



<http://dx.doi.org/10.25157/jwp.v%vi%i.18980>

Peran Strategi Humas Adaptif dalam Membangun Kepercayaan Stakeholder: Studi Kasus di SMAN 1 Cisayong Pasca Pandemi

¹Helmawati, ¹Iis Supianah, ¹Euis Guntur Patimah, ¹Ujang Andriyandi

¹Universitas Islam Nusantara, Indonesia

Email: helmawati.dr@gmail.com

Abstract

The effectiveness of a school is significantly determined by the capability of public relations to foster effective communication, particularly during times of change. With this perspective, this research aims to explore the adaptation of public relations strategies at SMAN 1 Cisayong in relation to the digital age and the aftermath of the pandemic, focusing on efficiently establishing and preserving trust among all stakeholders. The research employs a qualitative framework through a case study intended to gain insights into the role of public relations in schools when connecting with stakeholders and how public relations have evolved following the pandemic. At SMAN 1 Cisayong, public relations engages in a flexible strategy aimed at cultivating and upholding a favorable image of the school while also forging partnerships with outside entities. This effort to create and sustain a positive school reputation is executed through social media channels like Facebook and Instagram, which serve to highlight various school activities and showcase student accomplishments. Sharing these achievements on social media functions as a marketing instrument for the institution, illustrating that the school hosts talented students and provides a quality educational experience. Partnerships with external entities are also developed, including collaborative efforts in curriculum creation and enhancing parental participation. Schools work with their communities, including businesses and research organizations, to tailor curricula that meet local needs.

Keywords: Adaptive public relations, school strategy, stakeholder trust

Abstrak

Keberhasilan lembaga pendidikan sangat dipengaruhi oleh efektivitas humas dalam menciptakan komunikasi yang baik dan responsif, terutama di tengah perubahan zaman. Penelitian ini bertujuan menginvestigasi adaptasi strategi humas di SMAN 1 Cisayong terhadap era digital dan pasca-pandemi guna membangun serta mempertahankan kepercayaan pihak terkait. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus di SMAN 1 Cisayong Kabupaten Tasikmalaya. Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder yang diperoleh dari stakeholder sekolah serta dokumentasi kegiatan dan publikasi Humas. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif melalui pengorganisasian, pengelompokan berdasarkan tema, perbandingan antarsumber, dan penarikan kesimpulan. Humas di SMAN 1 Cisayong menerapkan strategi adaptif dengan fokus pada pembangunan dan pemeliharaan citra positif sekolah serta menjalin kerja sama dengan pihak luar. Citra positif dibangun melalui pemanfaatan *Facebook* dan *Instagram* untuk menginformasikan aktivitas sekolah dan menampilkan pencapaian siswa. Publikasi prestasi berfungsi sebagai sarana promosi yang menunjukkan siswa berprestasi dan pendidikan berkualitas. Kerja sama eksternal mencakup pengembangan kurikulum dan peningkatan keterlibatan orang tua, termasuk kolaborasi dengan komunitas, industri, atau lembaga riset sesuai kebutuhan masyarakat dan perkembangan teknologi serta kebutuhan pendidikan.

Kata Kunci: Humas adaptif, strategi sekolah, kepercayaan stakeholder



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Cara sitasi:

Helmawati, et.al. (2026). Peran Strategi Humas Adaptif dalam Membangun Kepercayaan Stakeholder: Studi Kasus di SMAN 1 Cisayong Pasca Pandemi. *Jurnal Wahana Pendidikan*, 13(2), 679-688.

Sejarah Artikel:

Dikirim 25-05-2025, Direvisi 18-08-2026, Diterima 29-08-2026.

