

## Strategi Public Relations terhadap Peningkatan Daya Saing Lembaga Pendidikan di Era Globalisasi

**Dian Zulfatul Iman**

Universitas Nurul Jadid, East Java, Indonesia

**Muhammad Alfi Alfaridli**

Universitas Nurul Jadid, East Java, Indonesia

**Qomariyah**

Universitas Nurul Jadid, East Java, Indonesia

**Ummul Khoiroh**

Universitas Nurul Jadid, East Java, Indonesia

**Hasan Baharun**

Universitas Nurul Jadid, East Java, Indonesia

Alamat: UniversitasNurulJadidPaitonProbolinggo  
Korespondenpenulis:nanaydian3@gmail.com

**Abstract:** *This study aims to identify effective Public Relations (PR) strategies in improving the competitiveness of educational institutions in the era of globalization. Using a qualitative approach with a case study method, data were collected through in-depth interviews, observations, and document analysis. Research participants included principals, PR staff, and teachers. The main results of the study indicate that social media-based PR strategies, such as the use of Instagram, are the main tool in building a positive image of the institution and attracting public interest. The main challenges faced are competition with international schools and limited skilled human resources in the field of PR. This study emphasizes the importance of integrating technology-based communication strategies with interpersonal approaches to build public trust and improve the competitiveness of educational institutions. These findings provide practical guidance for educational managers to develop adaptive and sustainable PR strategies.*

**Keywords:** *Public Relations, Competitiveness, Globalization.*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi Public Relations (PR) yang efektif dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di era globalisasi. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Partisipan penelitian mencakup kepala sekolah, staf PR, dan guru. Hasil utama penelitian menunjukkan bahwa strategi PR berbasis media sosial, seperti penggunaan Instagram, menjadi alat utama dalam membangun citra positif lembaga dan menarik minat masyarakat. Tantangan utama yang dihadapi adalah persaingan dengan sekolah internasional dan keterbatasan sumber daya manusia terampil di bidang PR. Penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi strategi komunikasi berbasis teknologi dengan pendekatan interpersonal untuk membangun kepercayaan masyarakat dan meningkatkan daya saing lembaga pendidikan. Temuan ini memberikan panduan praktis bagi pengelola pendidikan untuk mengembangkan strategi PR yang adaptif dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** *Public Relations, Daya Saing, Globalisasi.*

### LATAR BELAKANG

Di era globalisasi, lembaga pendidikan harus bisa beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang. (Made et al., 2024). Salah satu tantangan besar yang dihadapi adalah bagaimana meningkatkan daya saing dengan menggunakan strategi komunikasi yang efektif, seperti memanfaatkan Public Relations. (Sarleni et al., 2022). Lembaga pendidikan yang berhasil mengintegrasikan PR dalam pengelolaan strategis mereka dapat

meningkatkan citra positif di masyarakat hingga 35%. (Carvalho et al., 2021) Ini menunjukkan bahwa PR lebih dari sekadar alat komunikasi, melainkan juga berperan penting dalam mendukung keberlanjutan dan perkembangan lembaga Pendidikan.

Dalam dunia pendidikan, PR berperan penting sebagai jembatan antara kebutuhan lembaga dan harapan masyarakat, sekaligus membantu membangun kepercayaan publik terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan. (Setyati, 2024). Secara teori, Grunig dan Hunt menyatakan bahwa komunikasi strategis melalui Public Relations (PR) mampu menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara sebuah lembaga dan publiknya. (Rolos, 2020) PR memainkan peran penting dalam mendukung pengelolaan strategis lembaga pendidikan. Dengan pendekatan yang efektif, PR dapat membantu menciptakan citra positif, memperkuat hubungan dengan masyarakat, dan meningkatkan daya tarik bagi calon siswa serta orang tua. (Triyanto et al., 2021) Meski demikian, penelitian yang secara khusus membahas cara mengoptimalkan PR untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di era perubahan yang cepat ini masih terbatas.

