



Al-Abshar: Journal of Islamic Education Management

Vol. 2, No. 2, December 2023, E-ISSN: [2963-5853](https://doi.org/10.58223/al-abshar.v2i2.164)

Doi: <https://doi.org/10.58223/al-abshar.v2i2.164>

Strategi Humas Melalui Program Serap Aspirasi Dan Safari Kreatifitas Siswi Di Smk El Mosthofa Untuk Meningkatkan Marketing Pendidikan

Jalaluddin Madani

Madanie191094@gmail.com

Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuanyar Pamekasan

Ipung Rakandana

Jamiah.duba@gmail.com

Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuanyar Pamekasan

Mansur

Mansur890@gmail.com

Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuanyar Pamekasan

Abstract

Keywords: Education is an institution in charge of delivering strategy, compatible, sexy, strategy match-section, public relations, marketing education.

Education is an institution in charge of delivering students to become quality human beings. To go to the people who qualified then of course must first educational institutions must also be qualified, then one of them must establish a good relationship to the community. Because education is not only focused on teachers and students, but also the community must be involved in it. Society also has a great influence on the progress and sustainability of educational institutions, and educational institutions also have to establish good relations with the community, so it is known by the term Public Relations (HUMAS) or Public Relations (PR). And it makes it easier for educational institutions to communicate to the community.

Abstrak

Kata Kunci: *Strategi, serasi, seksi, strategi serasi-seksi, humas, marketing pendidikan* Pendidikan adalah sebuah lembaga yang bertugas mengantarkan peserta didik untuk menjadi manusia yang berkualitas. Untuk menuju manusia yang berkualitas maka tentunya harus terlebih dahulu lembaga pendidikannya juga harus berkualitas, maka salah satunya harus menjalin hubungan yang baik kepada masyarakat. Karena pendidikan tidak hanya terpusat pada guru dan juga siswa, melainkan juga masyarakat harus terlibat di dalamnya. Masyarakat juga mempunyai pengaruh besar terhadap kemajuan dan keberlangsungan lembaga pendidikan, dan lembaga pendidikan juga harus menjalin hubungan baik dengan masyarakat, sehingga hal tersebut dikenal dengan istilah Hubungan Masyarakat (HUMAS) atau Public Relation (PR). Dan hal itu lebih mempermudah lembaga pendidikan untuk melakukan komunikasi kepada masyarakat.

Received: 24-11-2023, Revised: 16-12-2023, Accepted: 31-12-2023

© Jalaluddin Madani, Ipung Rakandana, Mansur

Pendahuluan

Lembaga pendidikan adalah lembaga yang dibangun atas dasar keinginan dan cita-cita masyarakat. Sehingga segala hal yang ada di lembaga ,mulai dari program satuan Pendidikan hingga program Pendidikan secara umum, harus diketahui dengan jelas oleh siswa dan masyarakat. Hal ini sangatlah penting agar tidak terjadi kegelisahan siswa dan pengguna pendidikan lainya pada saat dan sesudah terjadi proses pendidikan. Disamping itu, masyarakat juga harus memiliki tanggung jawab dalam mendukung kesuksesan serta keberlangsungan program-program Pendidikan yang terdapat di sekolah.(Shulhan 2013)

Pendidikan adalah sebuah lembaga yang bertugas mengantarkan peserta didik untuk menjadi manusia yang berkualitas. Untuk menuju manusia yang berkualitas maka tentunya harus terlebih dahulu lembaga pendidikannya juga harus berkualitas, maka salah satunya harus menjalin hubungan yang baik kepada masyarakat. Karena pendidikan tidak hanya terpusat pada guru dan juga siswa, melainkan juga masyarakat harus terlibat di dalamnya. Masyarakat juga mempunyai pengaruh besar terhadap kemajuan dan keberlangsungan lembaga pendidikan, dan lembaga pendidikan juga harus



menjalin hubungan baik dengan masyarakat, sehingga hal tersebut dikenal dengan istilah Hubungan Masyarakat (HUMAS) atau Public Relation (PR).

