



Strategi Humas Melalui Literasi Digital untuk Meningkatkan Citra Positif SMK PGRI 2 Sidoarjo

Ayu Sofi Syafitri¹, Siti Sri Wulandari²

Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

ayusofi20033@mhs.unesa.ac.id, sitiwulandari@unesa.ac.id

Alamat: Jl. Ketintang, Ketintang, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur 60231

Korespondensi penulis: ayusofi20033@mhs.unesa.ac.id

Abstract: *This research aims to determine public relations strategies through digital literacy to improve the positive image of SMK PGRI 2 Sidoarjo. This research uses a qualitative type of research with a qualitative descriptive research approach. Data collection techniques in this research are interviews, observation and documentation. To confirm the research results, data validity techniques using source triangulation were used. This research uses data analysis through data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research results explain that the public relations strategy through digital literacy at SMK PGRI 2 Sidoarjo is generally by forming good and attractive branding on school social media. By sharing achievements and positive activities at school. Then the public relations of SMK PGRI 2 Sidoarjo also carried out promotions, especially during new student registration. Public Relations of SMK PGRI 2 Sidoarjo also tries to establish good communication with students' parents via WhatsApp groups to share information related to the school. Based on this, public relations at SMK PGRI 2 Sidoarjo has made efforts to improve the school's positive image, especially through social media because it follows technological developments.*

Keywords: *Public Relations Strategy, Digital Literacy, Positive Image.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi humas melalui literasi digital untuk meningkatkan citra positif SMK PGRI 2 Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan data pada penelitian ini yakni dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Untuk mempertegas hasil penelitian maka digunakan Teknik keabsahan data dengan triangulasi sumber. Penelitian ini melalui analisis data melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi humas melalui literasi digital SMK PGRI 2 Sidoarjo umumnya dengan membentuk branding yang baik serta menarik di media sosial sekolah. Dengan membagikan prestasi dan kegiatan positif di sekolah. Kemudian humas SMK PGRI 2 Sidoarjo juga melakukan promosi khususnya pada saat pendaftaran siswa baru. Humas SMK PGRI 2 Sidoarjo juga berupaya menjalin komunikasi yang baik dengan orang tua siswa melalui grup *whatsapp* untuk membagikan informasi yang berkaitan dengan sekolah. Berdasarkan hal tersebut, humas SMK PGRI 2 Sidoarjo telah berupaya untuk meningkatkan citra positif sekolah khususnya melalui media sosial karena mengikuti perkembangan teknologi.

Kata Kunci : Strategi Humas, Literasi Digital, Citra Positif

1. LATAR BELAKANG

Di era kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang persaingannya semakin ketat, membangun citra positif merupakan tuntutan bagi tiap lembaga pendidikan atau sekolah. Citra Positif merupakan suatu pandangan, kesan, ataupun gambaran yang bersifat baik. Penilaian tersebut berasal dari individu atau kelompok terhadap lembaga pendidikan atau sekolah, begitu pula sebaliknya. Citra positif terbentuk dari perolehan informasi yang diterima oleh tiap individu, informasi yang bersifat positif akan menghasilkan citra positif. Selain itu,

citra juga dapat dibentuk dari terjalinnya relasi yang luas. Hal tersebut harus memerlukan strategi humas yang berdampak yang positif.

Hubungan yang baik antara lembaga pendidikan atau sekolah dengan masyarakat, akan menjamin tercapainya tujuan yang ditetapkan. Menurut Ruslan (2014) fungsi humas adalah untuk menciptakan atmosfer yang mendukung dalam memperkuat tanggung jawab serta keterlibatan aktif antara praktisi humas dan publik sebagai target mencapai kesamaan tujuan. Citra positif akan menunjukkan sekolah memiliki kualitas pendidikan yang baik. Citra suatu Lembaga Pendidikan atau sekolah adalah hal yang sangat penting. Hal tersebut terjadi karena dengan adanya citra, masyarakat dapat memberikan penilaian terhadap citra yang telah dibentuk suatu lembaga pendidikan atau sekolah tersebut.