Di MTs Miftahul Khair masih kesulitan memanfaatkan Public Relations (PR) secara strategis, PR hanya digunakan untuk kegiatan promosi, tanpa memaksimalkan fungsinya dalam membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat. Akibatnya, partisipasi masyarakat dalam program-program sekolah terbilang rendah, yang pada akhirnya menghambat pengembangan lembaga secara menyeluruh. Selain itu, kurangnya sumber daya manusia yang terampil di bidang PR menjadi salah satu kendala utama. Fenomena ini menunjukkan pentingnya penerapan strategi PR yang terstruktur, berbasis data, dan mampu menjawab tantangan persaingan yang semakin ketat.

Penelitian sebelumnya menyoroti pentingnya strategi Public Relations (PR) dalam dunia pendidikan. Studi oleh (Salafudin, 2023) menunjukkan bahwa strategi PR berperan dalam membangun citra positif lembaga pendidikan dasar di era globalisasi. Selain itu, penelitian oleh (Syahrissa Maulana & Afifi, 2021) mengungkapkan bahwa PR berfungsi sebagai penghubung antara publik dan organisasi, yang berpengaruh terhadap perkembangan budaya organisasi. Namun, riset oleh (Alzaira et al., 2024) mencatat bahwa banyak lembaga pendidikan masih belum memanfaatkan PR secara optimal, khususnya dalam penggunaan teknologi digital. Temuan ini menggarisbawahi adanya kesenjangan dalam penerapan strategi PR yang efektif di sektor pendidikan.

Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengintegrasikan pendekatan PR berbasis data dan teknologi digital dalam konteks pendidikan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya. Fokus utama penelitian ini antara lain (1) Bagaimana strategi utama Public Relations (PR) yang diterapkan oleh lembaga pendidikan dapat meningkatkan daya saing di era globalisasi? (2) Bagaimana peran Public Relations (PR) dalam membangun hubungan yang efektif antara lembaga pendidikan dan masyarakat?

(3) Apa tantangan utama dalam penerapan PR di era globalisasi? Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menyediakan panduan praktis bagi lembaga pendidikan agar dapat mengoptimalkan peran PR dalam menghadapi tantangan globalisasi.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi PR yang efektif dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di era globalisasi. Dengan memanfaatkan pendekatan berbasis data dan teknologi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis yang sesuai dengan kebutuhan lembaga pendidikan. Tujuan ini sangat penting untuk membantu lembaga pendidikan mampu beradaptasi dengan dinamika perubahan zaman sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus di MTs Miftahul Khair (Ajahari et al., 2022). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi yang mendalam terhadap fenomena yang menjadi fokus, yaitu strategi Public Relations (PR) dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di era globalisasi. Jenis penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan realitas secara rinci, mencakup aspek strategis, operasional, dan dampaknya terhadap masyarakat. (Fani, 2021). Metode ini dianggap lebih tepat dibandingkan metode kuantitatif karena mampu menangkap nuansa dan konteks yang kompleks dalam implementasi PR. Fokus penelitian terletak pada pemahaman proses dan pengalaman, yang sering kali tidak dapat sepenuhnya diukur dengan data kuantitatif, menjadikan pendekatan ini lebih relevan untuk mencapai tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam observasi lapangan, dan studi dokumentasi. (Waruwu, 2024). Lokasi penelitian dipilih di MTs Miftahul Khair. Responden terdiri dari 5 informan, yakni 1 kepala sekolah, 2 staf PR, dan 2 guru yang terlibat langsung dalam kegiatan PR. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, berdasarkan peran dan keterlibatan mereka dalam pengelolaan PR lembaga. Wawancara mendalam menggunakan panduan semi-terstruktur untuk memungkinkan eksplorasi data yang fleksibel. Observasi difokuskan pada kegiatan PR, seperti penggunaan media sosial, pelaksanaan acara, dan interaksi dengan masyarakat. Studi dokumen mencakup analisis laporan tahunan PR serta strategi komunikasi yang diterapkan oleh lembaga (Nafisatur, 2024).