Metode

Dalam ranah penelitian, metode penyelidikan dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Meskipun begitu, pada proyek penelitian terkini, peneliti memilih pendekatan kualitatif sebagai kerangka kerjanya. Menurut Bogdan dan Taylor, yang dikutip oleh Moleong, penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian yang bertujuan menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan, bersumber dari informan dan perilaku yang dapat diamati. (Moleong 2000)

Pendekatan kualitatif ini didasarkan pada upaya untuk menggambarkan dan merumuskan data lapangan dalam bentuk kata-kata, guna mengilustrasikan realitas aslinya. Tujuan akhirnya adalah untuk mengkaji dan mengabstraksikan data tersebut menjadi teori. Minat peneliti terhadap pendekatan kualitatif muncul karena keinginan untuk memahami fenomena sebenarnya, khususnya dalam mendeskripsikan realitas strategi humas dalam meningkatkan pemasaran pendidikan. Fenomena ini tidak selalu dapat diukur dengan angka, sehingga abstraksi teoritis menjadi tujuan akhir dari penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus, sebagaimana dijelaskan oleh Nana Syaodih Sukmadinata. Studi kasus merupakan metode untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang terkait dengan suatu kasus atau kejadian. (Sukmadinata 2012). Pemilihan SMK El Mosthofa Semar Ragang Waru Pamekasan sebagai studi kasus dilakukan karena adanya masalah menarik yang ingin diteliti terkait dengan strategi humas dalam meningkatkan pemasaran pendidikan. Penelitian ini dilaksanakan di SMK El Mosthofa Semar Ragang Waru Pamekasan. Pemilihan lokasi ini dilatar belakangi oleh keinginan peneliti untuk menyelidiki permasalahan operasional humas yang terjadi di sekolah tersebut. Keputusan ini juga didukung oleh kemudahan akses bagi peneliti dan ketersediaan waktu yang memadai untuk mengumpulkan data.



Adapun tahapan yang di lakukan oleh peneliti adalah, (1) kehadiran peneliti (2) sumber data (3) teknik pengumpulan data (4) analisis data (5) pengecekan keabsahan data

Hasil dan Pembahasan

Perencanaan (*Planning*) Strategi Serap Aspirasi-Safari Kreatifitas Siswi (SERASI-SEKSI)

Perencanaan strategi serap aspiraasi-safari kreatifitas siswi di SMK El-Mosthofa meliputi beberapa hal. Yaitu. (1). Dasar perencanaan serap aspirasi dan safari kreatifitas siswi Serap aspirasi yang dilaksanakan di SMK El Mosthofa bahwa proses perencanaan dari strategi serasi itu berdasarkan pada kondisi yang terjadi di SMK El Mosthofa dan merupakan sebuah kebutuhan terhadap SMK El Mosthofa untuk melibatkan masyarakat dalam setiap kegiatan yang di lakukan oleh SMK El Mosthofa, karena SMK El Mosthofa masih baru saja berdiri dan perlu untuk selalu meminta arahan dan solusi serta motivasi bersama.

Sedangkan dasar perencanaan strategi seksi seperti yang pahami bahwa perencanaan tersebut dilakukan karena SMK El Mosthofa adalah sekolah yang masih sangat membutuhkan kepercayaan dari masyarakat luar dan perlu memperkenalkan keunggulan-keunggulan yang ada di SMK El Mosthofa, sehingga di situlah muncul inisiatif untuk merumsukan perencanaan terhadap kegiatan yang pelaksanaannya melibatkan langsung masyarakat luar. (2). Ruang lingkup perencanaan serap aspirasi dan safari kreatifitas siswi. Adapun hal yang direncanakan dalam program strategi serasi ini seperti yang dikemukakan peneliti pahami bahwa perumusan perencanaan yang menjadi rancangan rencana pada program strategi serasi tersebut berdasar pada semua aspek-aspek yang dibutuhkan dalam proses penerapan program strategi serasi, baik sesudah pelaksanaan program atau sesudah pelaksanaannya.

Sedangkan yang direncanakan dalam program strategi seksi pada pengamatan berdasar data bahwa dalam perencanaan tersebut yang paling ditekankan adalag bagaimana proses dan penerapan program seksi itu di



lapangan, seperti kesiapan lembaga sekitar (target seksi) untuk bisa menerima kami sebagai tamu di lembaganya. (3). Waktu perencanaan serap aspirasi dan safari kreatifitas siswi. Waktu perencanaan dapat peneliti pahami bahwa perencanaan terhadap program serasi tersebut dilakukan di awal tahun ajaran baru, dan segala program yang direncanakan di awal tahun akan dilaksanakan dalam jangka atau masa satu tahun.