Sektor humas juga memerlukan literasi digital, karena harus mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat. Di dalam literasi digital dibutuhkan kemampuan dalam mencari, menerapkan, dan menyebarkan informasi. Selain itu, juga dibutuhkan kemampuan untuk menciptakan informasi atau evaluasi yang kritis, serta pemahaman isi informasi yang ada pada suatu konten digital. Literasi digital juga mencakup tanggung jawab terhadap penyebaran informasi, karena setiap informasi yang disebarkan dapat memiliki dampak signifikan bagi masyarakat. Adanya perkembangan teknologi informasi menuntut setiap individu pengguna teknologi informasi memiliki kemampuan dalam memahami literasi digital. Pengetahuan mengenai literasi digital sangat diperlukan untuk seluruh masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian dengan orang tua siswa, didapati bahwa SMK PGRI 2 Sidoarjo memiliki citra yang baik. Orang tua pertama memberikan penjelasan bahwa SMK PGRI 2 Sidoarjo memiliki kualitas yang bagus untuk sekolah swasta kalangan menengah. Orang tua kedua memberikan penjelasan bahwa SMK PGRI 2 Sidoarjo memiliki guru-guru yang kompeten sesuai dengan bidang keahlian yang diajarkan. Orang tua ketiga memberikan penjelasan bahwa SMK PGRI 2 Sidoarjo merupakan sekolah swasta yang bagus dan memiliki jurusan yang beragam, sehingga dapat membentuk siswa yang berkualitas sesuai dengan bidang keahlian yang sedang ditempuh.

Berbagai strategi telah dilakukan SMK PGRI 2 Sidoarjo untuk mempromosikan sekolah di antaranya promosi secara langsung mengunjungi SMP-SMP sekitar, promosi melalui alumni sekolah, promosi kepada warga sekitar sekolah, dan promosi melalui media sosial terutama sekolah (Instagram, Facebook, Tiktok, Youtube). Setelah melakukan berbagai promosi-promosi tersebut, kuota siswa baru tahun 2023 tidak terpenuhi. Urgensi penelitian ini yakni untuk mengetahui alasan dari fenomena tersebut. Dalam era kemajuan teknologi, literasi digital semakin penting sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan

berbagai pemangku kepentingan, termasuk siswa, orang tua, dan masyarakat secara luas. Strategi humas yang efektif dengan penerapan literasi digital dapat membantu sekolah memanfaatkan media sosial *Instagram*, *tiktok*, *facebook*, dan *youtube* untuk mencapai audiens yang lebih luas, meningkatkan transparansi, dan membangun hubungan yang lebih kokoh dengan komunitasnya.

Dengan demikian, tujuan utama penelitian ini yakni ingin mengidentifikasi dan menganalisis strategi humas melalui literasi digital untuk meningkatkan citra positif sekolah. Selain itu penelitian ini juga bertujuan mengetahui apa saja yang menjadi penghambat dalam meningkatkan citra positif dan bagaimana solusi untuk mengatasi hambatan tersebut. Mengingat pentingnya menciptakan citra yang baik dan kepercayaan masyarakat bagi sekolah, peneliti tertarik untuk mengkaji dan memahami strategi humas untuk membangun citra dan kepercayaan masyarakat, sehingga akan memberikan pengaruh terhadap minat, loyalitas, dan dukungan terhadap keberlangsungan kegiatan pendidikan di SMK PGRI 2 Sidoarjo.

2. KAJIAN TEORITIS

Hubungan Masyarakat

Menurut Mukarom & Laksana (2015:45) hubungan masyarakat atau public relations merupakan suatu seni yang membentuk pemahaman masyarakat secara optimal dan bertujuan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap individu atau organisasi yang bersangkutan. Selain itu, menurut Suratman (2017) humas memiliki pengertian yakni suatu kegiatan untuk mendapatkan *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, dan reputasi yang baik dari masyarakat atau publik. Sedangkan menurut Cutlip dalam Surapati (2020) fungsi manajemen ini mempertahankan komunikasi dua arah yang saling pengertian, rasa penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan masyarakatnya. Ini mencakup pengelolaan masalah, membantu memperoleh informasi, menanggapi opini publik, dan melayani kepentingan masyarakat.

