

Membangun Reputasi Pendidikan Dasar Islam Melalui *Public Relation* di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi pada Sekolah Dasar Islam Terpadu di Kabupaten Bekasi)

Nurdin Rivaldy, Ilzamudin Ma'mur, Rijal Firdaos

Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

nrevaldy@gmail.com, ilzamudin@uinbanten.ac.id, rijal.firdaos@uinbanten.ac.id

Abstract: *Building Public Relations in primary Islamic education requires a reputation that builds interest in Public Relations with prospective students, parental trust, and community support, whereas the era of the industrial revolution 4.0 demands technology Public Relations improve broader. This study aims to explain SDIT ALFIDAA's efforts to build a reputation through public relations through social media in the era of the industrial revolution 4.0. This research uses a qualitative with a case study method at an integrated Islamic elementary school (SDIT) in ALFIDAA Bekasi, West Java. Data collection used interviews, observation, and documentation. The data analysis uses content analysis. The research results show that Public Relations as digital information through social media, namely Instagram and Facebook, build a school's reputation and a unified communication strategy. Public Relations builds the school's reputation by managing and addressing issues, responding quickly and transparently through social media, providing assistance, and contacting those involved. Overcome the school's reputation's negative impact by actively building community trust with social media. The research contribution effectively uses Public Relations to maintain and enhance the school's reputation. The research implications show that the more significant the role of Public Relations, the better it is for the community, increasing the school's reputation.*

Keywords: *Industrial Revolution, Islamic Elementary School, Public Relations, School Reputation.*

Abstrak: *Membangun pendidikan dasar Islam perlu reputasi yang membangun ketertarikan calon siswa, kepercayaan orang tua dan dukungan masyarakat, dimana era revolusi industri 4.0 menuntut pemanfaatan teknologi meningkatkan hubungan public yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan menjelaskan upaya SDIT ALFIDAA membangun reputasi melalui public relation melalui media sosial di era revolusi industri 4.0. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) ALFIDAA Bekasi. Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun analisis data menggunakan analisis konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Public Relation*

sebagai informasi digital melalui media sosial yaitu Instagram dan Facebook bertujuan membangun reputasi sekolah dan strategi komunikasi yang harmonis. Public Relation membangun reputasi sekolah dengan mengelola dan menangani masalah, merespon cepat dan transparan melalui media sosial, memberikan klarifikasi dan menghubungi pihak yang terlibat. Mengatasi dampak negatif reputasi sekolah dengan membangun kepercayaan terhadap masyarakat secara aktif dengan media sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi penting pada pemanfaatan Public Relation secara efektif menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah. Implikasi penelitian menunjukkan semakin besar peran Public Relation yang semakin baik kepada masyarakat akan meningkatkan reputasi sekolah itu sendiri.

Kata Kunci: Pendidikan Dasar Islam, Public Relation, Revolusi Industri, Reputasi Sekolah

Pendahuluan

Dalam era revolusi industri 4.0 yang semakin maju, penggunaan teknologi informasi dan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi secara dramatis. Sekolah-sekolah saat ini tidak hanya dihadapkan pada tuntutan akademik yang tinggi, tetapi juga harus menghadapi tantangan baru dalam membangun dan memelihara reputasi yang baik di tengah persaingan yang semakin ketat dengan pengembangan karakter dan teknologi¹. Reputasi sekolah memiliki peran yang sangat penting dalam menarik minat calon siswa, mempertahankan kepercayaan orang tua, dan memperoleh dukungan dari masyarakat. Dalam konteks ini, *Public Relation* menjadi semakin krusial sehingga meningkatkan citra dan reputasi dalam dunia pendidikan.² Dimana sebesar 15% dapat mempertimbangkan orang tua siswa mengambil keputusan terhadap lembaga pendidikan yang terbaik bagi anaknya.³

Hubungan masyarakat atau *Public Relation* dalam konteks pendidikan adalah disiplin yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik

¹ Hizfa and Aslan, "The Model of Competitive Advantage Development in Private Islamic Education Institutions," in *BASA* (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020), 1-9, <https://doi.org/10.4108/eai.20-9-2019.2297058>.

² MC Sandyakala, "Peran *Public Relations* Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan," *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan* 30, no. 2 (2020): 184-98, <https://doi.org/https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i2.63>.

³ Nur Hanina Alifiah and Erny Roesminingsih, "Pengaruh Manajemen Humas Dan Citra Sekolah Terhadap Minat Orang Tua Di Sub Rayon 34 Surabaya," *Inspirasi Manajemen Pendidikan* 1, no. 1 (2018): 1-8, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/25005>.

antara sekolah dan publiknya melalui strategi komunikasi efektif⁴. Dalam era revolusi industri 4.0 saat ini, *Public Relation* memiliki peran yang signifikan dalam memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial untuk membangun dan memelihara reputasi sekolah⁵. Melalui media sosial, sekolah dapat menyampaikan informasi yang positif tentang prestasi siswa, kegiatan ekstrakurikuler, acara sekolah, dan kegiatan lain yang berkontribusi pada citra positif sekolah⁶.

Sekolah Dasar Islam Terpadu ALFIDAA Bekasi merupakan salah satu sekolah dasar Islam terpadu yang telah membangun reputasi yang baik di wilayah Bekasi. Didirikan pada tahun 1999 oleh H.M. Rimbang Kartono, Yayasan Islam Al Fidaa Cendikia bertanggung jawab atas penyelenggaraan SD Islam Terpadu Al Fidaa. Sesuai dengan semangat namanya, "pengabdian," Yayasan Islam Al Fidaa Cendikia memiliki sejarah pelayanan yang panjang dan termasyhur, dengan tujuan menyeluruh untuk mempromosikan perdamaian dan kemakmuran global dan melatih para pemimpin yang paling cakap untuk Indonesia. Yayasan Islam Al Fidaa Cendikia didirikan di lokasi sebuah bengkel sepeda motor, yang menempati tanah seluas sekitar 100 Meter persegi dan berisi satu ruang kelas. Sekolah SDIT kini memiliki 35 siswa dan beberapa guru, antara lain Nurdin Rivaldy, S.Ag, M.Psi, yang semuanya merupakan anak dari H.M. Rimbang Kartono.⁷

Namun, dalam era revolusi industri 4.0 yang semakin canggih dan berubah dengan cepat, peran dan fungsi *Public Relation* dalam membangun dan memelihara reputasi sekolah perlu diteliti lebih lanjut. Bagaimana *Public Relation* memanfaatkan media sosial dan teknologi informasi untuk menyampaikan pesan yang efektif kepada publik? Bagaimana *Public Relation* menjaga reputasi sekolah di era revolusi industri 4.0 yang penuh tantangan?. Sejumlah literatur terkait telah menyumbangkan pemahaman dan pandangan dalam bidang ini. Adapun *Public Relation* dalam lembaga pendidikan dan menjelaskan strategi komunikasi yang efektif untuk membangun reputasi yang baik⁸. Penekanan pentingnya ulasan online dari konsumen sebagai komunikasi pemasaran yang berperan dalam

⁴ Aldo Redho Syam and Moch. Charis Hidayat, "Peran Bagian *Public Relations* Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Di Era Otonomi Pendidikan," *Tadarus: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2019).