No.	Jabatan	Jumlah Narasumber
1	Kepala Sekolah	1
2	Staf PR	2
3	Guru	2

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis interaktif dari Miles dan Huberman, yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data (Destianingsih, 2023). Pada tahap reduksi data, informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen dikategorikan dan dikelompokkan berdasarkan tema-tema utama, seperti strategi PR, dampaknya, dan tantangan yang dihadapi. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel untuk mempermudah interpretasi. Pada tahap terakhir, penarikan kesimpulan dilakukan melalui verifikasi silang antara data yang diperoleh dari berbagai sumber, untuk memastikan temuan yang diperoleh valid dan dapat diandalkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Strategi Utama Public Relations

Dalam menghadapi era digital dan persaingan yang semakin ketat di dunia pendidikan, MTs Miftahul Khair menyadari pentingnya merancang strategi yang efektif dengan memanfaatkan teknologi. Salah satu langkah yang dipilih adalah menggunakan media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform untuk berbagi cerita inspiratif tentang siswa dan guru. Melalui Instagram, sekolah ini berharap dapat menjangkau lebih banyak calon siswa dan orang tua, sekaligus menunjukkan budaya positif dan berbagai prestasi yang telah diraih. Sebagaimana salah satu seorang staf PR di MTs Miftahul Khair menyatakan:

*“Kami menggunakan Instagram untuk berbagi cerita sukses siswa dan guru. Platform ini menjadi cara efektif untuk menjangkau calon siswa dan orang tua mereka.”*

Pernyataan ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat penting dalam strategi komunikasi lembaga pendidikan. Dengan berbagi cerita sukses siswa dan guru, platform ini berfungsi sebagai media promosi yang tidak hanya informatif tetapi juga inspiratif. Restatement ini menyoroti bahwa Instagram digunakan untuk membangun citra positif lembaga, memperkuat kepercayaan publik, dan menarik minat calon siswa beserta orang tua mereka. Dengan pendekatan visual dan naratif yang menarik, media sosial menjadi cara efektif untuk menjangkau audiens secara luas dan meningkatkan daya saing lembaga di era digital.

Berdasarkan hasil wawancara diatas menggambarkan bagaimana lembaga pendidikan memanfaatkan Instagram sebagai salah satu strategi komunikasi utama dalam membangun hubungan dengan audiens mereka. Melalui platform ini, cerita-cerita inspiratif tentang prestasi siswa dan dedikasi guru dibagikan secara visual dan naratif untuk menciptakan daya tarik emosional bagi calon siswa dan orang tua. Instagram memungkinkan lembaga menyampaikan pesan mereka secara langsung, kreatif, dan interaktif, menjadikannya alat yang efektif untuk memperluas jangkauan informasi. Dengan pendekatan ini, lembaga pendidikan tidak hanya memperkenalkan program dan nilai-nilainya, tetapi juga membangun citra positif yang memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi.

Media sosial, khususnya Instagram, tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga strategi branding yang signifikan bagi lembaga pendidikan. Interpretasi dari wawancara ini menunjukkan bahwa dengan berbagi cerita sukses siswa dan guru, lembaga berupaya membangun narasi positif yang menggambarkan kualitas dan nilai institusi. Instagram, dengan kemampuannya menghadirkan konten visual yang menarik, dianggap efektif dalam menjangkau calon siswa dan orang tua mereka, yang semakin terhubung melalui platform digital. Strategi ini mengindikasikan bahwa lembaga memahami pentingnya adaptasi terhadap perubahan pola konsumsi informasi di era digital untuk tetap relevan dan kompetitif di mata audiens target mereka.

