

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan kehumasan di Indonesia menunjukkan adanya perubahan cara pandang menuju komunikasi berbasis teknologi dan data. Dalam Indonesia *Public Relations Summit 2024*, Menteri Komunikasi dan Informatika, Budi Arie Setiadi, menyatakan bahwa di era digital semua pihak kini berhadapan dengan big data dan komunikasi dua arah yang sangat intens, sehingga strategi kehumasan perlu disesuaikan secara adaptif (APPRI, 2024). Pernyataan tersebut sejalan dengan laporan Indeks Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik yang menyebutkan bahwa media sosial menjadi *platform* paling dominan dalam penyebaran informasi publik di Indonesia (KOMDIGI, 2024). Perkembangan ini menandai bahwa transformasi digital telah menjadi bagian penting dalam praktik komunikasi publik di berbagai sektor, termasuk lembaga pendidikan.

Madrasah sebagai salah satu lembaga pendidikan Islam juga menghadapi tantangan serupa untuk mengelola komunikasi digital secara efektif agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Media sosial kini berperan sebagai sarana strategis dalam menjalin komunikasi dua arah antara lembaga dan publik, sekaligus memperkuat keterbukaan informasi pendidikan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, persentase peserta didik yang menggunakan internet untuk mengakses media sosial tercatat sebesar 58,19 persen pada tahun 2022 (BPS, 2022), meningkat menjadi 66,68 persen pada tahun 2023 (BPS, 2023), dan kembali naik menjadi 67,65 persen pada tahun 2024 (BPS, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan pelajar terus mengalami peningkatan dan menjadi bagian penting dalam kehidupan digital mereka. Fenomena ini membuka tantangan bagi madrasah untuk memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi publik yang berkualitas.

Media sosial sekarang tidak lagi hanya menjadi tempat hiburan, tetapi sudah berubah menjadi alat penting dalam dunia pendidikan dan kehumasan

madrasah. Melalui media sosial, lembaga pendidikan dapat menyebarkan informasi secara luas, membangun komunikasi dengan masyarakat, serta menumbuhkan kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut. Dalam konteks madrasah, media sosial menjadi bagian dari strategi humas yang berfungsi memperkenalkan profil, kegiatan, serta hasil-hasil pendidikan secara profesional kepada khalayak luas (Abdullah et al., 2025). Kementerian Agama juga mendorong transformasi digital madrasah melalui digitalisasi layanan dan pengembangan *smart class* supaya lembaga madrasah tetap relevan di era digital (Romalina, 2024). Namun, efektivitas media sosial sebagai sarana humas sangat bergantung pada bagaimana media tersebut dikelola secara manajerial.

Pencapaian efektivitas komunikasi publik melalui media sosial menuntut pengelolaan humas yang terencana dan sistematis. Strategi komunikasi digital yang efektif perlu diarahkan secara jelas agar pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan direspons secara positif oleh masyarakat (Nurfitriani & Bachtiar, 2022). Dalam praktik manajemen humas, pengelolaan tersebut tercermin dalam upaya membangun hubungan yang harmonis antara lembaga dan publik, mengoptimalkan pemanfaatan media sebagai sarana komunikasi, serta membentuk citra positif lembaga di ruang publik (Dakir, 2018). Apabila pengelolaannya tidak terpadu dan tidak berjalan secara konsisten, maka kualitas komunikasi publik melalui media sosial berpotensi menjadi kurang optimal dan tidak mencapai tujuan yang diharapkan.

Apabila pengelolaannya tidak terpadu dan tidak berjalan secara konsisten, maka kualitas komunikasi publik melalui media sosial berpotensi menjadi kurang optimal dan tidak mencapai tujuan yang diharapkan. Kondisi tersebut juga menjadi tantangan bagi berbagai lembaga pendidikan Islam, termasuk Madrasah Aliyah swasta di Kota Bandung, untuk mengelola komunikasi publik secara lebih efektif di era digital. Madrasah Aliyah di Kota Bandung terdiri atas madrasah negeri dan swasta yang berada di bawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia. Terdapat sekitar 35 Madrasah Aliyah di Kota Bandung yang terdiri atas 2 Madrasah Aliyah Negeri (MAN) dan sekitar 33

Madrasah Aliyah Swasta (MAS) (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2025). Jumlah tersebut menunjukkan bahwa Madrasah Aliyah Swasta memiliki peran yang cukup dominan dalam penyelenggaraan pendidikan Islam tingkat menengah di Kota Bandung. Dari banyaknya MAS yang ada di Kota Bandung, MAS Manbaul Huda menjadi salah satu madrasah yang menarik untuk diteliti karena telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan publikasi informasi kepada masyarakat melalui berbagai platform digital.