PENDAHULUAN

Pelaksanaan pendidikan adalah tanggung jawab kolektif yang melibatkan pemerintah, orang tua, dan masyarakat. Elemen-elemen tersebut sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing, harus bekerja sama untuk memastikan bahwa kualitas pendidikan dapat tercapai secara maksimal. Kerjasama dengan organisasi eksternal mencakup kolaborasi dengan sekolah lain, masyarakat di sekitar sekolah, perusahaan, dan sejenisnya (Latief et.al, 2021). Menurut pendapat (Sumarto dan Harahap, 2022), kerjasama adalah salah satu jenis interaksi dalam masyarakat. Kerjasama juga dapat dipahami sebagai sebuah proses sosial, yang di dalamnya terdapat kegiatan-kegiatan tertentu yang bertujuan mencapai sasaran bersama melalui bantuan satu sama lain dan saling menghargai aktivitas yang dilakukan. Oleh karena itu, (Kurniasari et.al, 2024) berpendapat, peranan hubungan masyarakat (Humas) dalam institusi pendidikan kini telah menjadi elemen penting dalam pengelolaan mutu institusi pendidikan. Humas adalah kegiatan mengatur distribusi informasi antara individu atau organisasi dengan masyarakat.

Perkembangan media digital memberikan peluang bagi sekolah untuk memperluas jangkauan komunikasi sekaligus membangun citra institusi. Penggunaan media sosial secara konsisten dapat meningkatkan keterlibatan publik serta memperkuat hubungan sekolah dengan siswa dan orang tua (Pratiwi et al., 2023). Pemanfaatan media sosial dan kegiatan public relations juga terbukti berkontribusi positif terhadap pembentukan citra sekolah, yang selanjutnya dapat memengaruhi ketertarikan masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan (Widyaningrum & Suryandari, 2023). Humas adalah elemen yang krusial dalam administrasi untuk mencapai sasaran tertentu dari institusi pendidikan. Hubungan masyarakat ialah upaya untuk menciptakan interaksi yang seimbang antara sebuah sekolah dan masyarakat melalui suatu bentuk komunikasi dua arah atau saling bertukar informasi (Fithriani, 2019). Keterlibatan masyarakat dan hubungan masyarakat merupakan dua elemen yang dapat mendukung keberhasilan kegiatan pendidikan, di mana pendekatan hubungan masyarakat yang efektif dapat menghubungkan peningkatan keterlibatan masyarakat sehingga kebutuhan masyarakat dapat dipenuhi oleh institusi pendidikan. Implementasi strategi yang tepat untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat menjadi semakin mendesak dilakukan setelah pandemi Covid-19 dan setelah banyaknya batasan pada aktivitas sosial masyarakat (Adisti dan Setiawan, 2021). Pandemi COVID-19 telah memberikan pengaruh besar terhadap interaksi sosial dan cara belajar. Pembatasan sosial serta pergeseran ke metode pembelajaran online telah mengubah cara sekolah berhubungan dan berinteraksi dengan berbagai pihak. Setelah pandemi, meskipun proses belajar kembali normal, dampak dari perubahan perilaku dan harapan dalam komunikasi masih terasa. Para pemangku kepentingan, khususnya orang tua dan masyarakat, semakin menginginkan adanya

komunikasi yang fleksibel, jelas, dan dapat dipercaya dari sekolah mengenai berbagai isu, mulai dari protokol kesehatan, kemajuan akademis siswa, hingga program-program sekolah yang mendukung pemulihan pasca-pandemi.

Permasalahan penelitian ini yaitu adanya perubahan pola komunikasi dan meningkatnya tuntutan stakeholder terhadap informasi yang cepat, fleksibel, jelas, dan terpercaya setelah pandemi, sementara Humas sekolah dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan komunikasi digital tanpa mengabaikan komunikasi tatap muka. Kondisi tersebut menimbulkan tantangan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan stakeholder, baik karena kesenjangan akses dan literasi digital maupun keterbatasan internal Humas dalam pengelolaan media digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Humas sekolah menghadapi tantangan dalam menyesuaikan pola komunikasi dengan perubahan kebutuhan stakeholder pasca-pandemi. Di satu sisi, perkembangan teknologi menuntut Humas untuk menyediakan informasi secara cepat, fleksibel, jelas, dan terpercaya melalui media digital. Di sisi lain, komunikasi tatap muka masih diperlukan karena tidak seluruh stakeholder memiliki akses dan kemampuan digital yang sama. Selain itu, keterbatasan infrastruktur, gagasan konten, dan keterampilan pengelolaan media digital menjadi tantangan internal yang dapat memengaruhi konsistensi komunikasi Humas. Kondisi tersebut menimbulkan persoalan mengenai bagaimana Humas sekolah dapat mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan stakeholder di era digital dan pasca-pandemi.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada perubahan kebutuhan dan pola komunikasi stakeholder pasca-pandemi yang menuntut Humas sekolah mampu menyediakan informasi secara cepat, fleksibel, jelas, dan terpercaya melalui media digital, namun tetap mempertahankan komunikasi tatap muka. Kondisi tersebut semakin penting dikaji karena masih terdapat kesenjangan akses dan literasi digital serta keterbatasan internal Humas dalam pengelolaan media digital. Literasi digital dan kemampuan Humas dalam memberikan respons secara cepat juga menjadi aspek penting dalam pengelolaan reputasi sekolah melalui media sosial, terutama ketika informasi yang beredar dapat dengan cepat memengaruhi persepsi publik (Abdullah et al., 2025). Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mengenai strategi Humas yang adaptif untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan stakeholder dalam konteks pendidikan pasca-pandemi.