⁵ Ralph Tench and Liz Yeomans, *Exploring Public Relations Global Strategic Communication* (London: Pearson Education, 2017).

⁶ Dina Mizanie and Irwansyah Irwansyah, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Komunikasi* 13, no. 2 (2019): 149-64, <https://doi.org/10.21107/komunikasi.v13i2.5099>.

⁷ SDIT-Al-Fidaa, "Profil SDIT Al Fidaa Bekasi," 2022, <https://alfidaacendikia.sch.id/pages/sdit-al-fidaa>.

⁸ Syam and Hidayat, "Peran Bagian *Public Relations* Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Di Era Otonomi Pendidikan."

mempengaruhi reputasi organisasi⁹. Kemudian mengeksplorasi peran humas dalam membangun citra sekolah¹⁰. Penelitian mereka menyediakan wawasan tentang bagaimana *Public Relation* dapat mempengaruhi persepsi dan opini publik terhadap sekolah. Memahami teori *Public Relation* terutama menggunakan media massa atau sosial, dimana teknologi digital memberikan dukungan percepatan ketercapaian tujuan yang diharapkan¹¹.

Pemahaman mendalam tentang konsep dan praktik secara global, termasuk penggunaan teknologi revolusi industri 4.0 dalam membangun reputasi dan hubungan dengan publik¹². Peran *Public Relation* dalam konteks pendidikan, termasuk strategi komunikasi yang efektif untuk membangun reputasi sekolah menggarisbawahi pentingnya pengelolaan hubungan dengan media, stakeholder, dan komunitas pendidikan.¹³ Berkaitan dengan manajemen komunikasi krisis¹⁴ menganalisis manajemen humas dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat dalam lembaga pendidikan. Mereka menyoroti pentingnya manajemen humas yang baik dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap kemajuan dan reputasi lembaga pendidikan. Dalam manajemen hubungan masyarakat dan sekolah¹⁵ menjelaskan wawasan tentang hakikat sekolah dan manajemen humas serta peran humas sekolah yang sangat penting dalam menjaga hubungan sekolah dengan masyarakat. Untuk itu perlu media mudah, murah dan efektif yaitu *public relation* melalui media sosial.

Penelitian ini akan mengintegrasikan dan menggabungkan konsep-konsep yang terdapat dalam literatur terkait untuk menganalisis peran dan fungsi *Public Relation* di era revolusi industri 4.0 dalam membangun reputasi SDIT ALFIDAA Bekasi. Dalam tantangan pengembangan pendidikan tersebut perlu dihadapi sehingga menarik untuk dikaji. Dengan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang hal ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi *Public*

⁹ Yubo Chen and Jinhong Xie, "Online Consumer Review: Word-of-Mouth as a New Element of Marketing Communication Mix.," *Management Science* 54, no. 3 (2008): 477-91, <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.1070.0810>.

¹⁰ Sukinem and Tutut Sholihah, "Manajemen Humas Dalam Membangun Citra (Image Building) Di SD IT Al Manar Pangkalan Bun," *JISPENDIORA : Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan Dan Humaniora* 1, no. 2 (2022): 33-41, <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v1i2.32>.

¹¹ Edy Sahrputra Sitepu, *Professional Public Relations., Journal of the National Medical Association*, vol. 46 (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2011).

¹² Tench and Yeomans, *Exploring Public Relations Global Strategic Communication*.

¹³ Richard D. Waters, Natalie T.J. Tindall, and Timothy S. Morton, "Media Catching and the Journalist-Public Relations Practitioner Relationship: How Social Media Are Changing the Practice of Media Relations," *Journal of Public Relations Research* 22, no. 3 (2010): 241-64, <https://doi.org/10.1080/10627261003799202>.

¹⁴ Suwardi (2017)

¹⁵ Rahmat (2016)

Relation melalui media sosial yang efektif bagi semua kalangan terutama lembaga pendidikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi SDIT ALFIDAA Bekasi membangun reputasi sekolah dengan penguatan *Public Relation* melalui media sosial di era revolusi industri 4.0. Dengan menganalisis reputasi sekolah menggunakan *Public Relation* melalui media sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga tentang pentingnya *Public Relation* melalui media sosial dalam membangun reputasi yang baik di era revolusi industri 4.0. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan pemahaman tentang bagaimana *Public Relation* melalui media sosial dalam menghadapi tantangan yang muncul di era revolusi industri 4.0 dan strategi yang digunakan untuk menjaga reputasi sekolah yang positif.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menjelaskan suatu kejadian yang mencakup individu, kelompok, budaya atau potret kehidupan¹⁶. Kemudian sumber data menggunakan data *Public Relation* imer diperoleh dengan wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari pustaka dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan di Sekolah Dasar Islam terpadu (SDIT) ALFIDAA Cendikia yang berlokasi di jalan Damai No.8 Kp. Bulu Desa Setiamekar Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Adapun teknik pengambilan data dengan observasi penggunaan media sosial sebagai *public relation* di SDIT ALFIDAA Cendikia. Kedua, dengan wawancara dengan Ketua Yayasan, pegawai dan kepala sekolah sebagai informan. Ketiga, dokumentasi mendapatkan dokumen *Public Relation* program komunikasi publik, seperti brosur, poster, konten media sosial, dan laporan kegiatan. Adapun validitas data menggunakan triangulasi dengan yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan¹⁷. Sedangkan analisis data menggunakan teknik analisis isi atau konten yang berpusat pada stabilitas konten komunikasi, interpretasi simbol, dan signifikansi konten pertemuan simbolik.

Hasil dan Pembahasan

Peran dan Fungsi *Public Relation* di SDIT ALFIDAA

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) ALFIDAA memiliki empat bidang wakil kepala sekolah yang memegang peranan penting dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Wawancara dengan salah satu wakil tersebut adalah bidang humas dan dakwah (HUMASDA) yaitu Putri

¹⁶ J.W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mix Methods Approach* (California: Sage Publications, 2014).

¹⁷ D Solihin, "Penerapan Pendekatan Sistem Manajemen Strategi Menggunakan Konsep Balanced Scorecard Di Politeknik Tedc Bandung," *Jurnal TEDC*, 2021, 143-47, <https://ejournal.poltektedc.ac.id/index.php/tedc/article/view/479>.