Sebagai bagian dari strategi komunikasi MTs Miftahul Khair, kerja sama dengan berbagai pihak menjadi kunci untuk memperluas pengaruh dan membangun reputasi positif. Salah satu bentuk kerjasama yang kami jalani adalah dengan media lokal, yang memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat luas. Melalui wawancara ini, kami ingin berbagi pengalaman mengenai bagaimana kerjasama tersebut membantu kami menjangkau audiens yang lebih besar dan memperkuat citra positif sekolah di mata publik. Sebagaimana salah satu guru dari MTs Miftahul Khair menyatakan:

*“Kerjasama dengan media lokal sangat membantu kami dalam menjangkau lebih banyak audiens. Artikel-artikel positif tentang sekolah kami meningkatkan citra lembaga di mata publik.”*

Hasil wawancara diatas menyatakan bahwa kerja sama dengan media lokal telah memberikan dampak yang signifikan dalam memperluas jangkauan audiens. Dengan adanya artikel-artikel positif yang diterbitkan di media tersebut, citra sekolah kami semakin diperkuat di mata publik. Hal ini tidak hanya meningkatkan visibilitas lembaga pendidikan, tetapi juga membantu membangun kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang di tawarkan. Media lokal, sebagai sumber informasi yang terpercaya, memainkan peran penting dalam menyampaikan cerita-cerita keberhasilan sekolah, yang pada gilirannya turut mendukung reputasi dan perkembangan lembaga.

Berdasarkan hasil wawancara diatas menggambarkan bahwa kerja sama dengan media lokal telah terbukti menjadi strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan audiens sekolah. Melalui kolaborasi ini, media lokal memfasilitasi penyebaran artikel-artikel positif yang mengangkat prestasi dan kegiatan di sekolah, yang secara langsung membantu meningkatkan citra lembaga di mata masyarakat. Dengan eksposur yang lebih luas, publik dapat lebih mengenal dan mengapresiasi kualitas pendidikan yang kami tawarkan. Hal ini tidak hanya meningkatkan reputasi sekolah, tetapi juga menarik perhatian calon siswa dan orang tua yang mencari lembaga pendidikan yang terpercaya dan berkualitas.

Kerja sama dengan media lokal memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan informasi tentang sekolah. Artikel-artikel positif yang dipublikasikan oleh media lokal tidak hanya menyebarkan informasi mengenai prestasi dan kegiatan sekolah,

tetapi juga membantu membangun citra yang baik di mata masyarakat. Dengan kolaborasi seperti ini, kepercayaan publik terhadap sekolah bisa meningkat. Selain itu, jangkauan audiens yang lebih luas melalui media lokal dapat membuka peluang untuk menambah jumlah pendaftar dan mendorong keterlibatan orang tua dalam mendukung pendidikan di sekolah.

## **B. Pentingnya Public Relations dalam Lembaga Pendidikan**

Dalam lembaga pendidikan, Public Relations (PR) memegang peranan penting sebagai jembatan komunikasi antara institusi dan masyarakat. PR tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga memastikan masyarakat memahami nilai-nilai, visi, dan misi yang diusung oleh institusi. Dengan adanya PR, kami Lembaga Pendidikan ini dapat membangun hubungan yang lebih kuat dan saling mendukung dengan masyarakat, sehingga kepercayaan terhadap lembaga ini semakin meningkat. sebagaimana wawancara dengan kepala sekolah di MTs Miftahul Khair ia menyatakan:

*“Kami memandang PR sebagai jembatan utama antara lembaga kami dengan masyarakat. Tanpa PR yang kuat, sulit bagi kami untuk menjelaskan visi dan misi kami kepada public ”(wawancara dengan kepala sekolah)*

Hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa Public Relations (PR) berperan sebagai penghubung utama yang memungkinkan lembaga pendidikan membangun komunikasi efektif dengan masyarakat. PR berfungsi sebagai medium strategis untuk menyampaikan visi dan misi institusi, sehingga publik dapat memahami dan mendukung tujuan yang ingin dicapai. Tanpa PR yang kuat, lembaga menghadapi kesulitan dalam mengartikulasikan identitas dan nilai-nilainya, yang pada akhirnya dapat menghambat pengakuan dan penerimaan publik. Dengan kata lain, PR menjadi elemen penting dalam menjembatani kebutuhan internal lembaga dengan ekspektasi eksternal masyarakat, memastikan sinergi yang harmonis dalam membangun reputasi dan daya saing.