Keberhasilan suatu institusi pendidikan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana pihak humas dapat membangun komunikasi yang efisien dan responsif, terutama ketika menghadapi perubahan zaman (Lahagu et al., 2024). Kepercayaan dari para pemangku kepentingan menjadi modal utama bagi sekolah untuk meraih dukungan dalam mewujudkan visi dan misinya (Maulana & Hasan, 2019). Kepercayaan ini tidak hanya dibentuk melalui pencapaian akademik, tetapi juga melalui keterbukaan informasi, tanggung jawab terhadap masukan dan keluhan, serta kemampuan institusi untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan serta harapan para pemangku kepentingan di era digital dan pasca-pandemi. Dalam konteks era digital, optimalisasi peran Humas melalui media sosial, transparansi informasi, dan pengelolaan komunikasi yang responsif dapat memperkuat citra sekaligus kepercayaan publik terhadap sekolah (Putri et al., 2025). Istilah "Humas Adaptif" menekankan pada kemampuan divisi humas untuk beradaptasi dan bertransformasi di tengah perubahan yang terjadi, terutama di zaman digital yang sangat cepat dan setelah pandemi yang telah mengubah banyak aspek. Penekanan pada "membangun kepercayaan stakeholders" menggambarkan tujuan utama dari fungsi humas, yang amat krusial untuk kelangsungan dan perkembangan institusi pendidikan. Penyebutan "Era Digital dan Pasca-Pandemi" secara jelas menggarisbawahi konteks waktu dan

tantangan tertentu yang dihadapi oleh humas sekolah saat ini. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, isu utama yang ingin diteliti adalah bagaimana strategi humas di SMAN 1 Cisayong dapat beradaptasi dengan era digital dan pasca-pandemi untuk membangun serta menjaga kepercayaan dari pemangku kepentingan secara efektif. Penelitian ini akan berfokus pada pengidentifikasian praktik humas yang telah dijalankan, menganalisis seberapa efektif dalam konteks digital dan pasca-pandemi, serta merumuskan saran strategi humas adaptif yang dapat diadopsi oleh SMAN 1 Cisayong untuk memperkuat koneksi dan kepercayaan dengan para pemangku kepentingannya.

Perubahan pola komunikasi sekolah dan orang tua setelah pandemi juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi perlu disesuaikan dengan perubahan kebutuhan stakeholder. Penelitian Proff dan Matar (2025) menunjukkan adanya perubahan persepsi orang tua terhadap aksesibilitas dan efektivitas komunikasi sekolah setelah pandemi, sehingga sekolah perlu mengembangkan pendekatan komunikasi yang lebih responsif terhadap kebutuhan orang tua. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi Humas SMAN 1 Cisayong dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan stakeholder pada era digital dan pasca-pandemi. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi praktik komunikasi Humas dalam membangun citra positif sekolah, menganalisis pemanfaatan media digital dan komunikasi tatap muka dalam menjalin hubungan dengan stakeholder, serta mengidentifikasi tantangan dan bentuk kerja sama Humas dengan orang tua, masyarakat, industri, dan lembaga eksternal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan sasaran untuk mengkaji secara mendalam fungsi humas di sekolah dalam membangun koneksi dengan pihak-pihak berkepentingan serta adaptasi humas setelah pandemi. Metode penelitian kualitatif menekankan pada sudut pandang, pengalaman, dan tindakan dari berbagai individu yang terlibat dalam penelitian (Schmieder, 2020). Penelitian kualitatif menggunakan pendekatan yang mirip dengan penelitian kuantitatif, termasuk dalam hal pengumpulan dan analisis data. Namun, perbedaan utama terletak pada cara menggali informasi dari narasumber atau subjek penelitian secara mendalam. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif memerlukan penjelajahan informasi yang luas dan mendalam (Turner, 2021). Pendekatan kualitatif dipilih karena studi ini tidak sekadar bertujuan untuk mengukur atau menguji hubungan antar variabel, tetapi juga untuk mencerminkan bagaimana strategi komunikasi Humas di sekolah diimplementasikan dan bagaimana respons mereka terhadap perubahan yang diakibatkan oleh pandemi. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat menjelajahi secara mendetail persepsi, sudut pandang, dan pengalaman para informan terkait isu yang sedang diteliti.

