

MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* DI SMA DARUSSALAM BLOKAGUNG TEGALSARI BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 2021-2022

Moh. Khozin Kharis¹, Elvi Nurdina²

e-mail: Khozinharis7@gmail.com, elvinurdina8@gmail.com

Prodi Manajemen Pendidikan Islam
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* Di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022. Peneliti menemukan beberapa masalah yang dapat untuk diteliti. Adanya persoalan dalam penelitian ini yaitu

Tujuan penelitian ini yaitu: untuk mengetahui bagaimana manajemen humas dalam meningkatkan *brand image*, faktor pendukung dan penghambat manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam blokagung tegalsari Banyuwangi tahun pembelajaran 2021-2022. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis interaktif 3 model yaitu: reduksi data penyajian data dan penarikan kesimpulan. Adapun hasil penelitian meliputi: Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pelajaran 2021-2022, adalah: melakukan kegiatan menyampaikan informasi, promosi, penyebaran brosur, mendatangi sekolah-sekolah, dan mengunjungi masyarakat-masyarakat yang kurang mampu. Faktor pendukung yaitu: semangat dari siswa-siswi, dan mendapat dukungan dari *internal* ataupun *eksternal* yang kompak dalam bekerjasama untuk menghidupkan SMA Darussalam. faktor penghambat yaitu: kekurangan waktu dalam mempromosikan sekolah, kurangnya SDM para guru dan karyawan sekolah.

Kata kunci: manajemen humas, *brand image*

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how public relations management improves brand image, supporting and inhibiting factors of public relations management in improving brand image at SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi in the 2021-2022 academic year. This

research method uses descriptive qualitative. Collecting data through observation, interviews, and documentation. Data analysis used interactive analysis of 3 models, namely: data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results of the research include: Public Relations Management in Improving Brand Image at SMA Daussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi for the 2021-2022 Academic Year, namely: carrying out information conveying activities, promotions, distributing brochures, visiting schools, and visiting underprivileged communities. The supporting factors are: the enthusiasm of the students, and getting support from internal or external who are compact in working together to revive Darussalam High School. inhibiting factors, namely: lack of time in promoting schools, lack of human resources for teachers and school employees.

A. PENDAHULUAN

Dari waktu ke waktu pada zaman modern ini, manajemen dalam dunia sekarang itu sangatlah penting khususnya manajemen humas, maka dari hal tersebut itu diperlukanlah sebuah peranan dari manajemen humas tersebut dalam suatu naungan lembaga pendidikan untuk memberikan pelayanan terhadap masyarakat sekitar secara professional. Dalam memajukan sebuah negara khususnya bangsa Indonesia ini maka diperlukanlah sebuah aset berharga yang berupa pendidikan. Karena pendidikan mampu mencetak generasi yang berkarakter dan berpengalaman dalam membangun serta mengelola bangsa ini. Generasi pada zaman sekarang ini sangatlah berkarakter dan berkualitas dikarenakan keduanya ini dapat terlahir dari lembaga pendidikan islam yang memiliki tujuan, visi dan misi yang searah dengan tujuan yang diharapkan oleh pendidikan.

Pendidikan merupakan sebuah kegiatan yang sangat dibutuhkan dalam menyempurnakan serta menyeimbangi dalam proses pengembangan individu masing-masing ataupun individualis masyarakat itu sendiri. Didunia pendidikan ini tidak hanya tentang hal tersebut namun disebut juga sebuah proses yang dimana ada suatu pihak yang perlu

menjalin komunikasi serta bekerja sama dengan tujuan untuk mengembangkan lembaga pendidikan secara tinggi serta berkualitas. Lembaga pendidikan islam yang tinggi dan berkualitas ini merupakan sebuah instansi pendidikan yang memiliki citra positif dari masyarakat sekitarnya.

Citra positif tersebut dapat diperoleh dari proses, kerja sama, serta tindakan yang dilakukan oleh seluruh warga sekolah yang meliputi: guru, karyawan serta siswa yang ada di lembaga pendidikan islam tersebut. Adanya prestasi akademik maupun non akademik yang juga menunjang keberhasilan sebuah lembaga pendidikan islam. selain itu citra merek juga merupakan harta berharga yang wajib dimiliki setiap lembaga digunakan untuk bukti eksistensi dan kualitas suatu lembaga.