Berdasarkan studi dokumentasi, MAS Manbaul Huda Kota Bandung telah memanfaatkan beberapa *platform* media sosial sebagai sarana komunikasi dan publikasi informasi kepada publik. Media sosial yang digunakan meliputi Instagram (@masanda.ok), Facebook (@masandamanbaulhuda), dan YouTube (@masandamanbaulhuda110). Keberadaan beberapa *platform* tersebut menunjukkan adanya upaya madrasah dalam menjangkau masyarakat melalui media digital. Temuan dokumentasi diperkuat oleh hasil wawancara pada 23 September 2025 dengan Ibu Mega, guru Bimbingan dan Konseling yang mengelola Instagram madrasah dan mewakili Wakil Kepala Madrasah Bidang Kurikulum. Hasil wawancara menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari sistem komunikasi publik madrasah.

Di antara berbagai *platform* yang digunakan, Instagram menjadi media yang paling aktif dimanfaatkan oleh MAS Manbaul Huda. Akun Instagram resmi madrasah menggunakan nama @masanda.ok dan dijadikan sebagai fokus dalam penelitian ini. Berdasarkan data profil Instagram, akun tersebut memiliki jumlah pengikut 1,725 yang terus bertambah dan digunakan secara aktif untuk menyampaikan informasi madrasah. Aktivitas konten Instagram meliputi dokumentasi kegiatan peserta didik, pengumuman akademik, publikasi prestasi, serta agenda kelembagaan madrasah. Meskipun Instagram telah dimanfaatkan sebagai media informasi madrasah, pengelolaannya di MAS Manbaul Huda belum diketahui apakah telah dilaksanakan berdasarkan fungsi manajemen humas secara sistematis sehingga kualitas informasi yang disampaikan belum tentu optimal.

Gambar 1.1 Profil Instagram MAS Manbaul Huda



Gambar 2.2 Tampilan Feed Akun Insstagram MAS Manbaul Huda



Gambar 3.3 Contoh Konten Informasi Akademik Pada Instagram MAS Manbaul Huda



Pola penyajian informasi melalui Instagram MAS Manbaul Huda menunjukkan penggunaan desain visual, dokumentasi kegiatan, dan caption informatif yang memuat informasi akademik maupun non-akademik sesuai kebutuhan publik madrasah. Penyajian tersebut dapat dipahami melalui kualitas sumber informasi, kualitas konten, dan kualitas presentasi informasi (A. P. Kurniati et al., 2023). Namun, kualitas informasi yang ditampilkan

melalui Instagram madrasah belum dikaji secara sistematis dalam kaitannya dengan pengelolaan manajemen humas, sehingga kajian tersebut penting untuk dilakukan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penguatan manajemen humas menjadi kebutuhan strategis agar fungsi komunikasi madrasah berlangsung lebih efektif, terarah, dan terukur. Media sosial tidak lagi sekadar sarana publikasi kegiatan, tetapi juga instrumen pembentuk citra lembaga di mata masyarakat. Dalam konteks ini, humas berperan sebagai penghubung antara lembaga pendidikan dan publik, sehingga kualitas komunikasi yang dibangun sangat memengaruhi kredibilitas lembaga (Qoryah et al., 2024). Penerapan manajemen humas yang baik terbukti dapat meningkatkan partisipasi publik, membangun kepercayaan, serta memperkuat citra positif lembaga (Rahmawati et al., 2021). Namun, kajian yang secara khusus mengaitkan fungsi POSLC dalam manajemen humas dengan kualitas informasi media sosial madrasah masih terbatas.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat dipahami bahwa media sosial telah menjadi instrumen penting dalam praktik komunikasi publik madrasah. Keberadaan Instagram sebagai media informasi MAS Manbaul Huda menunjukkan adanya aktivitas humas digital yang perlu dikaji secara ilmiah. Pengelolaan media sosial yang dilakukan tanpa analisis manajerial yang terukur berpotensi memengaruhi kualitas informasi yang diterima oleh publik. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji hubungan antara manajemen humas dengan kualitas informasi madrasah pada *platform* Instagram. Penelitian ini berjudul “Korelasi Antara Manajemen Humas dengan Kualitas Informasi Madrasah.”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen humas di MAS Manbaul Huda Kota Bandung?
2. Bagaimana kualitas informasi media sosial di MAS Manbaul Huda Kota Bandung?