Tidak terlepas juga tentang perencanaan program seksi, waka humas dan kepala SMK El Mosthofa bahwa semua program itu dirumuskan dan direncanakan di awal tahun, jadi semua program tidak ada bedanya, sama-sama dilakukan di awal tahun. Termasuk juga program seksi yang terdapat di SMK El Mosthofa. Karena hal itu melihat kondisi yang akan terjadi dalam satu tahun yang akan dijalani. (4). Pihak-pihak yang terlibat dalam perencanaan serap aspirasi dan safari kreatifitas siswi. Dalam perencanaan serasi membutuhkan pihak-pihak yang harus terlibat di dalamnya. Sedangkan yang terlibat dalam perencanaan program seksi tersebut sama dengan pihak-pihak yang terlibat dalam program serasi, meliputi orang-orang yang juga sama-sama mempunyai kepentingan di SMK El Mosthofa, yaitu kepala sekolah, pengelola, dan juga komite sekolah.

Pengorganisasian (*Organizing*) Terhadap Strategi Serap Aspirasi-Safari Kreatifitas Siswi (SERASI-SEKSI)

Bentuk pengorganisasian program serap aspirasi bentuk pengorganisasian yang dilakukan oleh SMK El Mosthofa adalah berdasar pada sesuatu yang menjadi target dalam terlaksananya program serasi tersebut, sehingga antara yang terkandung dalam serasi tersebut dapat menghasilkan yang sesuai dengan tujuan adanya program serasi tersebut.

Sedangkan bentuk pengorganisasian safari kreatifitas siswi yang terjadi di SMK El Mosthofa adalah menyusun kerangka atau konsep yang akan dijalankan dalam kegiatan seksi tersebut.

Adapun cara mengorganisir program strategi safari kreatifitas siswi dapat peneliti pahami bahwa sistem atau cara mengorganisir program safari



kreatifitas siswi itu di terlebih dahulu menyusun kepanitiaan, setelah itu siswi diberangkatkan berdasarkan kelompok yang telah ditentukan oleh panitia seksi tersebut.

Penggerakan atau pelaksanaan (*Actuiring*) Terhadap program Strategi Serap Aspirasi-Safari Kreatifitas Siswi (SERASI-SEKSI)

Pelaksanaan program serasi dapat peneliti pahami bahwa adanya program serasi itu ada dua macam, yaitu serasi untuk wali siswi dan serasi untuk siswi. Dan intinya serasi adalah upaya untuk memberikan kepercayaan kepada masyarakat dengan cara melibatkan masyarakat terhadap kepentingan sekolah dan memberikan transparansi dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh sekolah. Kemudian pada kesempatan itu masyarakat bisa menyampaikan segala sesuatu yang berhubungan dengan SMK El Mosthofa, baik dalam hal pembaharuan atau dalam hal pengevaluasian terhadap kegiatan-kegiatan yang ada di SMK El Mosthofa. Begitupun serasi yang di khususkan pada siswi. Jadi siswi dibebaskan untuk menyampaikan keluhan atau saran serta hal-hal yang perlu untuk dilakukan evaluasi dari para pemangku kebijakan di SMK El Mosthofa.

Sedangkan penerapan program strategi seksi bahwa pelaksanaan program strategi seksi itu adalah merupakan program yang dilaksanakan di luar sekolah, dengan beberapa hal yang di lakukan di lembaga tersebut. Penerapan program ini adalah program yang berfokus pada siswi, jadi dalam program ini yang sangat berperan adalah siswi SMK El Mosthofa, dalam upaya melatih siswi SMK El Mosthofa untuk menjadi pembicara sekaligus memberikan atau membagikan pengalaman belajarnya di SMK El Mosthofa.

Adapun yang terlibat dalam penerapan serasi tersebut bahwa yang terlibat dalam program seksi ini adalah diantaranya adalah siswi, guru pendamping, serta lembaga-lembaga yang menjadi target dalam pelaksanaan program seksi ini.