Selanjutnya, penelitian ini mengadopsi pendekatan studi kasus. Metode penelitian studi kasus adalah pendekatan yang sesuai untuk diterapkan pada penelitian yang mengangkat pertanyaan penelitian mengenai bagaimana atau mengapa, ketika peneliti memiliki waktu terbatas untuk mengawasi fenomena yang dianalisis, serta ketika penelitian ditujukan untuk memahami peristiwa-peristiwa masa kini, agar dapat mengikuti kejadian yang terjadi saat ini. Dalam teknik studi kasus, peneliti sangat memperhatikan skema dan pelaksanaan dari proses penelitian (Nur'aini, 2020). Fokus dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan penerapan strategi Humas di SMAN 1 Cisayong Tasikmalaya dalam menjalin hubungan dengan para pemangku kepentingan serta bagaimana penyesuaian dilakukan untuk menghadapi tantangan setelah pandemi. Data yang menjadi prioritas dalam penelitian ini berasal dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang memberikan gambaran

yang nyata dan mendalam tentang praktik komunikasi yang berlangsung. Metode deskriptif juga berguna untuk memahami elemen-elemen yang lebih luas terkait pengelolaan Humas dalam konteks pendidikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian mengenai strategi Humas adaptif di SMAN 1 Cisayong menunjukkan adanya tiga temuan utama, yaitu adaptasi komunikasi melalui media digital, penguatan hubungan dengan stakeholder dan pihak eksternal, serta adanya tantangan dalam penggunaan komunikasi digital.

1. Bentuk Strategi Humas Adaptif yang Diterapkan di SMAN 1 Cisayong

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pascapandemi, Humas SMAN 1 Cisayong mengalihkan pendekatan komunikasi dari konvensional menjadi pola hibrida (kombinasi digital dan tatap muka) dengan mengoptimalkan media sosial sekolah (*Instagram*, *Facebook*), situs web resmi, dan grup *WhatsApp* kelas atau orang tua sebagai saluran informasi cepat dan transparan terkait kebijakan pembelajaran serta agenda sekolah. Selanjutnya, melakukan pendekatan personal dan partisipatif dengan mengembalikan forum tatap muka secara bertahap melalui rapat komite, konsultasi wali kelas, dan kegiatan apresiasi siswa untuk menjaga kehangatan hubungan secara langsung. Kemudian, menyediakan saluran aduan dan tanggapan cepat untuk meminimalkan disinformasi di kalangan orang tua murid.



Gambar 1. Publikasi Kegiatan dan Prestasi SMAN 1 Cisayong pada Instagram

Publikasi prestasi siswa menjadi salah satu bentuk kegiatan Humas. Informasi mengenai prestasi siswa dipublikasikan melalui media sosial untuk menunjukkan berbagai pencapaian sekolah kepada masyarakat. Selain sebagai penyampaian informasi, publikasi tersebut menjadi sarana untuk memperkenalkan kualitas dan reputasi sekolah kepada publik. Media sosial juga memberikan ruang bagi masyarakat untuk memberikan komentar dan tanggapan terhadap informasi yang disampaikan sekolah. Humas kemudian memberikan respons terhadap tanggapan tersebut. Dengan demikian,