Citra merek sekolah menunjukkan kualitas pendidikan yang ada di sekolah atau lembaga tersebut. Sedangkan prestasi sekolah dan lainnya sebagai *indicator* yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan sebuah program pendidikan. Respon masyarakat terhadap *brand image* terwujud pada sebuah kenyataan dan pendapat masyarakat yang seiring berjalanya waktu yang dapat membangun sekolah menjadi lebih baik. hal tersebut dapat terwujud jika semua hambatan dan tantangan mampu dikelola dengan baik. Seorang manajemen humas memiliki tugas dalam mengelola sekolah serta bisa memberikan ide-ide yang cemerlang dengan bertujuan untuk meningkatkan citra merek pada sekolah tersebut. Cara tersebut dilakukan untuk menyetarakan antara masyarakat dan siswa agar tetap menjalin hubungan yang baik serta mencapai tujuan yang diinginkan. Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga atau produk barang dan jasa pelayanan yang diwakili oleh pihak Humas. Menciptakan citra positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi

aktivitas humas dalam melaksanakan perannya dilingkungan pendidikan. Manajemen humas diperhitungkan sebagai langkahterbaik perusahaan dalam menjaga dan memelihara citra merek dalam dua bisnis. Manajemen humas diharapkan mampu menciptakan citra positif kepada konsumen hingga mereka tetap loyal kepada merek produk maupun percaya pada kreadibilitas perusahaan. Dalam melaksanakan peranya manajemen humas juga membutuhkan perencanaan yang baik dalam menyusun strategi yang digunakan. Strategi yang digunakan yaitu dengan menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar di luar maupun di dalam lembaga pendidikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022”.

Kemudian pada fokus penelitian ini peneliti hanya memfokuskan pada 2 pokok bahasan masalah: (1) Bagaimana implementasi Manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022?, (2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022?. Pada tujuan penelitian, peneliti juga memiliki 2 tujuan: (1) Untuk mengetahui implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022. (2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan didalam penulisan karya ilmiah ini yakni dengan metode penelitian kualitatif atau disebut penelitian naturalistik yaitu sebuah metode yang digunakan untuk meneliti objek yang apa adanya atau objek yang alamiah serta untuk menghasilkan data hasil yang akurat. Metode ini dipilih untuk menggali dan mendeskripsikan sebuah hasil penelitian untuk jawaban dari fokus masalah penelitian dalam bentuk pemaparan apa yang telah dilihat, didengar, dirasakan dan ditanyakan kepada informan sehingga akan mendapatkan data yang secara nyata. Sesuai seperti yang telah dipaparkan oleh Sugiyono (2015:29), yaitu bahwa pada tahap deskripsi peneliti mendeskripsikan apa yang telah dilihat, didengar, dirasakan serta ditanyakan untuk menemukan sebuah informasi dan data kemudian disusun dengan sejelast-jelasnya untuk mendapatkan hasil yang sesuai, baik dan benar. Lokasi penelitian yang dilakukan peneliti yakni bertempat di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi khususnya bagian WKS humas. Data dan sumber data yang peneliti gunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yakni dari staf dan karyawan, kepala sekolah, sedangkan sumber data sekunder dengan dokumentasi penelitian baik berupa

Teknik pengumpulan data ini menggunakan tiga tahapan yakni: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan tiga model yakni: reduksi data, penyajian data, dan pengambilan keputusan

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Pembelajaran Tahun 2021-2022
 - a. Perencanaan Meningkatkan *Brand Image*
 - 1) Promosi dengan efektif

Sebelum mencapai tujuan yang diinginkan WKS Humas di SMA Darussalam mempunyai sebuah perencanaan yang telah berjalan sesuai dengan harapan dari Kepala Sekolah, dengan alasan dan ditunjukkan bukti bahwa dalam setiap tahunnya SMA Darussalam Blokagung mengalami peningkatan pada jumlah pendaftar calon peserta didik baru setiap tahun ajaran baru. Pun beberapa *stakeholder eksternal* juga menyatakan bahwa WKS Humas sering melaksanakan program yang ada di sekolah serta menyebarkan informasi terkait kegiatan yang nantinya akan di lakukan di masyarakat.