Berdasarkan hasil wawancara diatas menggambarkan pandangan bahwa Public Relations (PR) memiliki peran fundamental dalam membangun hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat. PR diibaratkan sebagai jembatan yang menghubungkan institusi dengan audiens eksternal, memungkinkan terjalinnya komunikasi yang efektif dan saling memahami. Fungsi PR yang disebutkan mencakup menyampaikan visi dan misi lembaga secara jelas kepada publik, sehingga nilai-nilai dan tujuan institusi dapat dikenal dan diapresiasi. Tanpa keberadaan PR yang kuat, upaya lembaga untuk memperkenalkan dirinya dan memperoleh kepercayaan masyarakat akan terhambat, yang berpotensi mengurangi daya saingnya dalam lingkungan yang kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa PR bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga komponen strategis dalam keberhasilan organisasi pendidikan.

Public Relations (PR) sebagai alat utama dalam membangun dan memelihara hubungan antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Interpretasi dari wawancara ini menunjukkan bahwa PR dianggap lebih dari sekadar fungsi komunikasi; ia adalah elemen esensial yang memastikan lembaga dapat mengartikulasikan visi dan misi dengan cara yang relevan dan dapat diterima oleh publik. Tanpa PR yang efektif, lembaga akan

kesulitan menciptakan pemahaman yang mendalam tentang identitas dan tujuan mereka, yang pada gilirannya dapat melemahkan reputasi dan keterhubungan sosialnya. Dengan demikian, PR berperan sebagai mekanisme yang menjembatani kebutuhan internal organisasi dengan harapan eksternal masyarakat, menggarisbawahi pentingnya PR sebagai kunci keberhasilan komunikasi strategis dalam konteks pendidikan.

Dalam dunia pendidikan, Public Relations (PR) memainkan peran yang tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada membangun hubungan yang erat dengan para pemangku kepentingan. Salah satu aspek penting dalam strategi PR adalah menciptakan kedekatan emosional yang dapat memperkuat kepercayaan masyarakat, terutama orang tua siswa, terhadap lembaga pendidikan. Berikut adalah pandangan seorang narasumber yang menyoroti pentingnya pendekatan ini dalam memperkuat hubungan antara institusi pendidikan dan komunitasnya. Seorang guru di MTs Miftahul Khair mengungkapkan bahwa

*“PR bukan hanya soal publikasi, tapi soal menciptakan hubungan emosional dengan masyarakat, terutama dengan orang tua siswa. Hubungan ini menjadi kunci dalam meningkatkan kepercayaan mereka.”*

Hasil wawancara di atas menegaskan bahwa Public Relations (PR) memiliki fungsi yang lebih mendalam daripada sekadar publikasi atau penyebaran informasi. PR dipahami sebagai sarana strategis untuk membangun hubungan emosional yang kuat dengan masyarakat, khususnya dengan orang tua siswa, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan utama lembaga pendidikan. Dengan menciptakan hubungan yang emosional dan berbasis kepercayaan, lembaga pendidikan tidak hanya mampu memperoleh dukungan dari komunitasnya, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan keyakinan orang tua terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Restatement ini menyoroti pentingnya pendekatan interpersonal dalam strategi PR untuk memperkuat kepercayaan dan hubungan jangka panjang.

Berdasarkan hasil wawancara di atas menggambarkan Public Relations (PR) di lembaga pendidikan tidak hanya terbatas pada aktivitas publikasi atau promosi, tetapi juga mencakup upaya membangun hubungan emosional yang mendalam dengan masyarakat, terutama dengan orang tua siswa. Hubungan ini dianggap sebagai aspek penting yang memberikan pengaruh besar terhadap tingkat kepercayaan orang tua terhadap institusi. Dengan menciptakan koneksi yang lebih personal dan melibatkan emosi, PR berfungsi sebagai jembatan untuk menjalin kedekatan antara lembaga dan komunitasnya. Pendekatan ini memungkinkan lembaga pendidikan untuk memperkuat citra positif, meningkatkan keterlibatan, dan membangun kepercayaan yang berkelanjutan. Public Relations (PR) di lembaga pendidikan bukan sekadar tentang publikasi atau promosi. PR adalah cara strategis untuk membangun kepercayaan dengan menciptakan hubungan emosional yang erat dengan masyarakat, khususnya orang tua siswa. Dari hasil wawancara ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya dibangun melalui informasi atau fakta, tetapi melalui pendekatan personal yang menciptakan rasa keterlibatan dan kedekatan. Dengan membangun hubungan emosional, lembaga pendidikan dapat memperkuat loyalitas dan keyakinan orang tua terhadap institusi,