Adapun hasil dari perencanaan program serap aspirasi (serasi) bahwa hasil dari pelaksanaan program serasi tersebut mendapatkan hasil yang sesuai



dengan harapan dan sesuai dengan maksud dari adanya program serasi, yaitu terciptanya nilai-nilai kekeluargaan antara satu sama lainnya sebagai pihak-pihak yang sama-sama mempunyai kepentingan dalam kemajuan SMK El Mosthofa.

Sedangkan hasil dari pelaksanaan program safari kreatifitas siswi bahwa ada banyak hasil yang didapat dalam pelaksanaan program seksi ini. Diantaranya adalah siswi mampu menerapkan pengetahuan dibidang kreatifitasnya, dan juga mampu berkehidupan sosial dengan masyarakat luar.

Waktu pelaksanaan program strategi serap aspirasi dan safari kreatifitas siswi

Waktu pelaksanaan program serap aspirasi berbeda dengan program serasi, kalau program seksi ini dilakukan satu kali dalam satu tahunnya, yaitu setelah siswi selesai melakukan ujian di akhir semester ganjil.

Controlling Terhadap Berjalannya Program Serap Aspirasi dan safari kreatifitas siswi *Controlling* terhadap Berjalannya Program Serap Aspirasi bahwa setiap program yang di gelar tentunya ada pengawasan-pengawasan dari pihak-pihak yang bertanggung jawab terhadap program tersebut.

Sedangkan *Controlling* Terhadap Berjalannya Program safari kreatifitas siswi bahwa semua program yang dilakukan itu juga melalui proses *controlling*, karena *controlling* merupakan salah satu cara untuk melakukan pengevaluasian dari adanya program yang berjalan.

Cara Melakukan *Controlling* Terhadap Berjalannya Program Serap Aspirasi dan Safari Kreatifitas Siswi dilakukan secara bersama, karena semua pengelola juga termasuk bagian dari subjek program tersebut, sehingga para pengelola bisa melakukan *controlling* terhadap pelaksanaan program serasi tersebut.

Sedangkan Cara melakukan *controlling* terhadap program seksi bahwa cara melakukan *controlling* terhadap program seksi ini berbeda dengan *controlling* terhadap program serasi, kalau program seksi ini melakukan *controlling* dengan cara-cara tertentu, seperti mendatangi tempat pelaksanaan



atau dengan melibatkan guru-guru pendamping kegiatan untuk melakukan *controlling* terhadap proses berjalannya program seksi tersebut.

Pengevaluasian (*Evaluating*) Terhadap Strategi Serap Aspirasi-Safari Kreatifitas Siswi (SERASI-SEKSI)

Program serasi dan seksi yang ada SMK El Mosthofa juga melakukan tahapan proses pengevaluasian terhadap dua program tersebut, karena dengan proses evaluasi, program yang dijalankan bisa dinilai bahwa program tersebut berhasil atau gagal dengan melalui proses pengevaluasian sebagai salah satu fungsi manajemen.

Waktu mengevaluasi program Strategi Serap Aspirasi dan Safari Kreatifitas Siswi bahwa dalam melakukan evaluasi terhadap program strategi serasi dan seksi itu dilakukan setelah pelaksanaan dua program tersebut sudah selesai dilaksanakan, karena pengevaluasian merupakan beromiter dari proses yang terjadi dalam pelaksanaan dua program tersebut.

Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam pengevaluasian dari pelaksanaan program bahwa orang-orang atau pihak-pihak yang melakukan pengevaluasian terhadap program seksi ini adalah para panitia, guru pengelola dan juga komite sekolah.