Legini Sariwati pada tanggal 24 Februari 2023 di ruangan wakil kepala sekolah dengan memberikan tanggapan tentang peran dan fungsi *Public Relation* pada internal SDIT ALFIDAA sebagai berikut:

“peran yang luas baik secara internal maupun eksternal di dalam lingkungan sekolah bertanggung jawab dalam menyusun dan melaksanakan program-program yang berhubungan dengan guru, pegawai, dan siswa serta mengelola komunikasi antara pihak sekolah dan seluruh anggota sekolah¹⁸.”

Sedangkan tanggapan berikutnya tentang peran dan fungsi *Public Relation* pada eksternal SDIT Alfidaa:

“peran yang sangat penting secara eksternal berhubungan langsung dengan orangtua murid untuk memberikan informasi terkait dengan kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan segala hal yang berkaitan dengan pendidikan, menjalin hubungan dengan masyarakat muslim secara umum, baik melalui kegiatan dakwah maupun melalui kerjasama dengan lembaga dan organisasi Islam di sekitar sekolah¹⁹”.

Hasil observasi pada tanggal 24 Februari 2023 menemukan bahwa Wakil Kepala Bidang Humasda “dalam menjalankan tugasnya memiliki tanggung jawab mengkoordinasikan berbagai kegiatan humas dan dakwah di sekolah, menjaga hubungan baik dengan orangtua murid, serta menjadi wadah bagi komunikasi antara sekolah dan masyarakat”²⁰. Hal tersebut menunjukkan kompetensi dan dedikasinya dalam memastikan terciptanya lingkungan sekolah yang harmonis, komunikasi yang efektif, dan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. Pemanfaatan sarana digital informasi secara teknis dikelola melalui staf informasi dan teknologi.

Peran strategis *Public Relation* membentuk kumpulan pengetahuan *Public Relation* yang inklusif dan berkontribusi dalam melatih para profesional yang benar-benar memahami kontek multikultural²¹. Kemudian tujuan Hubungan Masyarakat (Humas) di lembaga pendidikan atau sekolah sebagai berikut: a) Membangun relasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat. b) Meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap sekolah serta kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. c) Meningkatkan kualitas pembelajaran siswa dan perkembangan pribadi mereka. d) Menciptakan tanggung jawab bersama antara rumah tangga, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan bangsa melalui pendidikan²².

¹⁸ Wawancara, “Wawancara Dengan Guru” (Bekasi: SDIT AL FIDAA, 2022).

¹⁹ Wawancara.

²⁰ Wawancara, “Wawancara Dengan Wakil Kepala Sekolah” (Bekasi, 2022).

²¹ R Tirtosudarmo, “Managing Multicultural Society in Indonesia, with Jakarta as a Show Case National Research and Innovation Agency,” *Islam Nusantara* 3, no. 2 (2022): 27–44, <https://doi.org/https://doi.org/10.47776/islamnusantara.v3i2.311>.

²² Sukinem and Tutut Sholihah, “Manajemen Humas Dalam Membangun Citra (Image Building) Di SD IT Al Manar Pangkalan Bun.”

Pentingnya *Public Relation* di lembaga pendidikan adalah bagian dari manajemen yang berfokus pada interaksi antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Tujuan utamanya adalah mendukung *Public Relation* pada proses pembelajaran dan meningkatkan mutu pembelajaran²³. Dalam peningkatan kualitas lembaga pendidikan peran *Public Relation* memperkuat komunikasi yang baik antara lembaga dan masyarakat, maka pentingnya terjalin hubungan yang harmonis antara masyarakat dan sekolah²⁴. Dengan demikian *Public Relation* memainkan peran penting dalam menciptakan citra baik dalam suatu lembaga pendidikan, sehingga kinerja yang baik akan menjadi faktor penentu kemajuan lembaga tersebut. Hal ini bergantung pada strategi Humas dalam berinteraksi dengan masyarakat setempat untuk membangun citra positif.

Optimalisasi Revolusi Industri 4.0 dan Peningkatan Reputasi SDIT ALFIDAA

Konsep Industri 4.0 juga bertujuan untuk mengoptimalkan operasional, komunikasi, dan teknologi informasi guna mencapai tingkat otomatisasi yang maksimal dalam proses manufaktur.²⁵ Puncak Industri 4.0 tercapai ketika proses produksi, pengiriman, penggunaan, perbaikan, dan daur ulang barang dilakukan secara otomatis tanpa campur tangan manusia secara langsung. Seluruh proses tersebut dijalankan melalui jaringan teknologi yang terhubung melalui internet²⁶. Selanjutnya menggunakan koneksi internet untuk menyediakan layanan radio streaming yang lebih canggih²⁷.

Sebagai bidang komunikasi yang bertujuan mencapai audiens yang luas dan membangun reputasi positif bagi organisasi, hubungan masyarakat mendapat manfaat dari perkembangan Industri 4.0. Kemajuan teknologi juga berdampak besar pada industri hubungan masyarakat. Di era Industri 4.0, aktivitas hubungan masyarakat mengalami perubahan yang signifikan. Pada era industri sebelumnya, kegiatan hubungan masyarakat masih terbatas pada metode analog. Penyebaran pesan terkait reputasi dan citra organisasi masih mengandalkan media cetak seperti koran. Namun, di era Industri 4.0 saat ini,

²³ H. Baharun, "Penerapan Pembelajaran Active Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Di Madrasah," *Jurnal Pendidikan Pedagogik* 1, no. 1 (2015): 34-36, <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/tadris.v3i1.2205>.

²⁴ H. Baharun and R. Awwaliyah, "Pendidikan Multikultural Dalam Menanggulangi Narasi Islamisme Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Agama Islam, Journal of Islamic Education Studies*) 5, no. 2 (2017): 224-243, <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jpai.2017.5.2.224-243>.

²⁵ Gilchrist and A., *Industry 4.0 The Industrial Internet Of Things*. (California: Apress, 2016).

²⁶ C. Fuchs, "Industry 4.0: The Digital German Ideology.," *TripleC* 16, no. 1 (2018): 280-289., <https://doi.org/https://doi.org/10.31269/triplec.v16i1.1010>.

²⁷ Mizanie and Irwansyah, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0."

kegiatan hubungan masyarakat dapat dilakukan secara digital melalui internet.

Media sosial juga memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menghasilkan konten sendiri, yang dikenal sebagai konten yang dihasilkan oleh pengguna (user-generated content). Media sosial memiliki fitur "sharing", di mana pengguna dapat saling berbagi, mendistribusikan, dan menerima konten²⁸. Dengan fitur ini, suatu konten dapat menjadi viral dan pesan dapat tersebar secara luas dan cepat, tanpa perlu upaya yang terlalu besar karena penyebarannya dilakukan oleh pengguna itu sendiri. Inti dari revolusi industri 4.0 adalah keselarasan antara perangkat internet dan peran manusia dalam pekerjaan dan membicarakan inovasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan industri, terutama dalam konteks hubungan masyarakat. Penting untuk terus beradaptasi dan mengenali strategi-strategi baru yang sedang berkembang. Karena secara umum, strategi berbasis industri internet memberikan solusi yang tidak dapat dicapai dengan metode tradisional.