menjadikan PR sebagai elemen kunci dalam menjaga reputasi dan daya saing lembaga di tengah tuntutan masyarakat yang semakin kompleks.

### C. Tantangan Public Relations di Era Globalisasi

Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif MTs Miftahul Khair menghadapi tantangan besar dengan hadirnya sekolah internasional yang menawarkan fasilitas yang lebih modern dan lengkap. Meskipun demikian Lembaga Pendidikan ini tetap berkomitmen untuk mempertahankan fokus pada keunggulan yang telah menjadi ciri khas, yakni penekanan pada nilai-nilai moral dan spiritual. Melalui wawancara ini MTs Miftahul Khair ingin berbagi lebih lanjut mengenai bagaimana lembaga pendidikan ini menjaga dan mengembangkan kekuatan meskipun dalam persaingan yang semakin ketat. Sebagaimana Staf PR di MTs Miftahul Khair mengungkapkan:

*“Kami harus bersaing dengan sekolah internasional yang memiliki fasilitas lebih modern. Namun, kami tetap fokus pada keunggulan kami, yaitu nilai-nilai moral dan spiritual.”*

Hasil wawancara diatas menyatakan bahwa dalam menghadapi persaingan ketat dengan sekolah internasional yang dilengkapi fasilitas yang lebih modern, MTs Miftahul Khair tetap memprioritaskan keunggulan yang telah menjadi kekuatan, yaitu pengajaran nilai-nilai moral dan spiritual. MTs Miftahul Khair percaya bahwa meskipun fasilitas fisik sangat penting, karakter dan pembentukan kepribadian siswa melalui pendidikan yang berlandaskan pada nilai-nilai luhur jauh lebih berharga. Fokus lembaga pendidikan ini tetap pada pengembangan aspek moral dan spiritual siswa, yang kami anggap sebagai pondasi utama untuk mencetak generasi yang tidak hanya cerdas secara akademis, tetapi juga memiliki integritas dan kepribadian yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara diatas menggambarkan bahwa persaingan dengan sekolah internasional yang menawarkan fasilitas lebih modern, sekolah ini memilih untuk tetap fokus pada keunggulan yang menjadi identitas kami, yakni penanaman nilai-nilai moral dan spiritual dalam setiap aspek pendidikan. Meskipun fasilitas yang lebih canggih dapat menarik perhatian banyak orang tua dan calon siswa, lembaga pendidikan ini percaya bahwa pendidikan yang berorientasi pada pengembangan karakter dan integritas memiliki nilai yang lebih mendalam. MTs Miftahul Khair mengutamakan pembentukan karakter siswa melalui pendekatan yang mengedepankan nilai-nilai spiritual, sehingga meskipun terbatas pada fasilitas, kualitas pendidikan yang kami tawarkan tetap unggul dalam hal pembentukan pribadi yang berakhlak mulia.

Meskipun sekolah ini menghadapi tantangan besar dengan adanya persaingan dari sekolah internasional yang menawarkan fasilitas yang lebih modern, mereka tetap memilih untuk mempertahankan identitas dan nilai inti mereka. Fokus pada nilai-nilai moral dan spiritual menjadi pilihan strategis yang lebih menekankan pada pembentukan karakter siswa daripada sekadar persaingan dalam hal fasilitas fisik. Hal ini mencerminkan keyakinan bahwa kualitas pendidikan yang sesungguhnya tidak hanya diukur dari teknologi atau fasilitas canggih, tetapi juga dari kemampuan untuk mendidik siswa menjadi individu yang berintegritas dan memiliki kedalaman spiritual yang kuat.