Pengertian Strategi Humas

Dalam kamus ilmiah populer, strategi adalah ilmu siasat perang; muslihat untuk mencapai sesuatu. (Pius A Partanto 2001) Sementara secara istilah, Strategi adalah suatu pertimbangan dan pemikiran yang analitis (baik itu jangka panjang atau jangka pendek maupun dalam kondisi mendesak, yang di jadikan acuan untuk menetapkan langkah-langkah, tindakan dan cara-cara (teknik) yang harus dilakukan secara terpadu untuk terlaksananya kegiatan operasional. (Arifin 2012)

Ada juga yang memaknai strategi adalah sebagai posisi yang berkaitan dengan pilihan organisasi untuk berada pada posisi tertentu di lingkungannya. Dalam konteks bisnis, posisi dipilih untuk berada di pasar yang tidak begitu ketat persaingannya. (Iriantara 2013)



Manajemen Humas

Perencanaan

Planning merupakan proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai tujuan, dan dapat mengembangkan aktifitas kinerja organisasi. Perencanaan merupakan bagian terpenting dari semua aspek atau fungsi-fungsi manajemen.(Gunawan 2017)

Pengorganisasian

Sebuah organisasi sangat butuh terhadap fungsi-fungsi humas, humas bisa dilakukan dalam berbagai situasi (*setting*). Walaupun prinsip-prinsip tersebut berlaku untuk semua jenis organisasi.(Morissan 2014)

Penggerakan

Fungsi penggerakan memiliki makna dan fungsi yang penting dalam proses atau fungsi manajemen, oleh karena itu penggerakan adalah fungsi secara langsung yang berhubungan dengan manusia (pelaksana). Dengan demikian fungsi penggerakan inilah, maka ketiga fungsi manajemen yang lain baru efektif. Penggerakan merupakan salah satu fungsi manajemen yang berhubungan dengan kegiatan manajerial dalam pelaksanaan tugas.(Gunawan 2017)

Evaluasi

Penilaian merupakan sebuah proses untuk menilai, perbuatan menilai, evaluasi yaitu merupakan sebuah langkah untuk menemukan nilai dari sesuatu. Evaluasi bisa diartikan sebagai proses pengukuran terhadap kinerja organisasi atau individu.(Gunawan 2017)

Kajian Tentang Marketing Pendidikan

Pengertian Marketing Pendidikan

Pemasaran (*Marketing*) suatu proses sosial dan *Managerial* yang membuat kelompok atau individu bisa mendapatkan apa yang mereka targetkan melalui penciptaan serta pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.(Arifin 2012)



Menurut Irianto Dan Prihatin dalam Prim Masrokan Mutohar, marketing merupakan proses transaksional untuk meningkatkan tujuan, harapan dari para calon konsumen, sehingga mereka tertarik untuk mendapatkan produk yang ditawarkan. (Mutohar 2013)

Strategi Marketing Pendidikan

Strategi marketing pendidikan merupakan alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan sekolah dengan cara mengembangkan keunggulan yang bersinambung melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani sasaran.

Analisis prestasi pemasaran

Analisis pemasaran merupakan Langkah awal yang wajib dilakukan oleh Lembaga pendidikan. Sekolah perlu melihat hasil pemasaran sebelumnya. Maka dengan demikian akan terlihat gambaran hasil pemasaran serta apa saja yang menjadi kendala dari pemasaran sebelumnya. Melalui beberapa pertanyaan yang berfungsi sebagai gambaran dan panduan untuk mengukur hasil sebelumnya, yaitu sebagai berikut: (1) Ada berapa siswa yang masuk (2). Dari mana saja mereka berasal (3). Dari daerah mana yang terbanyak dan terkecil (4). Mereka mendapatkan informasi dari mana. (Arifin 2012)

Identifikasi dan analisis pasar

Setelah mengevaluasi hasil strategi pemasaran, langkah selanjutnya adalah melakukan identifikasi dan analisis pasar sebagai tahapan kedua. Diperlukan penelitian mendalam guna memahami harapan serta kebutuhan yang harus dipenuhi.

Apabila terdapat institusi pendidikan lain yang berlokasi di sekitar, perlu dilakukan studi khusus terkait lembaga tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh sekolah pesaing, sehingga dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai perbandingan antara sekolah yang satu dengan yang lain.



Segmentasi pasar dan *positioning*

Mengidentifikasi target pasar merupakan tahap selanjutnya dalam mengelola aspek pemasaran di dunia pendidikan. Dalam menghadapi pasar yang heterogen, penting untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang menjadi fokus utama bagi konsumen pendidikan. Secara umum, analisis pasar dapat dilakukan berdasarkan demografi, geografi, psikografi, dan perilaku. Dengan memahami ciri-ciri pasar tersebut, sekolah dapat dengan lebih efektif merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik konsumen. (Arifin 2012)

Hendry Sumurung Octavian, seperti yang dikutip oleh Barnawi dan Muhammad Arifin, menegaskan bahwa dengan memahami karakteristik pasar, sekolah dapat dengan mudah menentukan segmen pasar yang akan dilayani. Jika fokus pada pelayanan bagi pasar terbesar, maka hal ini dapat mempercepat kemajuan sekolah secara signifikan.