komunikasi yang berlangsung melalui media digital tidak hanya berupa penyampaian informasi satu arah, tetapi juga memungkinkan terjadinya interaksi antara sekolah dan masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas tidak hanya dilakukan melalui media digital, tetapi juga melalui hubungan langsung dengan stakeholder dan kerja sama dengan pihak eksternal. Sekolah menjalin kerja sama dengan masyarakat, sektor industri, dan lembaga penelitian, khususnya dalam pengembangan kurikulum yang disesuaikan dengan tuntutan masyarakat dan perkembangan teknologi. Dalam hubungan dengan orang tua, sekolah menyelenggarakan pertemuan secara rutin untuk memberikan informasi mengenai perkembangan siswa dan membahas kebutuhan mereka. Orang tua juga diberikan kesempatan untuk berpartisipasi dalam aktivitas tertentu yang mendukung proses pendidikan siswa.

Hasil penelitian juga menemukan beberapa tantangan dalam penerapan strategi komunikasi digital. Tantangan pertama adalah kesenjangan akses terhadap teknologi dan internet serta perbedaan pemahaman digital di masyarakat. Kondisi tersebut dapat menjadi hambatan dalam penyampaian informasi kepada seluruh stakeholder. Selain itu, terdapat kebutuhan terhadap komunikasi tatap muka. Beberapa stakeholder mengharapkan sekolah lebih sering menyelenggarakan pertemuan langsung dengan orang tua untuk membahas perkembangan siswa dan kebijakan sekolah. Sebagian orang tua merasa komunikasi secara langsung lebih nyaman dan terbuka, terutama ketika membicarakan perkembangan anak. Dari sisi internal, Humas juga menghadapi keterbatasan berupa infrastruktur, gagasan konten, dan keterampilan editing video. Keterbatasan tersebut menjadi faktor yang perlu diperhatikan untuk menjaga konsistensi pelaksanaan komunikasi digital Humas. Upaya yang dilakukan untuk menghadapi tantangan di atas Humas SMAN 1 Cisayong membangun kepercayaan melalui tiga fokus utama, yaitu membuka akses informasi seluas-luasnya mengenai kesiapan sarana-prasarana, kurikulum transisi, dan program keselamatan siswa. Kemudian, melaporkan hasil evaluasi belajar dan capaian non-akademik siswa secara berkala kepada pihak komite dan dinas terkait, serta mengaitkan program sekolah dengan kegiatan masyarakat Cisayong untuk menjaga citra positif institusi di lingkungan sekitar.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Strategi Humas Adaptif

Dalam melaksanakan strategi Humas adaptif di SMA N 1 Cisayong terdapat faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung pelaksanaan Humas adaptif diantaranya dukungan penuh dari Kepala Sekolah dan jajaran guru dalam pemanfaatan teknologi. Selanjutnya, keaktifan organisasi kesiswaan (seperti OSIS/Ekstrakurikuler) yang membantu produksi konten informasi positif, serta tingginya kepedulian Komite Sekolah terhadap perkembangan anak pascapandemi.

Sedangkan faktor penghambatnya yaitu keterbatasan literasi digital pada sebagian orang tua/wali murid di wilayah pedesaan. Kemudian, kendala teknis seperti infrastruktur jaringan atau kepemilikan perangkat di tingkat wali murid, serta beban kerja tim Humas yang masih merangkap tugas mengajar harian.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Humas SMAN 1 Cisayong telah beradaptasi dengan perubahan pola komunikasi pasca-pandemi melalui pemanfaatan media digital. Penggunaan Instagram, Facebook, dan situs web menunjukkan adanya pergeseran dari pola komunikasi konvensional menuju komunikasi yang lebih cepat dan luas. Adaptasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi, tetapi juga dengan perubahan cara Humas berinteraksi dengan stakeholder. Temuan bahwa media sosial digunakan untuk mempublikasikan kegiatan dan prestasi