Selain itu manajemen humas menyusun program-program lainnya yang bertujuan untuk lebih meningkatkan *brand image* SMA Darussalam melalui program-program ini mampu untuk membangun serta menambah hubungan kekeluargaan yang harmonis antara sekolah dengan pihak luar sekolah, mulai dari orang tua, siswa, masyarakat, alumni, dan elemen masyarakat lainnya. Sesuai yang telah diungkapkan oleh G.R Terry (2011:14) mengatakan bahwa manajemen merupakan proses khas yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengendalian serta evaluasi. Definisi tersebut sama dengan yang dikemukakan Dengan hal ini menunjukkan bahwa masyarakat merasa bangga menjadi bagian dari SMA Darussalam. Masyarakat menyatakan tentang perilaku yang disiplin sesuai dengan nilai positif di masyarakat.

2) Memanfaatkan media sosial

Dalam promosi secara efektif haruslah banyak-banyak menggunakan cara agar lebih menarik perhatian konsumennya. Maka dari itu haruslah ada penunjang dalam melaksanakannya dengan tunjangan tersebut diharapkan dapat memudahkan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Alat yang digunakan untuk penunjang tersebut selain untuk menunjang kegiatan promosi juga mempunyai kelebihan

yakni alat tersebut bisa mengimbangi proses promosi agar dapat lebih dimengerti oleh konsumen. Seperti yang di kemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Keller (2012:568), yaitu sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

b. Pelaksanaan Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022

1. Turun ke unit-unit tingkat SLTP

Upaya untuk mendapatkan kesetiaan dari konsumen lembaga pendidikan diperlukan menerapkan teori manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung. Dengan cara tersebut bisa mengidentifikasi apa yang menjadi keluhan, dan harapan yang datang dari konsumennya. Teori manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* ini juga bisa dipergunakan sekolah untuk mengetahui konsumennya dengan percaya menggunakan jasa yang ditawarkan oleh sekolah. hal ini dilakukan hanya untuk meningkatkan kualitas layanan yang akan diberikan kepada pelanggan.

Acuan yang dipakai oleh SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi dalam menerapkan teori meningkatkan *brand image* untuk menarik konsumen yaitu dengan melakukan survey promosi secara efektif yang telah sesuai dengan yang di kemukakan oleh terhadap wali murid sebagai konsumen utama SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Sekaligus menyebarkan angket kepada calon pelanggan terkait untuk mengetahui informasi SMA

Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi baik dari internet, spanduk, brosur atau rekomendasi orang tertentu/ alumni.

2. Memanfaatkan media social

Perkembangan alat teknologi yang makin canggih sekarang ini memaksa lembaga pendidikan seperti SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi harus bisa beradaptasi dan mengikutinya. Beberapa layanan yang diberikan oleh SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi sudah mulai menggunakan digital. Layanan dunia digital yang diberikan oleh SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi ini yakni bertujuan untuk memudahkan dan memanjakan konsumen dalam menggunakan fasilitas yang dapat dimanfaatkan seperti dalam penerapan teori *meningkatkan brand image* SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi memanfaatkan media massa salah satunya yaitu brosur yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang sekolah serta untuk memberikan informasi yang ada di sekolah untuk disampaikan kepada sanak familinya atau masyarakat sekitarnya yang ingin melanjutkan ke pendidikan tingkat SLTA. Selain untuk memudahkan konsumen untuk mengetahui berbagai macam info dari sekolah, dunia digital ini bertujuan untuk memudahkan SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi melakukan promosi.