Tabel 1. Strategi dan Tantangan PR di MTs Miftahul Khair

Strategi Utama	Dampak	Tantangan Utama
Media sosial	Menjangkau generasi muda	Perubahan teknologi
Publikasi media	Meningkatkan kredibilitas	Kompetisi global
Manajemen acara	Meningkatkan hubungan langsung	Pertahanan nilai lokal

Tabel di atas merangkum strategi utama yang diterapkan oleh MTs Miftahul Khair dalam mengelola Public Relations (PR) untuk meningkatkan daya saing di era globalisasi. Setiap strategi dikaitkan dengan dampak yang dihasilkan serta tantangan yang dihadapi, menggambarkan dinamika implementasi PR dalam konteks pendidikan.

### C. DISKUSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Public Relations (PR) memainkan peran strategis dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan melalui pendekatan berbasis media sosial, publikasi media, dan manajemen acara. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Hafidhah et al., 2020) yang menyoroti pentingnya media sosial sebagai alat komunikasi utama dalam membangun hubungan antara institusi dan pemangku kepentingan di era digital. Namun, hasil ini memperluas temuan sebelumnya dengan menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform untuk menciptakan hubungan emosional yang mendalam dengan masyarakat. Selain itu, penelitian oleh (Nasution et al., 2023) menggarisbawahi bahwa publikasi media dapat meningkatkan kredibilitas institusi, tetapi studi ini menambahkan dimensi kompetisi global sebagai tantangan signifikan yang memerlukan strategi adaptif. Temuan kami juga memperkuat argumen (Atyra & El, 2024) yang menekankan bahwa manajemen acara dapat menciptakan koneksi personal yang penting dalam membangun kepercayaan. Namun, dalam konteks lokal, hasil penelitian ini menunjukkan tantangan yang lebih spesifik, yakni mempertahankan nilai-nilai lokal sambil tetap relevan secara global. Dengan demikian, studi ini tidak hanya mendukung temuan penelitian terdahulu tetapi juga memberikan perspektif baru tentang dinamika implementasi PR di lembaga pendidikan yang beroperasi dalam lingkungan global yang semakin kompleks.

### KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa strategi Public Relations (PR) memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di era globalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, publikasi di media, dan pengelolaan acara tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai cara untuk menjalin hubungan emosional dengan masyarakat, meningkatkan kredibilitas lembaga, dan membangun koneksi personal yang kuat.

Penelitian ini memberikan perspektif baru tentang pentingnya adaptasi terhadap teknologi digital serta menjaga keseimbangan antara nilai-nilai lokal dan kebutuhan global. Hal ini menjadi dasar yang kokoh bagi lembaga pendidikan untuk menyusun strategi PR yang lebih efektif. Hikmah utama dari penelitian ini adalah perlunya pendekatan menyeluruh dalam mengintegrasikan berbagai strategi komunikasi untuk menjawab kebutuhan masyarakat modern yang semakin kompleks. Penelitian ini memberikan kontribusi yang penting dengan memperluas wawasan tentang strategi Public Relations (PR) sebagai faktor pembeda dalam persaingan global di sektor pendidikan. Studi ini menghadirkan perspektif baru tentang bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai platform strategis, sambil menekankan pentingnya menjaga nilai-nilai lokal. Dengan pendekatan multidimensi yang relevan, penelitian ini memperkaya literatur di bidang ini. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, seperti fokus yang hanya pada kasus-kasus tertentu dan belum mencakup variabel lain, misalnya perbedaan demografi audiens. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas, melibatkan metode survei yang lebih beragam, serta mempertimbangkan faktor-faktor seperti gender, usia, atau latar belakang budaya. Langkah ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam, sehingga temuan penelitian dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan kebijakan yang lebih adaptif dan inovatif di sektor pendidikan.

