan citra yang solid serta berkelanjutan.

Rekomendasi

Institusi pendidikan Islam disarankan untuk:

1. Mengembangkan rencana kemanusiaan yang strategis dan berkelanjutan.
2. Melibatkan siswa dan alumni dalam kegiatan humas untuk memperkuat pesan yang disampaikan.
3. Melakukan evaluasi secara berkala terhadap kegiatan humas yang telah dilakukan untuk menemukan area yang perlu diperbaiki.

Daftar Pustaka

- Abdul Gina Arrouf Muammarulloh, U. H. (2024). Model Pendekatan Manajemen Hubungan Masyarakat MA MINAT Kesugihan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga. *Ál-Fâhim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), 73–90. <https://doi.org/10.54396/alfahim.v6i1.759>
- Abdullahi, S. I. (2022). Branding Waqf for Sustainable Development: A Marketing Approach. *International Journal of Economics, Management and Accounting*, 30(1), 55–74. <https://journals.iium.edu.my/enmjurnal/index.php/enmj/article/view/880>
- Aditi, B., Nabella, S. D., Djakasaputra, A., Haryani, D. S., & Nasib. (2022). The Trigger For Falling Loyalty Originating From Public Relations And Customer Values And Satisfaction. *International Journal Of Artificial Intelligence Research*, 6(1), 2022. <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.1.466>
- Baharun, H., Wahid, A. H., Muali, C., Rozi, F., & Fajry, M. W. (2022). Building Public Trust in Islamic School Through Adaptive Curriculum. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.15575/jpi.v8i1.17163>
- Colak, R. (2022). *Investigation of higher education institutions ' social media uses in the context of public relations : The example of Twitter*. 1(November), 35–42.
- Dian Iskandar Jaelani. (2018). Manajemen Public Relations (Humas) Pendidikan Islam:Kajian Tematik Al Quran dan Hadits. *Istawa-Jurnal Pendidikan Islam*, 3, 57–96.
- Kurniawan, A., Rosyada, I. A., Salsabila, S., & Hidayati, B. S. (2022). Proses Komunikasi dan Manajemen Humas UIN Mataram dalam Memperkuat Branding Kampus. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(2), 134–146. <https://doi.org/10.58518/alamtara.v6i2.1152>

- Mallappiang, N. (2021). Dasar Dasar Public Relation. In *eureka Media aksara*.
- Mardiyah, Muhammad Ibnu Faruk Fauzi, Hasriyah F, Natasya Humaira, A. K. (2023). PERAN MANAJEMEN HUMAS DALAM UPAYA PENCITRAAN LEMBAGA PENDIDIKAN. *An-Nadzir : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 01(02).
- Novianti, S., Karim, H. A., & Dwivayani, K. D. (2021). PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DALAM MENGELOLA BRANDING PADA SAMARINDA TELEVISI (STV) *Sartika*. 9(4), 13–26.
- Novrian Novrian, Suroso Suroso, Mohamad Sudi, Muhsin Efendi, & Geofakta Razali. (2023). Public Relations and Digital Media. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(2), 235–249. <https://doi.org/10.55606/juitik.v3i2.590>
- Nurul. (2018). Strategi manajemen humas dalam menyampaikan program unggulan madrasah. *Al-Tanzim Jurnal Menejemen Pendidikan Islam*, 2.
- Nuseir, M. T., Aljumah, A. I., & El-Refae, G. A. (2022). Digital marketing and public relations: A way to promote public relations value. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1331–1340. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.6.002>
- Rahmawati, R., Rosita, & Asbari, M. (2022). The Role and Challenges of Islamic Religious Education in the Age of Globalization. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 01(01), 6–11. <https://jisma.org/index.php/jisma/article/view/2>
- Riofita, H., & Dimasadra, W. (2022). Strengthening social media capabilities to improve private Islamic higher education marketing performance. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 4(September), 110–125. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol4.iss2.art3>
- Rizal, S. (2019). Humas dalam Perspektif Manajemen Pendidikan Islam. *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)*, 3(1), 16–36. <https://doi.org/10.47766/idarah.v3i1.610>
- Rosyadi, I., Aprilianto, A., & Rofiq, M. H. (2023). Development of Islamic Educational Institutions in Increasing Competitiveness in Madrasah Tsanawiyah. *Chalim Journal of Teaching and Learning*, 3(1), 52–63. <https://doi.org/10.31538/cjotl.v3i1.723>
- Sumardi, R. W., Mahmudah, F. N., Abbas, N., & Suparman, M. F. (2023). Branding Image Strategy in Enhancing the Competitive Advantage of Pondok Pesantren Islamic Center Bin Baz Yogyakarta. *Al Hikmah: Journal of Education*, 4(1), 107–122. <https://doi.org/10.54168/ahje.v4i1.148>
- Zamroni, Z., Baharun, H., Rozi, F., Sholeha, W., & Anggraini, Y. (2022).

Intercultural Communication: Strategy to Improve School Competitiveness Based on Public Demand. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(4), 2886–2895. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.2123>