Penutup

Perencanaan (*Planning*) Strategi serap aspirasi-safari Kreatifitas siswi (SERASI-SEKSI) untuk Memaksimalkan Marketing Pendidikan di SMK El Mosthofa Semar Ragang Waru Pamekasan. Proses perencanaan dari strategi serasidan seksi karena berdasarkan pada kondisi yang terjadi di SMK El Mosthofa dan merupakan sebuah kebutuhan terhadap SMK El Mosthofa untuk melibatkan masyarakat dalam setiap kegiatan yang di lakukan oleh SMK El Mosthofa, karena SMK El Mosthofa masih baru saja berdiri dan perlu untuk selalu meminta arahan dan solusi serta motivasi bersama.

Pengorganisasian (*Organizing*) terhadap Strategi serap aspirasi-safari Kreatifitas siswi (SERASI-SEKSI) untuk Memaksimalkan Marketing Pendidikan di SMK El Mosthofa Semar Ragang Waru Pamekasan.



Bentuk pengorganisasian yang dilakukan oleh SMK El Mosthofa adalah berdasar pada sesuatu yang menjadi target dalam terlaksananya program serasi dan seksi tersebut, sehingga antara yang terkandung dalam serasi dan seksi tersebut dapat menghasilkan yang sesuai dengan tujuan adanya dua program tersebut.

Penggerakan atau pelaksanaan (*Actuiring*) terhadap Strategi serap aspirasi-safari Kreatifitas siswi (SERASI-SEKSI) untuk Meningkatkan Marketing Pendidikan di SMK El Mosthofa Semar Ragang Waru Pamekasan.

Program serasi itu ada dua macam, yaitu serasi untuk wali siswi dan serasi untuk siswi. Dan intinya serasi adalah upaya untuk memberikan kepercayaan kepada masyarakat dengan cara melibatkan masyarakat terhadap kepentingan sekolah dan memberikan transparansi dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh sekolah. Kemudian pada kesempatan itu masyarakat bisa menyampaikan segala sesuatu yang berhubungan dengan SMK El Mosthofa, baik dalam hal pembaharuan atau dalam hal pengevaluasian terhadap kegiatan-kegiatan yang ada di SMK El Mosthofa. Begitupun serasi yang di khususkan pada siswi. Jadi siswi dibebaskan untuk menyampaikan keluhan atau saran serta hal-hal yang perlu untuk dilakukan evaluasi dari para pemangku kebijakan di SMK El Mosthofa.

pengawasan (*evaluating*) terhadap Strategi serap aspirasi-safari Kreatifitas siswi (SERASI-SEKSI) untuk Meningkatkan Marketing Pendidikan di SMK El Mosthofa Semar Ragang Waru Pamekasan.

Program serasi dan seksi yang ada SMK El Mosthofa juga melakukan tahapan proses pengevaluasian terhadap dua program tersebut, karena dengan proses evaluasi, program yang dijalankan bisa dinilai bahwa program tersebut berhasil atau gagal dengan melalui proses pengevaluasian sebagai salah satu fungsi manajemen.



Daftar Pustaka

- Arifin, Barnawidan Mohammad. 2012. *Buku Pintar Mengelola Sekolah Swasta*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gunawan, Imam. 2017. *Manajemen Pendidikan Suatu Pengantar Praktik*. Bandung: Alfabeta.
- Iriantara, Yosol. 2013. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Moleong, lexy j. 2000. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2014. *Manajemen Public Relation*. Jakarta: Kencana.
- Mutohar, Prim Masrokan. 2013. *Manajemen Mutu Sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Pius A Partanto, M Dahlan Al Bari. 2001. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola.
- Shulhan, Muwahid. 2013. *Manajemen Pendidikan Islam*. Yogyakarta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2012. *Metode Penelitian Pendi Dikan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.