3. Bagaimana korelasi antara manajemen humas dengan kualitas informasi media sosial di MAS Manbaul Huda Kota Bandung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis manajemen humas di MAS Manbaul Huda Kota Bandung.
2. Untuk menganalisis kualitas informasi media sosial di MAS Manbaul Huda Kota Bandung.
3. Untuk menganalisis korelasi antara manajemen humas dengan kualitas informasi media sosial di MAS Manbaul Huda Kota Bandung.

### **D. Manfaat Hasil Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang manajemen humas pendidikan, khususnya terkait pengelolaan media sosial madrasah dan hubungannya dengan kualitas informasi, sehingga dapat menjadi dasar pengembangan strategi komunikasi publik yang lebih efektif dan informatif di lingkungan madrasah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Madrasah

Penelitian ini bertujuan sebagai bahan evaluasi dan dasar pengambilan keputusan dalam pengelolaan fungsi humas di madrasah. Melalui hasil penelitian ini diharapkan penyampaian informasi melalui media sosial dapat dilakukan secara lebih efektif, efisien, profesional, dan berkualitas.

- b. Bagi Tenaga Humas Madrasah

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang konstruktif untuk meningkatkan strategi komunikasi dan publikasi madrasah. Dengan demikian, pengelolaan media sosial dapat dilakukan secara lebih terarah dan

profesional guna mendukung terwujudnya citra positif madrasah di madrasah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang memiliki ketertarikan untuk mengembangkan kajian lebih lanjut mengenai manajemen kehumasan serta peningkatan kualitas informasi melalui media sosial madrasah, baik dalam konteks efektivitas komunikasi, strategi publikasi, maupun penguatan citra lembaga pendidikan Islam.

**E. Kerangka Berpikir**

Manajemen berasal dari bahasa Latin *manus* yang berarti “tangan” dan *agere* yang berarti “melakukan”, yang kemudian berkembang menjadi konsep mengenai kemampuan dalam mengatur dan mengarahkan. George R. Terry dalam *Principles of Management* menjelaskan bahwa manajemen merupakan proses khas yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, manajemen pada hakikatnya adalah proses mengatur seluruh sumber daya secara efektif agar fungsi organisasi berjalan selaras dalam mencapai tujuan bersama (Sutandi et al., 2024).

Prinsip manajemen juga diterapkan dalam bidang hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat (humas) merupakan seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian dan citra positif lembaga. Manajemen humas merupakan proses pengelolaan yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, komunikasi, dan koordinasi yang dilakukan secara terarah dan rasional guna mencapai tujuan bersama dalam suatu organisasi atau lembaga yang diwakilinya (Dakir, 2018). Sebagai profesi, humas berperan menyampaikan informasi serta menumbuhkan dukungan masyarakat terhadap kebijakan lembaga (Rahmad, 2016). Agar peran tersebut berjalan secara optimal, diperlukan penerapan prinsip-prinsip manajerial agar setiap kegiatan komunikasi dapat terarah, terkoordinasi, dan berlangsung secara efektif.

Humas memiliki peran dalam menjalin komunikasi antara lembaga pendidikan dengan publik internal maupun eksternal. Publik internal meliputi

guru, tenaga kependidikan, dan peserta didik, sedangkan publik eksternal mencakup orang tua, masyarakat, serta instansi terkait. Selain membangun komunikasi, humas juga bertanggung jawab untuk memahami opini publik, menampung aspirasi masyarakat, serta menyampaikan informasi dan kebijakan lembaga secara efektif. Melalui peran tersebut, humas berfungsi sebagai penghubung antara lembaga dan masyarakat serta berkontribusi dalam membentuk citra positif lembaga pendidikan (Nasution, 2010).

Keberhasilan manajemen humas dalam lembaga pendidikan dapat diukur melalui hasil yang terlihat pada hubungan sosial dan persepsi publik. Oleh karena itu, indikator tercapainya manajemen humas dalam penelitian ini meliputi hubungan harmonis, pemanfaatan media, dan citra positif. Ketiga indikator tersebut digunakan untuk menilai sejauh mana manajemen humas madrasah berjalan secara efektif, khususnya dalam pengelolaan media sosial (Dakir, 2018).