Pencitraan (reputasi) awalnya digunakan dalam dunia industri, terutama terkait dengan produk.²⁹ Namun, fenomena ini juga telah merambah ke dunia pendidikan. Hal ini disebabkan oleh keberadaan globalisasi yang memicu adopsi istilah-istilah dalam bidang masing-masing, sehingga istilah "citra" yang digunakan dalam dunia industri juga digunakan dalam dunia pendidikan. Perbedaannya terletak pada hasilnya, di mana dalam dunia industri citra terkait dengan produk fisik, sedangkan dalam pendidikan berkaitan dengan lulusan siswa. Kemudian pencitraan menjelaskan persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mereka mengingat suatu produk tertentu³⁰.

Adapun manfaat dalam menampilkan citra positif lembaga pendidikan. *Pertama*, konsumen akan memiliki sikap kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga tersebut. *Kedua*, lembaga pendidikan akan mampu menarik perhatian keluarga dan kerabat jika citra lembaga sudah positif³¹. Secara keseluruhan, pencitraan lembaga pendidikan Islam dapat didefinisikan secara sederhana sebagai penilaian, anggapan, dan kesan yang diperoleh oleh masyarakat pengguna pendidikan terhadap suatu lembaga pendidikan Islam. Pencitraan tersebut kemudian mempengaruhi sikap,

²⁸ J. H. Kietzmann et al., "Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media.," *Business Horizons* 54, no. 3 (2011): 241–251, <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>.

²⁹ Erwin Indrioko, "Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam," *Universam* 9, no. 2 (2015): 265–74, <https://jurnalfuda.iainkediri.ac.id/index.php/universum/article/view/775>.

³⁰ Sandra. Oliver, *Public Relations Strategy* (London: Kogan Page, 2010).

³¹ Samsul Hadi, "Model Pengembangan Mutu Di Lembaga Pendidikan," *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 2 (2020): 321–47, <https://doi.org/https://doi.org/10.36088/pensa.v2i3.980>.

perilaku, dan persepsi positif terhadap lembaga pendidikan Islam dalam jangka waktu yang telah berlalu.

Dalam konteks ini, penting bagi lembaga pendidikan untuk menjaga dan meningkatkan citra baik mereka. Dengan memiliki citra yang positif, lembaga pendidikan dapat menarik minat masyarakat, memperoleh kepercayaan yang tinggi, dan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pendidikan yang berkualitas.

Upaya *Public Relation* program Internal SDIT ALFIDAA

1) Sosialisasi *Public Relation* program

Dalam konteks sekolah, peran *Public Relation* sangat penting dalam mensosialisasikan berbagai *Public Relation* program dan kegiatan kepada pihak internal, termasuk siswa, guru, dan karyawan. *Public Relation* bertugas untuk menyampaikan informasi yang relevan dan mendukung terlaksananya program-program yang ada. Salah satu aspek yang menjadi fokus *Public Relation* adalah bidang kesiswaan. Mereka bertanggung jawab untuk mengkomunikasikan program-program seperti upacara, kegiatan ekstrakurikuler, pembinaan Al-Quran, pembinaan lomba, dan tata tertib kepada siswa. Tujuannya adalah untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai kegiatan-kegiatan tersebut, sehingga siswa dapat berpartisipasi dan mengambil manfaat yang maksimal.

Selain itu, *Public Relation* juga berperan dalam mensosialisasikan program-program dalam bidang kurikulum. Mereka menginformasikan pelaksanaan ujian PTS, PAS, PAT, ujian praktek, dan Ujian Sekolah kepada siswa, guru, dan karyawan. Hal ini penting agar semua pihak terinformasi dengan jelas mengenai jadwal dan persiapan yang diperlukan dalam menghadapi ujian. Dalam bidang humasda, *Public Relation* memiliki peran yang signifikan dalam menyampaikan informasi penerimaan murid baru kepada calon siswa dan orangtua. Mereka juga bertugas untuk mengingatkan tentang kebiasaan ibadah seperti jadwal shoum sunnah, infak sedekah, serta menginformasikan kegiatan kepedulian sosial seperti program Gebyar Muharram yang melibatkan santunan kepada anak yatim dan dhuafa. Selain itu, *Public Relation* juga berperan dalam mempromosikan kegiatan kekeluargaan seperti doa bersama untuk yang sakit, takziah, arisan silaturahmi, dan lain sebagainya.

Selain program-program tersebut, *Public Relation* juga bertugas untuk menginformasikan kegiatan rapat pekanan dan bulanan yang melibatkan guru dan karyawan. Hal ini penting agar semua pihak terlibat dan terinformasi tentang perkembangan dan keputusan penting yang berkaitan dengan manajemen sekolah. Dengan peran *Public Relation* yang aktif dan efektif, sekolah dapat memastikan bahwa semua pihak terlibat dan terinformasi dengan baik mengenai berbagai program dan kegiatan yang dilaksanakan. Komunikasi yang baik dalam lingkungan sekolah

dapat membangun kepercayaan, partisipasi yang tinggi, dan atmosfer yang harmonis dalam mencapai tujuan pendidikan yang diinginkan.

2) *Public Relation* program Dakwah Internal

Program Dakwah Internal di SDIT ALFIDAA dirancang untuk memperkuat nilai-nilai keagamaan dan spiritualitas di antara siswa, guru, dan karyawan. Program ini mencakup serangkaian kegiatan yang dilakukan secara rutin dan terjadwal. Pertama, terdapat program shaum sunnah yang melibatkan siswa, guru, dan karyawan. Mereka diharapkan untuk melaksanakan shaum sunnah setidaknya sekali sebulan, serta menjalankan shaum sunnah lainnya seperti shaum sunnah arafah dan muharram. Melalui program ini, mereka diajak untuk mendapatkan pahala ekstra dan memperkuat ikatan spiritual dengan melakukan puasa sunnah.

Selanjutnya, terdapat program sholat dhuha yang dilaksanakan setiap hari bagi siswa, guru, dan karyawan. Sholat dhuha menjadi kegiatan yang diupayakan untuk meningkatkan keberkahan dan mendapatkan ketenangan di tengah kesibukan harian. Dzikir pagi juga menjadi bagian dari program Dakwah Internal. Siswa dan guru melaksanakan dzikir pagi di kelas bersama wali kelas, sementara karyawan melaksanakannya di ruangan masing-masing. Selain itu, setiap Jumat pagi, dzikir pagi dilakukan secara bersama-sama di lapangan sekolah, memperkuat ikatan kebersamaan dalam berdzikir. Program infaq dan sedekah juga menjadi bagian penting dalam program Dakwah Internal. Setiap Jumat, siswa dianjurkan untuk memberikan infaq dan sedekah, yang akan digunakan untuk operasional masjid sekolah serta untuk menjenguk siswa, guru, atau karyawan yang sedang sakit. Hal ini merupakan wujud kepedulian sosial dan mengajarkan nilai berbagi kepada siswa.