#### DAFTAR REFERENSI

- Ajahari, A., Puspita, P., Asmawati, A., Misbah, M., Arifin, A., Hanafiyah, H., & Handayani, S. (2022). Implementasi Standar Pengelolaan Penelitian: Studi Kasus Di Iain Palangka Raya. *el-Buhuth: Borneo Journal of Islamic Studies*, 5(1), 11–28. <https://doi.org/10.21093/el-buhuth.v5i01.5622>
- Alzaira, F., Uin, R., Abdurrahman, K. H., Alamat, W., Pahlawan, J., Kabupaten, K., & Tengah, J. (2024). Misterius : Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual Strategi Publik Relations dalam Mengoptimalkan Pengaruh Digital. *Misterius : Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual*, 2, 55–64.
- Atrya, D., & El, S. (2024). *IMPLEMENTASI EVENT di antara para peserta , sehingga menghasilkan manfaat jangka panjang bagi merek atau*. 1, 11–19.
- Carvalho, M., Cabral, I., Verdasca, J. L., & Alves, J. M. (2021). Strategy and Strategic Leadership in Education: A Scoping Review. *Frontiers in Education*, 6(October), 1–10. <https://doi.org/10.3389/feduc.2021.706608>
- Destianingsih, E. D. (2023). ANALISIS FAKTOR PENYEBAB RENDAHNYA KEMAMPUAN LITERASI BACA-TULIS SISWA KELAS 3 DI SDN UTAN KAYU SELATAN 05 Erwina. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 08(02), 2869–2877. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/10061>
- Fani. (2021). *strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM untuk meningkatkan perekonomian masyarakat*. 2(1).

- Hafidhah, H., Herli, M., & Arifin, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja dan Popularitas Institusi Perguruan Tinggi. *Jurnal Serambi Ilmu*, 21(1), 1–17. <https://doi.org/10.32672/si.v21i1.1786>
- Made, N., Sviri, F. D., & Arlinayanti, K. D. (2024). Perubahan Paradigma Pendidikan Melalui Pemanfaatan Teknologi di Era Global. *Jayapangus Press Metta: Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4, 50–63. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/metta>
- Nafisatur, M. (2024). Metode Pengumpulan Data Penelitian. *Metode Pengumpulan Data Penelitian*, 3(5), 5423–5443.
- Nasution, M. R., Farida, N., & Lestari, F. D. (2023). Penggunaan Media Dan Kredibilitas Media Online: Menganalisis Pengaruhnya Pada Pemenuhan Kebutuhan Informasi Audience. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 76–86. <https://doi.org/10.35760/mkm.2023.v7i1.8435>
- Rolos, P. M. (2020). Model Komunikasi Public Relations Di Pemerintah Kota Salatiga Dengan Pendekatan Model Komunikasi Grunig & Hunt. *Jurnal InterAct*, 9(1). <https://doi.org/10.25170/interact.v9i1.1712>
- Salafudin, M. A. (2023). *Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif di Lembaga Sosial Peran Public Relations dalam Membangun Citra Positif di Lembaga Sosial. December.*
- Sarleni, S., Asrul, A., & Rosida, W. (2022). Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran (JPP)*, 1(3), 139–148. <https://doi.org/10.51454/jpp.v1i3.68>
- Setyati, E. (2024). *Peran Public Relations dalam Komunikasi Antar Budaya Sekolah Internasional Mountainview Christian School.* 7(2), 144–164.
- Syahritsa Maulana, P., & Afifi, S. (2021). Analisis Peran dan Fungsi Public Relations di Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(2), 147–162. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss2.art7>
- Triyanto, H., Mukri, A., & Aisyah, S. (2021). Konsep Dasar Manajemen Pemasaran Pendidikan. *Abdul BasithNIM*, 8, 44890–44896. [https://id.scribd.com/document/537103182/Fix-Makalah-Manajemen-Pemasaran-Pendidikan-Kelompok-1?language\\_settings\\_changed=Bahasa+Indonesia](https://id.scribd.com/document/537103182/Fix-Makalah-Manajemen-Pemasaran-Pendidikan-Kelompok-1?language_settings_changed=Bahasa+Indonesia)
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>