Berdasarkan uraian tersebut, indikator variabel manajemen humas dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Hubungan Harmonis

Hubungan harmonis menunjukkan kemampuan humas dalam menjalin komunikasi yang baik dengan seluruh warga madrasah serta masyarakat secara berkelanjutan dan saling menghargai. Komunikasi yang terjalin secara positif membantu menciptakan suasana saling percaya dan kerja sama yang mendukung kegiatan dan tujuan madrasah.

#### 2. Pemanfaatan Media

Pemanfaatan media menggambarkan upaya humas dalam menggunakan media sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik secara aktif, kreatif, dan konsisten. Media digunakan untuk menyampaikan berbagai kegiatan, informasi, dan pesan madrasah agar dapat diketahui dan dipahami oleh masyarakat secara luas.

#### 3. Citra Positif

Citra positif mencerminkan pandangan baik masyarakat terhadap madrasah secara umum dan berkelanjutan. Melalui penyampaian informasi yang tepat

dan komunikasi yang baik, humas berperan dalam membangun kepercayaan serta kesan positif terhadap madrasah. Kepercayaan tersebut terbentuk ketika informasi yang disampaikan dinilai konsisten, jelas, dan sesuai dengan realitas madrasah.

Efektivitas manajemen humas yang efektif dapat dilihat dari terjalinnya hubungan yang harmonis, optimalnya pemanfaatan media komunikasi, serta terbentuknya citra positif madrasah di mata masyarakat. Ketiga indikator tersebut saling berkaitan dan menjadi tolok ukur keberhasilan humas dalam mendukung pencapaian tujuan lembaga pendidikan. Dengan demikian, kualitas informasi yang disampaikan mencerminkan efektivitas manajemen humas di mata publik.

Secara etimologis, istilah informasi berasal dari kata Latin *informationem* yang berarti inspirasi, gambaran umum, atau petunjuk. Dalam perkembangannya, istilah ini merujuk pada berbagai bentuk penyampaian pesan seperti tulisan, gambar, grafik, diagram, suara, maupun video. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), informasi dimaknai sebagai keterangan atau data yang berfungsi mendukung penyampaian pesan dalam proses komunikasi (Widarti et al., 2024). Dari pemahaman tersebut, informasi dapat dianggap sebagai hasil pengolahan data atau fakta melalui suatu proses tertentu hingga memiliki makna dan tujuan bagi penerimanya. Informasi yang disusun dan disampaikan dengan tepat akan mampu menambah wawasan serta memberikan pemahaman baru bagi pihak yang menerimanya.

Informasi memiliki keterikatan erat dengan data yang menjadi dasar pembentukannya. Secara konseptual, informasi merupakan hasil dari proses pengolahan data yang mentah menjadi bentuk yang lebih bermakna dan berguna. Data yang tersedia diproses dan dikemas sedemikian rupa agar dapat memberikan manfaat sebagai sumber pengetahuan. Data dapat berupa angka, teks, gambar, dokumen administratif, maupun suara hasil rekaman (Imaddudin, 2022).

Data berperan sebagai bahan baku utama bagi terbentuknya informasi, sehingga tanpa adanya data, informasi tidak akan tercipta. Sebaliknya, data

yang tidak diolah tidak memiliki nilai guna karena belum memiliki makna yang dapat dipahami. Oleh sebab itu, data dan informasi merupakan dua komponen yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Data dibutuhkan sebagai sumber untuk menghasilkan informasi, sementara informasi berfungsi untuk membantu memahami dan menafsirkan data tersebut dengan lebih jelas (Asari et al., 2023). Dengan demikian, pemahaman terhadap hakikat informasi menjadi penting sebagai dasar dalam menilai kualitas informasi yang dihasilkan oleh suatu media.

Meskipun demikian, tidak semua informasi yang dihasilkan secara otomatis memiliki nilai kebermanfaatan yang baik bagi penerimanya. Dalam konteks komunikasi, khususnya pada media sosial lembaga pendidikan, kualitas informasi menjadi faktor utama yang menentukan efektivitas penyampaian pesan kepada publik. Kualitas informasi dapat dipahami melalui tiga aspek utama, yaitu kualitas sumber informasi, kualitas konten informasi, dan kualitas presentasi informasi (A. P. Kurniati et al., 2023). Penelitian ini menetapkan ketiga indikator tersebut sebagai dasar penilaian variabel kualitas informasi pada media sosial Instagram madrasah.