Tilawah Al-Quran juga menjadi kegiatan yang diintegrasikan dalam program Dakwah Internal. Siswa yang sudah bisa membaca Al-Quran dimotivasi untuk melaksanakan tilawah setiap pagi di sekolah dan di rumah setelah sholat maghrib. Guru dan karyawan juga ditargetkan untuk melakukan tilawah Al-Quran minimal satu juz setiap harinya. Selanjutnya, program sholat malam (Tahajud) ditujukan bagi guru dan karyawan dengan target minimal dua kali dalam seminggu. Sholat malam menjadi waktu untuk mendekatkan diri kepada Allah dan memperkuat ketaqwaan individu. Program khataman Al-Quran dilakukan sebagai bentuk rasa syukur. Ketika sekelas telah menyelesaikan tilawah Al-Quran 30 juz, mereka melakukan khataman Al-Quran secara bersama-sama dengan doa bersama dan acara makan-makan sebagai ungkapan syukur.

Doa bersama juga diadakan ketika siswa kelas 6 menghadapi Ujian Sekolah. Mereka berkumpul untuk berdoa bersama, memohon keberkahan dan kemudahan dalam menghadapi ujian tersebut. Selain itu, SDIT ALFIDAA juga menyelenggarakan pesantren Ramadhan selama

satu pekan untuk siswa. Pesantren ini memberikan kesempatan kepada siswa untuk mendalami nilai-nilai agama dan Pengetahuan umum.

3) Program Kepedulian dan Kekeluargaan

Program Kepedulian dan Kekeluargaan di SDIT ALFIDAA merupakan upaya untuk membangun ikatan emosional dan hubungan yang erat antara seluruh anggota komunitas sekolah. Program ini dirancang dengan tujuan untuk saling menjaga, mendukung, dan merawat satu sama lain dalam berbagai situasi. Perlunya membangun kepedulian dan kekeluargaan sebagai bagian keluarga besar mempermudah dalam membentuk hubungan dan komunikasi yang lebih baik sehingga memperkuat menjalankan aktivitas baik di sekolah dan lingkungan keluarga.

Pertama, SDIT ALFIDAA memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kesehatan dan kesejahteraan anggota sekolah. Melalui program "Menjenguk Siswa, Guru, atau Karyawan yang Sakit", seluruh anggota komunitas sekolah secara aktif melakukan kunjungan dan memberikan dukungan moral kepada mereka yang sedang dalam kondisi sakit. Hal ini bertujuan untuk memberikan semangat dan harapan agar mereka segera pulih. Selanjutnya, dalam momen kebahagiaan seperti kelahiran, SDIT ALFIDAA menjalankan program "Silaturahmi ke Guru atau Karyawan yang Melahirkan". Dalam program ini, seluruh anggota komunitas sekolah mengunjungi guru atau karyawan yang baru saja melahirkan untuk memberikan ucapan selamat, memberikan bantuan, dan mempererat hubungan kekeluargaan di antara mereka.

Tak hanya itu, program "Arisan Guru dan Karyawan" juga diadakan secara rutin. Program ini merupakan wadah bagi seluruh guru dan karyawan untuk saling berinteraksi, berbagi pengalaman, serta menjalin keakraban di luar lingkungan kerja. Melalui arisan, mereka dapat memperkuat ikatan kekeluargaan dan membangun kerjasama yang baik dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab di sekolah. Selain itu, SDIT ALFIDAA juga melaksanakan program "Silaturahmi ke Rumah Siswa" atau yang biasa disebut dengan home visit. Dalam program ini, guru dan staf sekolah secara berkala mengunjungi rumah siswa untuk berinteraksi dengan keluarga dan mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang lingkungan siswa di luar sekolah. Tujuannya adalah untuk membangun hubungan yang lebih personal antara sekolah dan keluarga siswa, serta mengidentifikasi potensi dan tantangan yang mungkin dihadapi oleh siswa di rumah.

Program Kepedulian dan Kekeluargaan ini sangat penting dalam menciptakan iklim yang harmonis dan saling mendukung di SDIT ALFIDAA. Melalui kegiatan ini, diharapkan terjalin hubungan yang erat, solidaritas yang tinggi, serta saling menguatkan antara anggota komunitas sekolah. Dalam lingkungan yang penuh kepedulian dan kekeluargaan ini, siswa dapat merasa diperhatikan dan didukung secara menyeluruh dalam perjalanan pendidikan dan pengembangan diri mereka.

Upaya Program Eksternal SDIT ALFIDAA

SDIT ALFIDAA memiliki beragam program eksternal yang bertujuan untuk berinteraksi dengan wali murid, masyarakat, dan lembaga lain di luar sekolah. Program ini dirancang untuk memperluas pengaruh positif sekolah, membangun kemitraan, dan memberikan kontribusi pada masyarakat sekitar. Membangun persepsi positif terhadap masyarakat luas jauh dari lingkungan sekolah akan memberikan respon yang semakin baik, pada akhirnya menunjukkan kesadaran dengan memperbanyak kegiatan positif di luar sekolah dan berinteraksi dengan masyarakat luas memberikan kesan baik terhadap sekolah.

Pertama, setiap awal tahun pembelajaran, sekolah menyelenggarakan sosialisasi program kepada wali murid. Melalui pertemuan ini, sekolah menyampaikan informasi mengenai program-program yang akan dilaksanakan, kebijakan sekolah, dan tujuan pendidikan yang ingin dicapai. Hal ini bertujuan untuk memperoleh dukungan dan partisipasi aktif dari wali murid dalam mendukung perkembangan anak-anak mereka. Selanjutnya, SDIT ALFIDAA memiliki program Penerimaan Murid Baru (PMB). Program ini dilakukan untuk menerima calon murid baru yang ingin bergabung dengan sekolah. Prosedur penerimaan, kriteria, dan persyaratan dijelaskan dengan transparan kepada calon murid dan orangtua. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa proses penerimaan berjalan adil dan terbuka. Rapat koordinasi orangtua murid diadakan ketika ada kegiatan sekolah yang melibatkan orangtua. Dalam rapat ini, sekolah dan orangtua berdiskusi dan berkoordinasi mengenai persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan tersebut. Melalui rapat ini, sekolah dapat memperoleh masukan, partisipasi, dan dukungan orangtua dalam mendukung kegiatan sekolah.