Strategi Humas

Menurut Yunus (2022) dalam Filayly (2016) yang berjudul “Manajemen Strategi” menjelaskan, strategi *Public Relations* adalah pengembangan yang mencakup identifikasi harapan, aspek visi dan misi perusahaan, ancaman eksternal, kekuatan dan kelemahan internal, rencana jangka panjang, serta rumusan atau pemilihan strategi tertentu yang rencananya akan direalisasikan. Teori strategi public relations / humas Cutlip & Allen H. Center (1982) mengemukakan bahwa, proses strategi hubungan masyarakat mengacu pada pendekatan manajerial yang melibatkan serangkaian langkah yang terencana dengan baik. Proses

perencanaan strategis dalam hubungan masyarakat ini terdiri dari empat tahapan utama, yaitu *Fact Finding* (penemuan fakta), *Planning* (perencanaan), *Communication* (komunikasi), dan *Evaluation* (evaluasi).

Literasi Digital

Menurut Widyastuti dkk (2016) mengungkapkan bahwa, istilah literasi digital telah digunakan sejak tahun 1980-an, seiring dengan integrasi teknologi komputasi yang semakin menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Literasi digital adalah salah satu jenis literasi yang muncul seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi (Dewi dkk, 2021). Literasi digital memiliki peran krusial dalam pengembangan diri dan organisasi. Dengan kata lain, kemampuan untuk membaca, menulis, dan berinteraksi dengan informasi menjadi faktor penentu dalam proses perkembangan tersebut. Sedangkan menurut Safitri dkk (2020) Literasi digital merupakan kemahiran seseorang dalam memahami konten-konten digital. Literasi digital dan media sosial memiliki hubungan erat, karena media sosial merupakan salah satu aspek utama dalam lingkungan digital yang memerlukan pemahaman dan keterampilan literasi digital.

Citra Positif

Menurut Kriyantono (2021) citra adalah pandangan yang terdapat dalam diri pelanggan terkait dengan perusahaan, baik dari aspek kualitas jasa maupun produk yang disediakan, maupun reputasi yang dimiliki perusahaan di mata masyarakat sekitar. Citra sekolah berhubungan dengan penampilan eksternal, pandangan, dan tingkat popularitas institusi pendidikan tersebut (Yadnya, 2020). Citra tidak muncul secara otomatis, melainkan memerlukan dedikasi dan waktu yang konsisten untuk dibangun secara berkelanjutan. Beberapa faktor yang berkontribusi pada pembentukan citra positif sekolah mencakup komitmen untuk meningkatkan sekolah, disiplin tinggi di antara semua stakeholders, pemeliharaan keindahan fisik sekolah, dan fokus pada peningkatan prestasi (Yadnya, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif dengan pendekatan metode kualitatif. Menurut Moleong (2017), Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena tertentu, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, dari sudut pandang subjek penelitian. Penelitian deskriptif adalah metode penelitian di mana pengumpulan data dilakukan dalam bentuk kata-kata, gambar, bukan dalam bentuk angka-angka. Penelitian ini dilakukan di SMK PGRI 2 Sidoarjo. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Mei-Juni 2024.

Penelitian ini subyeknya berjumlah 3 orang yang terdiri dari wakil kepala bagian humas, tim kreatif media sosial, dan orang tua siswa. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, metode wawancara yang digunakan yakni wawancara terstruktur. Menurut Sidiq dkk (2019) Wawancara terstruktur merupakan teknik pengumpulan data di mana peneliti atau pengumpul data telah menentukan informasi yang ingin diperoleh sebelumnya dengan jelas.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memeriksa kembali data yang telah diperoleh. Tujuannya adalah untuk membandingkan informasi tentang hal sama agar terdapat jaminan tentang tingkat kepercayaan data (Shidiq dkk, 2019). Narasumber yang digunakan sebagai triangulasi sumber adalah anggota bagian humas, anggota tim kreatif media sosial, dan orang tua siswa.

Tahapan analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah : 1) Pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi yang terdapat dalam catatan lapangan. 2) Reduksi Data. Peneliti melakukan rangkuman terhadap semua data dan informasi yang diperoleh dari informan, termasuk dalam bentuk kata-kata, dokumen tertulis, dan foto. 3) Penyajian Data. Penyajian data dilakukan melalui uraian singkat, di mana proses ini melibatkan penyusunan sejumlah informasi yang telah disusun sedemikian rupa sehingga memungkinkan terjadinya penarikan kesimpulan. 4) Penarikan Kesimpulan. Proses penarikan kesimpulan melibatkan kegiatan membuat kesimpulan dari hasil penelitian, baik itu dalam bentuk kesimpulan sementara yang dibuat selama penelitian berlangsung, maupun kesimpulan akhir setelah semua data dianalisis.

Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut : 1) Penelitian ini hanya berlaku di SMK PGRI 2 Sidoarjo. Oleh karena itu, penelitian hanya dilakukan di lokasi tersebut. 2) Penelitian ini menitikberatkan strategi humas sebagai fokus utama penelitian. 3) Batasan penelitian ini pada aspek literasi digital berokus pada penggunaan media sosial.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Humas Melalui Literasi Digital

Strategi humas SMK PGRI 2 Sidoarjo yakni praktisi humas beserta tim kreatif media sosial berusaha membangun citra yang baik melalui media sosial sekolah. Penelitian ini berfokus kepada pengelolaan media sosial sekolah. Serta bagaimana promosi sekolah yang dilakukan melalui media sosial guna meningkatkan citra positif di kalangan masyarakat. Adapun media sosial yang saat ini dimiliki oleh SMK PGRI 2 Sidoarjo yakni Instagram, Tiktok, Facebook, dan Youtube. Selain itu pihak sekolah juga memiliki grup Whatsapp dengan

orang tua siswa. Grup chat tersebut digunakan untuk membagikan informasi yang ada kaitannya dengan orang tua siswa. Hal tersebut sangat efektif karena pesan akan langsung tersampaikan kepada tujuannya yakni orang tua siswa.

Pengelolaan media sosial SMK PGRI 2 Sidoarjo ditangani oleh tim kreatif. Tim kreatif merupakan beberapa praktisi yang mendapatkan jobdesk berbeda setiap orangnya. Umumnya praktisi tersebut juga guru SMK PGRI 2 Sidoarjo. Pembagian tersebut antara lain ada yang menjadi admin Instagram dan Tiktok sekolah, ada yang menjadi admin Youtube, serta terakhir ada yang menangani terkait desain poster, brosur, banner, dan postingan Instagram atau Tiktok. Umumnya tim kreatif akan mengunggah postingan mengenai prestasi apa saja yang telah diraih siswa SMK PGRI 2 Sidoarjo. Prestasi tersebut dapat berupa prestasi akademik ataupun non akademik. Selain itu, umumnya juga mengunggah mengenai kegiatan-kegiatan di SMK PGRI 2 Sidoarjo seperti dokumentasi penerimaan siswa baru, wisuda, dan lain sebagainya.

Di sisi lain, tim kreatif beserta humas juga melakukan promosi sekolah sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan citra positif SMK PGRI 2 Sidoarjo. Umumnya hal tersebut dilakukan menjelang waktu pendaftaran siswa baru atau PPDB dimulai. Tim kreatif akan mendesain poster yang berisi informasi mengenai tata cara pendaftaran, tanggal pendaftaran, dan lain sebagainya, kemudian akan diunggah melalui Instagram, Facebook, dan Tiktok sekolah.

Selain menggiatkan promosi sekolah melalui media sosial, praktisi humas juga melakukan promosi secara offline. Salah satunya yakni dengan memasang banner di sudut-sudut jalan raya sekitar pusat Kota Sidoarjo. Selain itu, dilakukan juga dengan mendatangi SMP sekitar atau SMP PGRI yang berada di Kota Sidoarjo. Promosi tersebut dilaksanakan dengan menyebarkan brosur serta mengunjungi tiap kelas IX yang akan melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi. Promosi juga dilakukan di masyarakat sekitar yang letak rumahnya berdekatan dengan SMK PGRI 2 Sidoarjo. Para alumni juga turut menjadi target promosi sekolah dengan harapan mereka dapat turut memperkenalkan SMK PGRI 2 Sidoarjo kepada saudara atau teman-temannya.

Analisis ini menunjukkan bahwa strategi humas sekolah melalui literasi digital yakni menjalin hubungan yang baik dengan pihak luar melalui media sosial. Dengan menjalin hubungan yang baik, maka citra positif sekolah juga akan meningkat. Hal tersebut sejalan dengan literatur sebelumnya, kesadaran meningkatkan citra dengan menjalin hubungan yang baik ke pihak luar dapat dilakukan (Hakim dkk, 2022).