#### 1. Kualitas Sumber Informasi

Kualitas sumber informasi berkaitan dengan kredibilitas pihak yang menyampaikan informasi. Informasi yang berasal dari akun resmi madrasah memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi karena mewakili lembaga secara langsung. Kejelasan sumber membantu publik memahami bahwa informasi dapat dipertanggungjawabkan. Pada Instagram madrasah, kualitas sumber tercermin dari identitas akun yang resmi dan konsisten. Sumber informasi yang baik mendorong penerimaan pesan secara positif oleh publik.

#### 2. Kualitas Konten Informasi

Kualitas konten informasi merujuk pada mutu isi pesan yang disampaikan kepada publik. Konten yang berkualitas disusun secara jelas, terarah, dan sesuai dengan tujuan komunikasi madrasah. Isi informasi perlu relevan dengan kebutuhan siswa, orang tua, dan masyarakat. Pada Instagram madrasah,

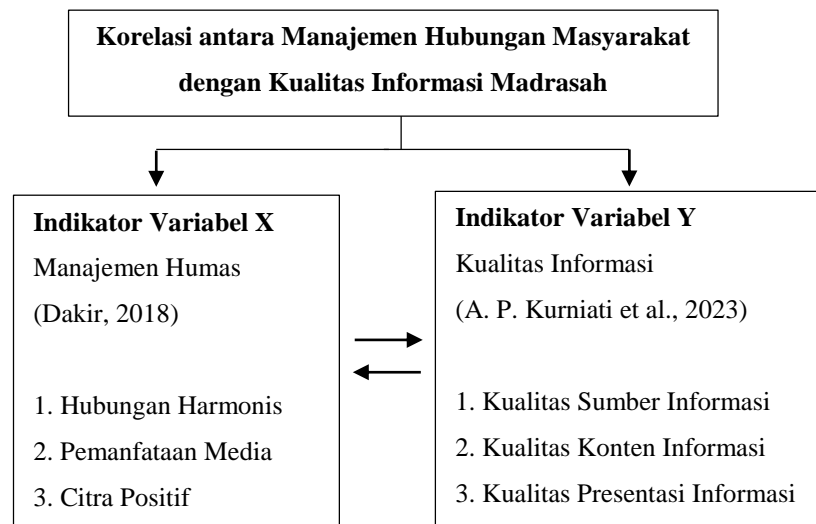
kualitas konten terlihat dari kejelasan pesan dan kesesuaian tema unggahan. Konten yang baik membantu publik memahami informasi secara tepat.

### 3. Kualitas Presentasi Informasi

Kualitas presentasi informasi berkaitan dengan cara penyajian pesan agar mudah dipahami. Penyajian yang baik ditandai dengan bahasa yang jelas dan tampilan visual yang mendukung. Presentasi yang efektif memudahkan publik menangkap makna informasi. Pada Instagram madrasah, hal ini tercermin dari desain unggahan dan penulisan caption. Penyajian yang baik meningkatkan ketertarikan publik terhadap informasi madrasah.

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan, gambaran penelitian ini ialah sebagai berikut:

Gambar 4.4 Kerangka Berpikir



### F. Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka berpikir di atas, hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ): terdapat hubungan antara manajemen humas dengan kualitas informasi media sosial madrasah.
2. Hipotesis Nol ( $H_0$ ): tidak terdapat hubungan antara manajemen humas dengan kualitas informasi media sosial madrasah.

## G. Hasil Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini adalah:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kajian Penelitian
1.	Skripsi, Manajemen Humas dalam Meningkatkan Brand Image Lembaga di SMP Al Huda Kota Kediri (Zulaicho, 2025)	Terdapat persamaan pada variabel x	Terdapat perbedaan pada variabel y, dan metode penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen humas yang efektif melalui perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi mampu meningkatkan citra positif madrasah. Penggunaan media sosial secara terstruktur berperan dalam memperluas visibilitas dan meningkatkan interaksi masyarakat, serta berdampak pada peningkatan jumlah pendaftar dan kepuasan masyarakat.
2.	Skripsi, Manajemen Humas dalam Meningkatkan <i>School Branding</i> di SMP Islam	Terdapat persamaan pada variabel x	Terdapat perbedaan pada variabel y, dan	Hasil penelitian menggambarkan manajemen humas di SMP Islam Al-Azhar 2 Pejaten meliputi perencanaan program,