siswa menunjukkan bahwa fungsi Humas telah berkembang dari sekadar penyampaian informasi menjadi bagian dari pembangunan citra dan reputasi sekolah. Publikasi prestasi siswa dapat membentuk persepsi positif masyarakat mengenai kualitas sekolah. Hal ini memperkuat temuan (Fahmi dan Windasari, 2022) bahwa website dapat berperan penting dalam penyampaian informasi dan branding sekolah. Namun, terdapat perbedaan dengan penelitian tersebut. Jika Fahmi dan Windasari lebih menekankan *website* sebagai sarana branding sekolah, penelitian ini menemukan penggunaan berbagai platform digital sekaligus dan menunjukkan bahwa media sosial juga digunakan sebagai ruang interaksi antara sekolah dan stakeholder. Temuan penelitian juga sejalan dengan (Muktiali et.al, 2023), yang menunjukkan bahwa media sosial dapat digunakan untuk menyampaikan informasi secara efisien, termasuk agenda, pengumuman, dan pencapaian siswa. Perbedaannya, penelitian ini menunjukkan fungsi yang lebih luas, yaitu media digital tidak hanya digunakan sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan citra, promosi, interaksi, dan penguatan kepercayaan stakeholder.

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah bahwa adaptasi digital tidak berarti menggantikan komunikasi tatap muka sepenuhnya. Meskipun stakeholder dapat memperoleh informasi melalui media sosial, sebagian orang tua masih menginginkan komunikasi langsung dengan guru atau kepala sekolah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi Humas pasca-pandemi perlu bersifat hibrida, yaitu menggabungkan komunikasi digital dan komunikasi langsung. Media digital memiliki keunggulan dalam kecepatan dan jangkauan informasi, sedangkan komunikasi tatap muka memberikan ruang interaksi yang lebih mendalam, khususnya untuk membahas perkembangan siswa dan persoalan yang membutuhkan penjelasan secara langsung. Aspek ini menjadi salah satu kontribusi penting penelitian karena penelitian tidak hanya melihat digitalisasi Humas sebagai proses penggantian media konvensional dengan media digital, tetapi sebagai proses integrasi berbagai bentuk komunikasi sesuai kebutuhan stakeholder.

Temuan mengenai kerja sama dengan masyarakat, sektor industri, lembaga penelitian, dan orang tua menunjukkan bahwa peran Humas tidak berhenti pada fungsi komunikasi. Humas juga berfungsi sebagai penghubung sekolah dengan lingkungan eksternal. Kerja sama dalam pengembangan kurikulum menunjukkan bahwa hubungan eksternal diarahkan untuk memastikan program pendidikan memiliki keterkaitan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan teknologi. Sementara itu, keterlibatan orang tua melalui pertemuan rutin menunjukkan bahwa stakeholder diberikan ruang untuk berpartisipasi dalam proses pendidikan. Temuan ini sejalan dengan (Chotimah et.al, 2024) yang menunjukkan bahwa keterlibatan stakeholder internal dan eksternal berperan dalam memperkuat reputasi sekolah melalui partisipasi, dukungan, dan keterlibatan masyarakat. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa hubungan kolaboratif antara sekolah dan stakeholder dapat membangun kepercayaan serta membantu sekolah menyesuaikan diri dengan kebutuhan peserta didik dan masyarakat. Namun, penelitian ini memperlihatkan bahwa kerja sama dengan pihak eksternal di SMAN 1 Cisayong tidak hanya berfungsi untuk mendukung reputasi dan kepercayaan sekolah, tetapi juga diarahkan pada pengembangan kurikulum bersama dengan masyarakat, sektor industri, dan lembaga penelitian serta peningkatan partisipasi orang tua.

Penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas berbasis digital masih menghadapi keterbatasan. Kesenjangan akses teknologi, literasi digital, kebutuhan komunikasi tatap muka, keterbatasan infrastruktur, kurangnya ide konten, dan keterampilan editing video menunjukkan bahwa adaptasi digital merupakan proses yang masih berkembang. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa

keberhasilan Humas adaptif tidak hanya ditentukan oleh tersedianya media digital, tetapi juga oleh kesiapan sumber daya manusia, infrastruktur, kemampuan menghasilkan konten, dan kemampuan memahami karakteristik stakeholder. Hal ini memperluas pembahasan penelitian sebelumnya yang cenderung menempatkan media sosial sebagai sarana informasi atau branding. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital dalam konteks pasca-pandemi memiliki persoalan yang lebih kompleks karena harus mempertimbangkan kesenjangan digital dan kebutuhan komunikasi langsung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Humas adaptif di SMAN 1 Cisayong dibangun melalui integrasi komunikasi digital, komunikasi tatap muka, keterlibatan stakeholder, dan kerja sama dengan pihak eksternal. Media digital tidak hanya digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media pembentukan citra, promosi prestasi, komunikasi dua arah, dan penguatan kepercayaan stakeholder. Di sisi lain, komunikasi tatap muka tetap dipertahankan karena sebagian stakeholder masih membutuhkan interaksi langsung, terutama dalam pembahasan perkembangan siswa dan kebijakan sekolah. Strategi tersebut diperkuat melalui keterlibatan orang tua serta kerja sama dengan masyarakat, sektor industri, dan lembaga penelitian. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak menyoroti media sosial atau website sebagai sarana informasi, branding, dan partisipasi masyarakat, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi Humas pasca-pandemi membutuhkan integrasi antara komunikasi digital dan tatap muka untuk merespons keragaman kebutuhan stakeholder. Temuan lainnya menunjukkan bahwa adaptasi Humas masih menghadapi kendala berupa kesenjangan akses dan literasi digital, keterbatasan infrastruktur, gagasan konten, serta keterampilan teknis. Dengan demikian, kebaruan penelitian terletak pada pemahaman mengenai Humas adaptif sebagai strategi komunikasi yang mengintegrasikan aspek digital, interpersonal, partisipatif, dan kolaboratif dalam membangun serta mempertahankan kepercayaan stakeholder pasca-pandemi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas SMAN 1 Cisayong telah menerapkan strategi adaptif dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan stakeholder pada era digital dan pasca-pandemi. Strategi tersebut dilakukan melalui pemanfaatan media digital, khususnya Instagram, Facebook, dan situs web, untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan sekolah, prestasi siswa, serta berbagai program pendidikan. Pemanfaatan media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga mendukung pembentukan citra positif sekolah, promosi prestasi, dan interaksi dua arah dengan stakeholder. Dalam membangun hubungan dengan stakeholder, Humas juga mempertahankan komunikasi tatap muka melalui pertemuan dengan orang tua serta mengembangkan kerja sama dengan masyarakat, sektor industri, dan lembaga penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa adaptasi Humas pasca-pandemi tidak dilakukan dengan menggantikan komunikasi langsung melalui media digital, tetapi dengan mengintegrasikan komunikasi digital dan tatap muka sesuai kebutuhan stakeholder. Namun, pelaksanaan strategi tersebut masih menghadapi beberapa tantangan, yaitu kesenjangan akses dan literasi digital, keterbatasan infrastruktur, kurangnya gagasan konten, serta keterampilan teknis dalam pengelolaan media digital. Oleh karena itu, penguatan kapasitas Humas, khususnya melalui peningkatan keterampilan pengelolaan konten dan dukungan infrastruktur, diperlukan agar strategi komunikasi digital dapat dilaksanakan secara lebih konsisten dan optimal. Secara keseluruhan, strategi Humas adaptif di SMAN 1 Cisayong

berperan dalam memperkuat hubungan dengan stakeholder, meningkatkan partisipasi orang tua dan masyarakat, serta mendukung terbentuknya citra positif dan kepercayaan terhadap sekolah.