SDIT ALFIDAA juga membentuk pengurus koordinator kelas (korlas) dan Pengurus Orangtua Murid dan Guru atau komite sekolah yang diberi nama Keluarga Firdaus. Korlas bertanggung jawab dalam menjalin komunikasi antara sekolah, orangtua, dan siswa di tingkat kelas. Keluarga Firdaus berperan dalam mendukung kegiatan sekolah, mengkoordinasikan partisipasi orangtua, dan memupuk rasa kebersamaan di antara anggota komunitas sekolah. Kajian Parenting (KAPE) ALFIDAA merupakan program kegiatan pelatihan atau kajian keislaman yang dilaksanakan setiap sebulan sekali pada akhir pekan. Kegiatan ini diselenggarakan melalui live streaming di channel YouTube ALFIDAA TV. Tujuan dari program ini adalah memberikan pemahaman, pembinaan, dan inspirasi bagi orangtua dalam mendidik anak secara islami.

Dalam rangka merayakan tahun baru Islam, SDIT ALFIDAA mengadakan *Public Relation* program Gebyar Muharram ALFIDAA Peduli. Dalam program ini, sekolah bekerja sama dengan unit sekolah lain untuk melakukan penggalangan dana dari donatur. Dana yang terkumpul kemudian digunakan untuk memberikan santunan kepada 1000 anak yatim

dan dhuafa. Hal ini sebagai bentuk kepedulian sekolah terhadap masyarakat yang membutuhkan. SDIT ALFIDAA juga melaksanakan Tebar Hewan Qurban pada saat perayaan Idul Adha. Pada kesempatan ini, hewan qurban dipotong dan dagingnya dibagikan kepada guru, karyawan, dan warga sekitar. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari tradisi keagamaan dan sebagai bentuk berbagi rezeki dengan orang-orang di sekitar sekolah.

Selain itu, SDIT ALFIDAA juga memiliki program ALFIDAA Peduli Bencana. Ketika terjadi bencana alam seperti banjir, gempa bumi, atau bencana lainnya, sekolah mengambil inisiatif untuk membantu melalui penggalangan dana dari siswa, guru, karyawan, dan wali murid. Dana yang terkumpul digunakan untuk memberikan bantuan dan dukungan kepada korban bencana. Hal ini mencerminkan kepedulian dan solidaritas sekolah terhadap mereka yang terkena dampak bencana. Kuliah Ramadhan Mulia ALFIDAA (KURMA) adalah program tausiyah yang diselenggarakan menjelang berbuka puasa selama bulan Ramadhan. Program ini melibatkan siswa-siswa pilihan dari SD dan guru-guru SDIT ALFIDAA. Melalui tausiyah ini, sekolah memberikan pengajaran keagamaan dan memotivasi siswa dalam menjalankan ibadah di bulan suci Ramadhan. SDIT ALFIDAA menjalin kerjasama dengan lembaga lain, baik dalam negeri maupun luar negeri. Kerjasama ini mencakup bidang pendidikan, keagamaan, dan pengembangan sekolah. Dengan berkolaborasi dengan lembaga lain, sekolah dapat memperluas jaringan, memperoleh sumber daya, dan memperkaya pengalaman pendidikan bagi siswa.

Survei Pelayanan Pendidikan dilakukan oleh kepala sekolah setiap akhir semester, sebanyak dua kali dalam setahun. Hal ini dilakukan untuk mengumpulkan umpan balik dari orangtua murid tentang kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh sekolah. Menurut kepala sekolah:

“hasil survei yang dilaksanakan pada akhir semester 1 tahun ajaran 2022-2023 dengan melibatkan 462 responden, hasil menunjukkan bahwa Public Relation oses pembelajaran yang dilakukan oleh SDIT ALFIDAA mendapat penilaian sangat baik dari 20% responden, baik dari 64% responden, cukup baik dari 14% responden, sementara hanya 2% yang menyebutkan bahwa Public Relation oses pembelajaran tersebut biasa saja, dan tidak ada responden yang menyatakan bahwa Public Relation oses pembelajaran tersebut kurang baik. Kesimpulan dari hasil survei tersebut adalah mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap Public Relation oses pembelajaran yang dilakukan oleh SDIT ALFIDAA, dengan persentase yang signifikan 98% menyebutkan bahwa Public Relation oses pembelajaran tersebut baik hingga sangat baik. Hal ini menunjukkan adanya kepuasan dan pengakuan terhadap kualitas pembelajaran yang diberikan oleh sekolah tersebut. Namun, perlu diperhatikan bahwa terdapat sebagian kecil responden yang menyebutkan bahwa Public Relation oses pembelajaran hanya biasa saja, yang dapat menjadi pertimbangan bagi sekolah untuk terus meningkatkan dan memperbaiki metode pembelajaran yang disajikan kepada siswa”³².

³² Wawancara, “Wawancara Dengan Kepala Sekolah” (Bekasi, 2022).

Program Majalah ALFIDAA yang bernama Majalah Mulia Cendikia merupakan publikasi periodik yang disiapkan oleh sekolah. Majalah ini berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan sekolah, karya-karya siswa, materi keislaman, teknologi, dan informasi lainnya. Tujuan dari majalah ini adalah untuk menghubungkan sekolah dengan orangtua murid, menyebarkan pengetahuan, dan membangun komunikasi yang efektif. Selain itu, SDIT ALFIDAA juga aktif dalam memperingati hari-hari besar Islam seperti Maulid Nabi Muhammad SAW, Isra Mi'raj, dan lainnya. Peringatan ini dilakukan dengan berbagai kegiatan, seperti ceramah, pembacaan Al-Quran, syiar keagamaan, dan pembacaan doa bersama. Hal ini memberikan kesempatan kepada siswa untuk memahami dan menghargai peristiwa-peristiwa penting dalam agama Islam.

Melalui berbagai program eksternal ini, SDIT ALFIDAA tidak hanya memberikan pendidikan berkualitas kepada siswa, tetapi juga aktif dalam berkontribusi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Program tersebut mencerminkan komitmen sekolah untuk melibatkan wali murid, memperkuat hubungan antara sekolah dan masyarakat, serta memberikan bantuan dan dukungan kepada mereka yang membutuhkan. SDIT ALFIDAA senantiasa berusaha menjalin kerjasama dengan lembaga lain dalam rangka mengembangkan pendidikan. Melalui kerjasama ini, sekolah dapat berbagi pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya dengan lembaga pendidikan lainnya. Tujuan dari kerjasama ini adalah untuk meningkatkan mutu pendidikan, mengadopsi praktik terbaik, dan memperluas jangkauan pendidikan yang diberikan kepada siswa.

Program Survei Pelayanan Pendidikan menjadi alat penting untuk mengukur kepuasan orangtua murid terhadap layanan pendidikan yang diberikan oleh sekolah. Dengan mengumpulkan umpan balik dari orangtua, sekolah dapat mengevaluasi kinerja dan melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Hal tersebut memperkuat hubungan antara sekolah dan orangtua murid melalui komunikasi yang terbuka dan saling mendukung. Majalah Mulia Cendikia menjadi media yang efektif dalam menyampaikan informasi dan menghubungkan sekolah dengan orangtua murid. Melalui majalah ini, sekolah dapat mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan sekolah, mengapresiasi siswa, dan menyampaikan materi keislaman serta informasi penting lainnya. Majalah ini juga menjadi wadah bagi siswa untuk berbagi karya-karya mereka dan meningkatkan kebanggaan terhadap sekolah.