Kendala yang Dihadapi

Menurut Sugiyono (2016) kendala merupakan penyimpangan antara apa yang seharusnya terjadi dan apa yang benar-benar terjadi, antara teori dan praktik, antara aturan dan pelaksanaan, serta antara rencana dan pelaksanaan. Salah satu kendala utama dalam pelaksanaan strategi humas melalui literasi digital khususnya dalam hal pengelolaan media sosial sekolah adalah kekurangan sumber daya manusia yang terlatih dan khusus untuk menangani tugas ini. Tanggung jawab pengelolaan media sosial sepenuhnya jatuh kepada para guru yang memiliki beban kerja utama sebagai pendidik. Keterbatasan waktu dan tenaga membuat para guru sulit untuk mengalokasikan perhatian penuh pada pengelolaan media sosial. Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya konsistensi dalam mengunggah dan mengelola konten, akhirnya berdampak pada efektivitas strategi humas sekolah.

Walaupun para guru memiliki dedikasi tinggi terhadap pendidikan dan sekolah, mungkin tidak memiliki keterampilan khusus dalam manajemen media sosial, pemasaran digital, ataupun desain grafis. Tanpa pelatihan dan pemahaman yang memadai mengenai algoritma platform, tren media sosial, dan strategi konten yang efektif, upaya untuk meningkatkan citra positif sekolah melalui media sosial bisa menjadi kurang optimal. Ketiadaan praktisi yang kompeten di bidang ini juga berarti sekolah mungkin kesulitan dalam menilai kinerja akun media sosial dan mengimplementasikan perbaikan yang diperlukan.

Selain itu, tantangan lain yang dihadapi adalah terkadang kehabisan ide untuk postingan media sosial. Sering kali media sosial menuntut ide konten yang segar dan menarik secara konstan untuk mempertahankan audiens. Guru yang telah dibebani dengan tanggung jawab mengajar dan tugas administratif lainnya sering kali kesulitan menemukan waktu dan inspirasi untuk menghasilkan ide postingan atau konten yang baru.

Upaya Dalam Menghadapi Kendala

Menurut Mukarom & Laksana (2015) peran humas sebagai penasihat manajemen harus mampu memberikan solusi bagi permasalahan humas dalam sebuah organisasi atau manajemen. Salah satu solusi untuk mengatasi kendala kekurangan praktisi dalam pengelolaan media sosial sekolah yakni mengajak siswa untuk bekerja sama dalam pembuatan dan pengelolaan konten. Terutama siswa yang aktif di OSIS dan MPK. Selain meringankan beban guru, keterlibatan siswa dapat memberikan perspektif yang relevan terhadap konten yang dihasilkan karena siswa merupakan bagian dari audiens utama yang akan berinteraksi dengan konten tersebut.

OSIS dan MPK dapat berperan aktif dalam menyusun rencana konten, membuat postingan, dan mengelola interaksi di media sosial. Misalnya, OSIS dan MPK dapat mendokumentasikan, mengedit, dan mengunggah kegiatan sekolah seperti acara orientasi

siswa baru, acara perkemahan, dan lain sebagainya. Dengan demikian, media sosial sekolah tidak hanya menjadi platform untuk promosi, tetapi juga sebagai wadah untuk mengembangkan keterampilan siswa dalam bidang komunikasi digital. Jika postingan tersebut berasal dari akun ekstrakurikler, maka akun tersebut biasanya akan menandai / tag akun SMK PGRI 2 Sidoarjo agar dapat diposting ulang.

Untuk jangka panjang, tim kreatif sekolah mempertimbangkan merekrut praktisi media sosial profesional dari luar sekolah. Praktisi media sosial dapat membantu dalam merancang strategi konten yang lebih efektif, mengoptimalkan penggunaan algoritma platform, dan meningkatkan engagement dengan audiens. Mereka juga dapat memberikan pelatihan dan bimbingan kepada staf dan siswa yang terlibat dalam pengelolaan media sosial, memastikan bahwa semua pihak memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bidang ini.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan analisis strategi humas melalui literasi digital untuk meningkatkan citra positif di SMK PGRI 2 Sidoarjo dapat disimpulkan sebagai berikut.