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kajian Penelitian
	Al-Azhar 2 Pejaten (Fauzi, 2024)		metode penelitian	pembagian tugas, pelaksanaan komunikasi melalui media digital dan sosial, serta evaluasi rutin. Program branding berbasis digital seperti digital classroom dan konten media sosial terbukti meningkatkan citra dan daya tarik madrasah di mata masyarakat.
3	Skripsi, Implementasi Manajemen Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana <i>School Branding</i> Di Madrasah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru (Apriansah, 2024)	Terdapat persamaan pada variabel x	Terdapat perbedaan pada variabel y, dan metode penelitian	Penelitian menemukan bahwa media sosial (Instagram, Facebook, YouTube) digunakan secara terstruktur untuk branding madrasah dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dampaknya positif terhadap citra madrasah dan keterlibatan masyarakat.
	Jurnal, Manajemen	Terdapat persamaan	Terdapat perbedaan	Hasil penelitian menunjukkan integrasi

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kajian Penelitian
	Humas Berbasis <i>Cyber</i> Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru (Indrawati, 2024)	pada variabel x	pada variabel y, dan metode penelitian	strategi humas online dan offline efektif meningkatkan branding madrasah dan jumlah pendaftar baru. Cyber PR melalui WhatsApp, Instagram, Facebook, dan YouTube memperkuat citra madrasah dan kepercayaan publik.
5.	Jurnal, Peranan Manajemen Humas dalam Membangun Branding Image Di SMP IT Nurul 'Azizi Medan (Astika & Chaniago, 2025)	Terdapat persamaan pada variabel x	Terdapat perbedaan pada variabel y, dan metode penelitian	Hasil menunjukkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan TikTok efektif meningkatkan branding madrasah dan menjangkau pengguna lebih luas untuk menarik calon siswa.
6.	Jurnal, Manajemen Keterbukaan Informasi Madrasah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat di	Terdapat persamaan pada variabel y	Terdapat perbedaan pada variabel x, dan metode penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterbukaan dan kualitas informasi yang dikelola secara transparan melalui kanal resmi madrasah mampu meningkatkan

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kajian Penelitian
	SDIT Qurrota A'yun Ponorogo (Riris, 2025)			kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Pengelolaan informasi dilakukan melalui media digital dan layanan informasi publik.
7.	Jurnal, <i>The Role of Public Relations in Improving the Quality of Education in Schools</i> (Abdulloh Afandi et al., 2025)	Terdapat persamaan pada variabel x	Terdapat perbedaan pada variabel y, dan metode penelitian	Penelitian menggambarkan bahwa perencanaan, koordinasi, dan komunikasi PR berperan penting dalam penyebaran informasi yang akurat, manajemen hubungan publik, dan peningkatan mutu layanan pendidikan.
8.	Jurnal, Peran Strategis Manajemen Humas dan Layanan Publik dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di Madrasah	Terdapat persamaan pada variabel x	Terdapat perbedaan pada variabel y, dan metode penelitian	Penelitian menunjukkan humas dan layanan publik berpengaruh pada transparansi, penyebaran informasi, dan hubungan baik dengan masyarakat yang berdampak pada

No	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kajian Penelitian
	(Fadillah Marpaung et al., 2023)			kualitas layanan pendidikan.
9.	Jurnal, Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Reputasi Madrasah di Mata Publik (Sudadi, 2025)	Terdapat persamaan pada variabel x	Terdapat perbedaan pada variabel y, dan metode penelitian	Penelitian menemukan bahwa strategi humas melalui media sosial, website, dan komunikasi dua arah berperan dalam penyampaian informasi yang akurat dan konsisten sehingga meningkatkan reputasi publik madrasah.
10.	Jurnal, Strategi Manajemen Humas sebagai Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan (Masrufa, 2024)	Terdapat persamaan pada variabel x	Terdapat perbedaan pada variabel y, dan metode penelitian	Penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan humas melalui publikasi kegiatan, media digital, dan hubungan masyarakat berdampak pada efektivitas penyampaian informasi dan peningkatan mutu layanan pendidikan.