Terakhir, peringatan hari besar Islam menjadi momen penting bagi SDIT ALFIDAA untuk memperkuat pemahaman siswa terhadap ajaran Islam dan mengenang peristiwa-peristiwa bersejarah dalam agama. Melalui berbagai kegiatan yang diselenggarakan, sekolah mendorong siswa untuk mengenal, menghormati, dan merayakan hari-hari besar Islam dengan penuh kebersamaan dan keagamaan. Dengan menjalankan berbagai program eksternal ini, SDIT ALFIDAA menjunjung tinggi nilai-nilai kepedulian,

partisipasi aktif, dan pengembangan holistik siswa. Sekolah ini tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga melibatkan orangtua, masyarakat, dan lembaga lain dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang kokoh, inklusif, dan berkualitas.

Upaya Program Pemanfaatan Teknologi Revolusi industri 4.0

SDIT ALFIDAA telah mengadopsi penggunaan teknologi digital sebagai alat yang efektif untuk meningkatkan komunikasi dan menyediakan informasi kepada siswa, orangtua, dan masyarakat. Program pemanfaatan teknologi revolusi industri 4.0 ini mencakup penggunaan berbagai platform populer seperti website, Facebook (FB), Instagram (IG), dan TikTok, yang memiliki akun resmi dengan nama SIT ALFIDAA. Selain itu, terdapat dua akun TikTok, yaitu Music Religi ALFIDAA dan SIT ALFIDAA, yang khusus menyajikan konten yang relevan dengan nilai-nilai keislaman. Website resmi sekolah, yang dapat diakses melalui alamat alfidaacendikia.sch.id, menjadi sumber utama informasi tentang kegiatan sekolah, program pembelajaran, program dakwah, serta berbagai informasi penting lainnya yang telah diadakan oleh SDIT ALFIDAA. Dengan demikian, orangtua, siswa, dan masyarakat dapat memperoleh informasi terkini secara mudah melalui platform digital ini ³³.

Selanjutnya, sekolah ini juga mengelola tiga channel YouTube yang menawarkan beragam konten yang berkaitan dengan kegiatan dan nilai-nilai Islam. Channel YouTube ALFIDAA TV merupakan saluran utama yang memiliki lebih dari 557 konten video dengan jumlah subscribe sebanyak 11.565. Analisis YouTube menunjukkan bahwa video-video tersebut telah diakses oleh 38 negara. Konten yang tersedia di channel ini meliputi lagu-lagu religi ALFIDAA yang sebagian besar diciptakan oleh siswa dan guru, video kegiatan sekolah seperti pembelajaran, ujian, perkemahan, pramuka, perayaan hari besar Islam, upacara hari kemerdekaan Republik Indonesia, wisuda, dan film-film pendek religi ALFIDAA. Selain itu, terdapat juga program-program seperti PADI Online (Pembelajaran Aktif dan Inovatif secara online), *Public Relation* program Moral yang melibatkan guru dan siswa dalam pembelajaran Al-Quran, Disain (dialog santai dengan tokoh inspiratif), Bisa prestasi (diskusi dengan siswa berprestasi), Ngobral (ngobrol dengan alumni ALFIDAA), KAPE ALFIDAA (kajian Parenting ALFIDAA), Kurma (kuliah Ramadhan Mulia ALFIDAA), serta berbagai lomba dan konten video lainnya.

Selain channel ALFIDAA TV, terdapat juga channel YouTube Al Quran ALFIDAA yang dikhususkan untuk program-program yang berkaitan dengan Al-Quran, seperti program Moral, tilawah satu juz, lomba-lomba Al-Quran, dan kajian keislaman. Sementara itu, channel Nasyid ALFIDAA

³³ Afifah Chusna Az Zahra et al., "Peran Pendidikan Keluarga Dalam Menghadapi Tantangan Revolusi Industri 4.0," *Prosiding Seminar Nasional & Call Paper*, 2019, 128–32.

menyajikan lagu-lagu religi yang diciptakan oleh ALFIDAA sendiri, termasuk cover lagu-lagu religi populer. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan keberadaan platform-platform tersebut, SDIT ALFIDAA berhasil menyediakan akses informasi yang lebih luas kepada seluruh komunitas sekolah dan masyarakat luas, sekaligus memberikan konten yang bernilai pendidikan. Penggunaan website, media sosial, dan channel YouTube telah memberikan dampak positif dalam mengkomunikasikan kegiatan sekolah, menginformasikan program pembelajaran dan program dakwah, serta memberikan wawasan keislaman kepada siswa, orangtua, dan masyarakat.

Selain itu, melalui platform-platform digital ini, SDIT ALFIDAA juga dapat memperluas jangkauan pesan-pesan penting yang ingin disampaikan. Misalnya, dengan menggunakan Facebook, Instagram, dan TikTok, sekolah dapat menjangkau lebih banyak orang, khususnya para orangtua murid, yang dapat memperoleh informasi secara langsung dan terupdate mengenai kegiatan sekolah. Video-video inspiratif, pesan-pesan keislaman, dan materi-materi pembelajaran yang disampaikan melalui channel YouTube juga dapat diakses oleh masyarakat di berbagai negara, menghasilkan penyebaran nilai-nilai positif yang lebih luas.

Dengan adanya program-channel YouTube ALFIDAA, Al-Quran ALFIDAA, dan Nasyid ALFIDAA, SDIT ALFIDAA memberikan ragam konten yang beragam dan bermanfaat bagi semua pemirsa. Dalam channel ALFIDAA TV, terdapat berbagai program video yang mencakup kegiatan sekolah, pembelajaran, perayaan hari besar Islam, serta penghargaan terhadap *Public Relation* estasi siswa. PADI Online, program Moral, Disain, Bisa prestasi, Ngobral, KAPE ALFIDAA, Kurma, dan konten-konten lainnya menawarkan kegiatan yang menarik dan edukatif bagi siswa, orangtua, dan masyarakat.

Pada channel Al-Quran ALFIDAA, program-program khusus Al-Quran seperti tilawah, lomba-lomba, dan kajian keislaman memberikan ruang untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang ajaran agama Islam. Sedangkan channel Nasyid ALFIDAA memberikan hiburan dan pengalaman mendengarkan lagu-lagu religi yang inspiratif, yang tidak hanya diciptakan oleh siswa dan guru ALFIDAA, tetapi juga melibatkan cover lagu-lagu religi populer. Dengan demikian, melalui pemanfaatan teknologi digital dan berbagai platform tersebut, SDIT ALFIDAA telah berhasil menciptakan ekosistem yang dinamis dan interaktif, memfasilitasi komunikasi yang efektif, menyediakan informasi terkini, serta menyampaikan pesan-pesan penting kepada seluruh komunitas sekolah dan masyarakat.