Strategi humas melalui literasi digital di SMK PGRI 2 Sidoarjo yakni pengelolaan media sosial SMK PGRI 2 Sidoarjo dilakukan oleh tim kreatif yang terdiri dari beberapa praktisi yang juga merupakan guru di sekolah tersebut. Setiap anggota tim memiliki tugas khusus, seperti mengelola Instagram dan TikTok, membuat desain grafis, dan mengelola YouTube. Strategi humas sekolah ini berfokus pada membangun citra positif melalui literasi digital dengan mengunggah prestasi siswa dan dokumentasi kegiatan sekolah. Selain itu, tim kreatif bersama humas juga aktif dalam promosi sekolah menjelang pendaftaran siswa baru, menyebarkan informasi penting melalui berbagai platform media sosial, serta berkolaborasi dengan OSIS, MPK dan beberapa ekstrakurikuler untuk memperluas jangkauan promosi.

Kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi humas melalui literasi digital yakni kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang dapat menunjang kegiatan pengelolaan seluruh media sosial sekolah. Solusi atau upaya untuk menangani kendala dalam menjalankan strategi humas melalui literasi digital adalah saat ini humas dan tim kreatif SMK PGRI 2 Sidoarjo mengajak beberapa siswa untuk turut mengelola postingan media sosial sekolah. Terutama siswa yang tergabung dalam OSIS, MPK, dan ekstrakurikuler yang memiliki akun media sosial tersendiri. Ke depannya humas dan tim kreatif SMK PGRI 2 Sidoarjo berencana merekrut praktisi khusus untuk mengelola media sosial sekola

Saran yang diajukan peneliti dalam penelitian ini yaitu: 1) Diperlukan untuk pelatihan bagi tim kreatif untuk mengasah keterampilan digital dan mengikuti tren terbaru di media sosial. 2)

humas beserta tim kreatif media sosial SMK PGRI 2 Sidoarjo perlu mempertimbangkan perekrutan SDM untuk mendukung pengelolaan media sosial secara lebih efektif dan efisien.

3) Humas beserta tim kreatif media sosial SMK PGRI 2 Sidoarjo perlu untuk terus melibatkan siswa dalam pengelolaan media sosial untuk memberikan pengalaman praktis sekaligus memperkuat konten yang autentik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, D. A., Hamid, S. I., Annisa, F., Oktafianti, M., & Genika, P. R. (2021). Menumbuhkan Karakter Siswa melalui Pemanfaatan Literasi Digital. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 5249–5257. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i6.1609>.
- Filayly, T. N., & Ruliana, P. (2022). Strategi Public Relations dalam Memulihkan Citra Perusahaan. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(1), 29- 40. <https://doi.org/10.25008/parahita.v3i1.76>.
- Hakim, L., & Putro, W. E. (2022). New media dalam membantu kinerja humas pokdarwis mempromosikan wisata alam dan budaya di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 6(1), 69-85. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i1.3382>.
- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah. Kencana*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2015). *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v6i1.3831>.
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2015). *Manajemen Public Relation*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen humas dan media komunikasi. Jakarta: Rajawali Pers*.
- Safitri, I., Marsidin, S., Pendidikan, A. S.-E. J. I., & 2020, Undefined. (2020). Analisis Kebijakan Terkait Kebijakan Literasi Digital Di Sekolah Dasar. *Core.Ac.Uk*, 2(2), 176–180. <https://doi.org/10.31004/Edukatif.V2i2.123>.
- Sidiq, Umar & Choiri, Moch.Miftachul. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Ponorogo : Nata Karya.
- Surapati, M. U., Rasyid, A., & Nurjanah, N. (2020). Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Muhammadiyah 2 Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 9(1), 347-362. <http://dx.doi.org/10.35967/jkms.v9i1.7393>.
- Suratman, B. & Wulandari, S. S. (2017). *Public Relations Talents of PR*. Jakarta: Salemba Hunamika.
- Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., & Sidhi, T. A. P. (2016). Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1). <http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v3i1.95>.
- Yadnya, I. G. A. O. (2020). *Peran Strategis Pengawas Sekolah Mejawab Globalisasi Pendidikan*. Guepedia.