REKOMENDASI

Berdasarkan tantangan yang dihadapi saat ini, penulis menyarankan agar bagian humas mendapat pelatihan guna meningkatkan kemampuan dalam menciptakan konten, sehingga kejelasan dan konsistensi informasi sekolah di media sosial dapat terjaga dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., Kamal, S. A. R., Prasetyaningtyas, H., Rosyidi, U., & Takdir, M. (2025). Humas dan media sosial sebagai seni membangun reputasi sekolah di era post truth: Systematic literature review. *Journal on Education*, 7(2), 9029–9039. <https://doi.org/10.31004/joe.v7i2.7815>
- Adisti, V dan Setiawan, A.C. (2021). Strategi Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*: Vol. 9 No. 5, 1236 – 1244.
- Chotimah, C., Wulandari, M. P., & Nasution, Z. (2024). Enhancing school reputation through effective stakeholder engagement: A qualitative analysis at an Integrated Islamic Junior High School in Mojokerto. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 7(2), 290–308. <https://doi.org/10.20414/sangkep.v7i2.11166>
- Fahmi, A dan Windasari, W. (2022). Peran Website Sebagai Sarana Branding Sekolah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*: Vol. 10 No. 2, 330 – 340.
- Fithriani. (2019). Manajemen Hubungan Masyarakat dengan Lembaga Sekolah. *Intelektualita*: Vol. 5 No. 2, 1 – 16.
- Henita., Setiawan, A., dan Rozak, R.W.A. (2025). Peran Media Sosial Sebagai Sarana Informasi Sekolah. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*: Vol. 10 No. 1, 178 – 190.
- Kurniasari, D., Hakim, L., dan Syaifudin, M. (2024). Peran Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Journal on Education*, Vol. 6 No. 2, 12175 – 12184.
- Lahagu, S.E., Kustiawan, B., dan Adhicandra, I. (2024). *Manajemen Pendidikan: Teori & Referensi Komprehensif untuk Pengembangan dan Kemajuan Pendidikan di Indonesia*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Latief, S., Hendrayani, S., dan Lestari P. (2021). Pemanfaatan Jaringan Kerjasama Antar Organisasi: Sebuah Pandangan Pemimpin Wanita Sekolah Menengah Atas. *JAMP: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*: Vol. 4 No. 2, 107 – 114.
- Maulana, M.H.A dan Hasan, M. (2019). Manajemen Hubungan Masyarakat pada Lembaga Pendidikan Pesantren. *Itqan*: Vol. 10 No. 1, 147 – 166.
- Muktiali, S., Achmad, L.I dan Nenda, N. (2023). Pemberdayaan Media Sosial dalam Upaya Memberikan Informasi Budaya SMK Armaniyah. *Lentera Pengabdian*: Vol. 1 No. 3, 299 – 307.
- Nur'aini, R.D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin dalam Penelitian Arsitektur dan Perilaku. *Jurnal Informasi Ekspose Riset Sipil Arsitektur*: Vol. 16 No. 1, 92 – 104.
- Pratiwi, E. T., Zaini, A. W., & Suhermanto. (2023). Social media optimization in school image transformation: Instagram interactive strategies in schools. *Journal of Social Studies and Education*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.61987/jsse.v1i1.511>
- Proff, A., & Matar, F. (2025). Lessons learned for leaders: Implications for parent-school communication in post-pandemic learning environments. *Frontiers in Education*, 10. <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1496319>

- Pustikayasa, I.M., Permana, I., Kadir, F., Zebua, R.S.U., Karuru, P., Husnita, L., dan Suryani, I. (2023). *Transformasi Pendidikan: Panduan Praktis Teknologi di Ruang Belajar*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putri, A. D. M., Putri, G. A., Maharani, N. F., Sofiyani, N. E., & Prihantini, P. (2025). Optimalisasi peran Humas sekolah dalam meningkatkan citra dan kepercayaan publik di era digital. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(1), 566–577. <https://doi.org/10.54373/imeij.v6i1.2522>
- Schmieder, C. (2020). Qualitative Data Analysis Software as a Tool for Teaching Analytic Practice: Towards a Theoretical Framework for Integrating QDAS Into Methods Pedagogy. *Qualitative Research*: Vol. 20 No.5, 684–702.
- Sumarto dan Harahap, E.K. (2022). Bentuk Kerja Sama Pascasarjana IAIN Curup dalam Penerapan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). *Jurnal Literasiologi*, Vol. 8 No. 2, 152 – 160.
- Turner, D., Ting, H., Lim, T. Y., & Tan, K. L. (2021). Applying Qualitative Approach and Analysis in Business Research. *Asian Journal of Business Research*: Vol. 11 No. 3, 1–13.
- Widyaningrum, R. M., & Suryandari, R. T. (2023). Integrated marketing communications as a media to increase interest in choosing a private school. *International Journal of Economics Development Research*, 4(4), 2195–2217. <https://doi.org/10.37385/ijedr.v5i2.4838>