Dengan demikian, program-program ini telah membantu sekolah dalam membangun lingkungan pendidikan yang berbasis teknologi dan memperkaya pengalaman belajar siswa dalam mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang agama, kegiatan sekolah, dan perkembangan dunia modern.

Kesimpulan

Public Relation melalui media sosial di SDIT ALFIDAA Bekasi membangun reputasi sekolah melalui media sosial yaitu website, Youtube dan Facebook dan Instagram. Efektivitas media sosial yang dibangun sebagai sarana informasi pesan positif dapat memperkuat hubungan dengan orang tua siswa, serta masyarakat luas. Semakin baik *public relation* melalui media sosial akan membangun reputasi yang baik bagi SDIT ALFIDAA sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan berkomitmen terhadap nilai-nilai keislaman. Kontribusi penelitian dengan memahami *Public Relation* melalui media sosial digunakan secara efektif untuk membangun reputasi yang positif bagi sekolah. Implikasi penelitian pemanfaatan *public relation* melalui media sosial sebagai pedoman bagi sekolah guna meningkatkan reputasi lembaga pendidikan dalam persaingan revolusi industri 4.0.

Bibliography

- Alifiah, Nur Hanina, and Erny Roesminingsih. "Pengaruh Manajemen Humas Dan Citra Sekolah Terhadap Minat Orang Tua Di Sub Rayon 34 Surabaya." *Inspirasi Manajemen Pendidikan* 1, no. 1 (2018): 1-8. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/25005>.
- Baharun, H. "Penerapan Pembelajaran Active Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Di Madrasah." *Jurnal Pendidikan Pedagogik* 1, no. 1 (2015): 34-36. <https://doi.org/https://doi.org/10.24042/tadris.v3i1.2205>.
- Baharun, H., and R. Awwaliyah. "Pendidikan Multikultural Dalam Menanggulangi Narasi Islamisme Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*." *Journal of Islamic Education Studies* 5, no. 2 (2017): 224-243. <https://doi.org/https://doi.org/10.15642/jpai.2017.5.2.224-243>.
- Chen, Yubo, and Jinhong Xie. "Online Consumer Review: Word-of-Mouth as a New Element of Marketing Communication Mix." *Management Science* 54, no. 3 (2008): 477-91. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.1070.0810>.
- Creswell, J.W. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mix Methods Approach*. California: Sage Publications, 2014.
- Fuchs, C. "Industry 4.0: The Digital German Ideology." *TripleC* 16, no. 1 (2018): 280-289. <https://doi.org/https://doi.org/10.31269/triplec.v16i1.1010>.
- Gilchrist, and A. *Industry 4.0 The Industrial Internet Of Things*. California: Apress, 2016.
- Hadi, Samsul. "Model Pengembangan Mutu Di Lembaga Pendidikan." *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 2 (2020): 321-47. <https://doi.org/https://doi.org/10.36088/pensa.v2i3.980>.
- Hizfa, and Aslan. "The Model of Competitive Advantage Development in

- Private Islamic Education Institutions." In *BASA*, 1-9. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020. <https://doi.org/10.4108/eai.20-9-2019.2297058>.
- Indrioko, Erwin. "Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam." *Universam* 9, no. 2 (2015): 265-74. <https://jurnalfuda.iainkediri.ac.id/index.php/universum/article/view/775>.
- Kietzmann, J. H., K. Hermkens, I. P. McCarthy, and B. S. Silvestre. "Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media." *Business Horizons* 54, no. 3 (2011): 241-251. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>.
- M, Suardi. "Analisis Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan." *Kelola: Journal of Islamic Education Management* 2, no. 2 (2017): 117-26. <https://doi.org/10.24256/kelola.v2i2.434>.
- Mizanie, Dina, and Irwansyah Irwansyah. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Komunikasi* 13, no. 2 (2019): 149-64. <https://doi.org/10.21107/komunikasi.v13i2.5099>.
- Oliver, Sandra. *Public Relations Strategy*. London: Kogan Page, 2010.
- Rahmat, Abdul. *Manajemen Humas Sekolah. Manajemen Humas Sekolah. Pertama*. Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Sandyakala, MC. "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan." *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan* 30, no. 2 (2020): 184-98. <https://doi.org/https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i2.63>.
- SDIT-Al-Fidaa. "Profil SDIT Al Fidaa Bekasi," 2022. <https://alfidaacendikia.sch.id/pages/sdit-al-fidaa>.
- Sitepu, Edy Sahputra. *Professional Public Relations. Journal of the National Medical Association*. Vol. 46. Medan: Universitas Sumatra Utara, 2011.
- Solihin, D. "Penerapan Pendekatan Sistem Manajemen Strategi Menggunakan Konsep Balanced Scorecard Di Politeknik Tedc Bandung." *Jurnal TEDC*, 2021, 143-47. <https://ejournal.poltektedc.ac.id/index.php/tedc/article/view/479>.
- Sukinem, and Tutut Sholihah. "Manajemen Humas Dalam Membangun Citra (Image Building) Di SD IT Al Manar Pangkalan Bun." *JISPENDIORA: Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan Dan Humaniora* 1, no. 2 (2022): 33-41. <https://doi.org/10.56910/jispendiora.v1i2.32>.
- Syam, Aldo Redho, and Moch. Charis Hidayat. "Peran Bagian Public Relations Dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Di Era Otonomi Pendidikan." *Tadarus: Jurnal Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2019): 1-17. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30651/td.v8i1.3144>.
- Tench, Ralph, and Liz Yeomans. *Exploring Public Relations Global Strategic Communication*. London: Pearson Education, 2017.

- Tirtosudarmo, R. "Managing Multicultural Society in Indonesia, with Jakarta as a Show Case National Research and Innovation Agency." *Islam Nusantara* 3, no. 2 (2022): 27–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.47776/islamnusantara.v3i2.311>.
- Waters, Richard D., Natalie T.J. Tindall, and Timothy S. Morton. "Media Catching and the Journalist-Public Relations Practitioner Relationship: How Social Media Are Changing the Practice of Media Relations." *Journal of Public Relations Research* 22, no. 3 (2010): 241–64. <https://doi.org/10.1080/10627261003799202>.
- Wawancara. "Wawancara Dengan Guru." Bekasi: SDIT AL FIDAA, 2022.
- — —. "Wawancara Dengan Kepala Sekolah." Bekasi, 2022.
- — —. "Wawancara Dengan Wakil Kepala Sekolah." Bekasi, 2022.
- Zahra, Afifah Chusna Az, Jainul Mukhaimin Nurofik, Krista Insan Dermawan, and Aryudho Widyatno. "Peran Pendidikan Keluarga Dalam Menghadapi Tantangan Revolusi Industri 4.0." *Prosiding Seminar Nasional & Call Paper*, 2019, 128–32.