Sesuai yang dikemukakan Philip Kotler dan Kevin Keller (2012:568), media social merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling

berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

- c. Evaluasi Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022

1) Rapat Evaluasi meningkatkan *Brand image*

Dalam Evaluasi Evaluasi meningkatkan *Brand image* di SMA Darussalam Blokagung melakukan secara terus menerus atau berkesinambungan serta setiap waktu. Kemudian WKS Humas SMA Darussalam Blokagung bersama stafnya mengadakan rapat setiap satu bulannya. Yang dalam proses pengevaluasian tersebut terdapat pemberian motivasi serta pengontrolan selama satu bulan dikelolanya program dalam bentuk promosi yang efektif di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi. Evaluasi dilakukan agar WKS Humas serta yang membntunya mengetahui kendala serta titik kelemahan pada Brand Image SMA Darussalam Blokagung. . Sedangkan menurut Ruslan Rosady (2016:12) Media social lah yang mempengaruhi manajemen humas dalam perkembangannya, selain dikatakan sebagai penyebaran informasi yang merakyat, media sosial juga dapat menggugah ketertarikan masyarakat pada lembaga pendidikan yang dikenalkannya.

Hal tersebut menunjukkan bahwa upaya implementasi teori meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi dan jumlah siswa-siswi dari tahun ke tahun semakin meningkat baik dari sekolah intern (SMP Plus dan MTS A) atau ektern (SMP/MTS Luar). Manajemn humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi telah dilaksanakan dengan baik dengan bukti konsumen masih tetap loyalitas menggunakan jasanya.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung.

Dalam segala program yang dilaksanakan di sekolah tentunya memiliki masalah serta ada faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam mencapai tujuan yang diinginkan begitu juga dengan pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung yang baik bagi lembaga pendidikan.

a. Faktor Pendukung

Ada beberapa faktor pendukung yang dapat membantu untuk meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi. Yaitu:

1) Adanya dukungan dari dalam (*internal*)

Sebagai bentuk dukungan dalam implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung, maka kepala sekolah, WKS Humas merasa untuk lebih meningkatkan *brand* yang ada di SMA tersebut.

2) Banyak yang mendukung

Banyak pihak yang mendukung SMA Darussalam Blokagung, orang yang tahu yakni orang yang memang mengerti dan memahami seluk beluk sekolah yang mendukung adanya SMA Darussalam untuk juga menjadi lahan untuk mereka menyalurkan ilmu tidak hanya itu seluruh kegiatan yang ada di SMA Darussalam Blokagung benar-benar banyak sekali manfaatnya.

b. Faktor penghambat

1) Kurangnya pendanaan

Dalam proses penerapan implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung

ada salah satu penghambat yaitu kurangnya dana yang digunakan untuk promosi dan lain-lain , karena kurangnya dana akan menghambat proses promosi.

2) Kurangnya waktu untuk promosi.

Dalam menjalankan sebuah program ada beberapa faktor yang mendukung dalam manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam yaitu (1) Mendapat dukungan dari komponen sekolah meliputi yayasan pondok pesantren Darussalam Blokagung (sebagai legalitas). Bekerjasama untuk menghidupkan SMA Darussalam. (6) Orang tua turut mendukung dalam peraturan yang dijalankan

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan di Bab IV dan pembahasan di Bab V, maka penelitian dalam skripsi ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *Brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun 2021-2022 tahap pertama ialah perencanaan yang didalamnya meliputi 1) Melakukan promosi secara efektif 2) memanfaatkan media social adapun tahap yang kedua yakni pengorganisasian yang meliputi 1) Turun langsung ke unit-unit tingkat SLTP 2) Mengunjungi rumah-rumah orang yang tidak mampu adapun tahap yang ke tiga yakni pengevaluasian yang meliputi 1) Rapat dengan kepala sekolah, WKS Humas dan anggota yang menjalankan program.
2. faktor pendukung dan faktor penghambat yang tertera sebagai berikut:
 - a. Faktor pendukung

Adapun faktor yang mendukung dalam manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam: (1) Mendapat dukungan dari komponen sekolah meliputi yayasan pondok pesantren

Darussalam Blokagung (sebagai legalitas). (2) Adanya dukungan dari dalam (*internal*) yang bekerjasama dengan tenaga pendidik (dewan guru) untuk menghidupkan kegiatan yang ada di SMA Darussalam baik itu bersifat akademik ataupun Non akademik.

b. Faktor penghambat

Adapun faktor penghambat dalam manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam :1) Kurangnya SDM para guru dan karyawan sekolah.berselesih paham dalam bekerjasama.2) Kurangnya waktu untuk promosi.

E. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

- a. Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *Brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari tahun pembelajaran 2021-2022 mendukung dari teori Kotler bahwa brand image merupakan sebuah tanda yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dengan tujuan untuk memnbedakan antara yang satu dengan yang lainnya. Adanya manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam membuat sekolah lebih diminati oleh konsumen dan lebih menarik calon pengguna jasa lembaga pendidikan.
- b. Disamping menarik perhatian melalui cara promosi secara efektif sesuai teori Keller cara yang digunakan yakni memanfaatkan media social, hal tersebut digunakan untuk menunjang kegiatan promosi.
- c. Adanya kekurangan dana menjadi salah satu faktor penghambat bagi siswa karena tidak semua yang diinginkan pengguna jasa terpenuhi.

2. Implikasi kebijakan

Bagi sekolah lain SMA Darussalam Blokagung menjadi referensi dalam tercapainya program. Semua itu dapat dilihat dari program dan strategi yang diterapkan oleh sekolah. karena semua lembaga pendidikan selalu memiliki cita-cita untuk meningkatkan *brand image* dilembaganya masing-masing.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Aedianto, Elvinarno. (2013). *Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aksara. Robbins, S., & Coulter, M. (2002). *Manajemen*. Jakarta: Gramedia.
- Ardiato, Elvinaro, (2008) *Public Relation: pendekatan praktis untuk menjadi komunikator, orator, presenter dan juru kampanye handal*. Bandung: widya padjadjaran.
- Cutlip, M.scoot.2009. *Effective Public Relations*, Jakarta: Kencana
- Center, H.Allen. 2009. *Effective Public Relations*, Jakarta: Kencana
- Danandjaja. (2011). *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Graha Ilmu.
- Deddy, M. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja.
- Effendy, O. U. (2009). *Human Relations &Public Relations*.
- Elyus, Dinda Septiana, and Muhamad Sholeh. "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi Covid 19." *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 9 (2021): 281-289.
- Husnul, 2019. *Manajemen hubungan masyarakat dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Hulu Sungai Utara*. Diss. IAIN Palangka Raya
- Khoiruddin, Nurul. *Upaya Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah (Studi Kasus di MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran 2014/2015)*. Diss. STAIN Kudus, 2016.
- Kotler, Philip. Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Erlangga.

- Keller dan Kotler (2008) *tentang brand image Bandung. PT remaja Rosdakarya.*
- Kotler, Philip. (1997) *Manajemen Pemasaran Jilid 2: Analisis Perencanaan Implementasi, dan Kontrol.* Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, Jld.2.
- Kotler dan Keller (2012). *Tentang Aspek-aspek brand image.* Jakarta: Bumi aksara.
- Laksana dan Mukarom (2016) *Tentang Manajemen Humas.* Jakarta: Emir.
- Mary, coulter. (2010), *Manajemen.* Edisi ke sepuluh Jakarta: PT. Indeks.
- Muhammad Toha, (2016) *Manajemen Pendidikan Islam, Konseptual Dan Operasional.* Surabaya: Pustaka Radja.
- Mukarom, Zainal dan Laksana muhibudin wijaya. 2015. *Manajemen public relations (panduan efektif pengelolaan hubungan).* Surakarta: pustaka setia.
- Pidarta, (1988) *Manajemen Pendidikan Indonesia.* Jakarta: PT. Bina Aksara. Hal 190 – 191.
- Rukmana, Yulia. , (2016.). *Strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan: Studi multi kasus di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo.* Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Robbins P. (2010), *Manajemen.* Edisi ke sepuluh Jakarta: PT. Indeks.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi.* Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Rahmat, Abdul. 2016. *Manajemen Humas Sekolah.* Yogyakarta: Media Akademi.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode teknik wawancara*. Bandung: Alfabeta CV.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, (analisis interaktif 3 model)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wijaya, Ida Suryani, and M. Al Amin. (2020). Strategi Public Relations dalam Pengembangan Brand Image Sekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Kota Samarinda." *LENTERA*.