

DAFTAR PUSTAKA

- Abadiyah, E. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Sekolah Pada Masa Pandemi COVID-19 di SMA Wachid Hasyim 2 Taman Sidoarjo. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1).
- Abidin, Z. (2002). *Analisis eksistensial untuk psikologi dan psikiatri*. PT. Refika Aditama.
- Ahmad, Aisyah, A. (2025). Peran Hubungan Masyarakat Dalam Membangun School Branding di Satuan Lembaga Pendidikan. *Proceedings Series Of Educational Studies*.
- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2015). Factors influencing the use of social media by SMEs and its performance outcomes. *Industrial Management and Data Systems*, 115(3), 570–588. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205>
- Alqiva, A., & Gautama, M. I. (2021). Representasi Diri Melalui Instagram oleh Mahasiswa Jurusan Sosiologi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 4(4), 542. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v4i4.486>
- Amirudin Hamzah Has, M. S. P. (2024). *Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Minat Masyarakat di Sekolah MTS Al-Amiriyyah Educational Marketing Strategies In Increasing Public Interest In MTS Al-Amiriyyah Darussalam Blokagung School*. 7452–7460.
- Anggelia, E., Izati, D. N., Handini, D. S., Septyani, F. D., Dianti, F. H., Djum, D., Benty, N., & Argadinata, H. (2024). *Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Social Media dalam Upaya Peningkatan Minat Calon Peserta Didik Baru*.
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Apriansah, F. (2024). *Implementasi Manajemen Humas dalam Pemanfaatan Media Sarana School Branding Pekanbaru*.
- Ariestantya, P. Y., Sari, W. P., Putriana, M., & Soegiarto, A. (2024). Strategi Komunikasi Humas Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan Dalam Menyosialisasikan Cara Pencegahan Wabah Penyakit Mulut dan Kuku Pada Hewan Berkuku Belah. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(4), 629–638. <https://doi.org/10.38035/rtrj.v6i4.858>

- Ayu, D., & Ilmiana, R. (2025). *Representasi Citra Sekolah Unggulan dalam Media Promosi Sekolah Swasta : Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough Representation of the Image of Excellent Schools in Private School Promotional Media : A Critical Discourse Analysis by Norman Fairclough*. 5(1), 1397–1408.
- Azka, G. (2024). Strategi Kreatif Pembuatan Konten Instagram Creative Agency Gagas Studio Dalam Menumbuhkan Minat Klien Pemasang Iklan. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Berliana, W. (2025). *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) SMA Negeri 1 Kandungan Sebagai Media Pendukung Rebranding*. 5(1).
- Berlianto, A. F. (2024). *Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sekolah Dasar Muhammadiyah Program Khusus Kecamatan Banyudono Kabupaten Boyolali*.
- Buchari, A., & Saleh, E. M. (2017). Merancang Pengembangan Madrasah Unggul. *Journal of Islamic Education Policy*, 1(2), 95–112. <https://doi.org/10.30984/j.v1i2.429>
- Budiarti, E., Anggreini, D., Susanti, D. A. P., Damayanti, Y., & Yunita, Y. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3568–3576. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>
- Budiyatmo, B., & Iriani, A. (2022). Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Marketing Mix untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(2), 238–252. <https://doi.org/10.24246/j.jk.2022.v9.i2.p238-252>
- Cahyono, A. S. (2018). Dampak Media Sosial Terhadap Permasalahan Sosial Anak. *Publiciana*, 89–99.
- Cahyono, M. R. (2021). Fungsi komunikasi dan motivasi pengguna tanda tagar (#) di media sosial Indonesia. *Islamic Communication Journal*, 6(2), 191–210. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.2.7998>
- Carissa, T., Santoso, H., & Sosial, M. (2025). *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan Implementasi Pemasaran Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan*. 6(2), 526–544.
- Chandrakirana, A., Almawardy, & Sari, W. (2021). Partisipasi Masyarakat dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di MI Pesantren Modern Bone Macope. *Jurnal Mappesona*, 4(3), 107–114.
- Cindy, A. S. (2024). *Strategi Promosi dan Komunikasi Jasa Pendidikan*. 6(6), 3863–3876. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1260>.

- Cindy, F. S. (2022). *Optimalisasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Tematik Kelas 2 Mi Muhammadiyah Singasari Kecamatan Karanglewas Kabupaten*.
- Cry Cinta P. Anjeli, Betris L. Lengkong, dkk. (2022). Branding institusi pendidikan melalui media sosial Instagram. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 44. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2893>
- Dita, A. S. L. A. (2019). Program Keislaman Sekolah Negeri Dalam Menjaga Eksistensi dan Persaingan Dengan Sekolah Islam Terpadu. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- Diyanto. (2024). *Peran dan Dampak Media Sosial Instagram bagi Komunitas Ruang Edit*. 5(6), 729–738.
- Effendy, E., Rayhan, A., Harlah, A., & Hasibuan, M. F. (2023). Optimalisasi Manajemen Dakwah Melalui Sistem Informasi Yang Efektif. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 4000–4007.
- Fadillah, S. N., & Setyorini, R. (2021). Analisis implementasi strategi content marketing dalam menciptakan customer engagement di media sosial Instagram Wakaf Daarut Tauhiid Bandung. *Menara Ilmu*, XV(02), 100–116.
- Fakhrudin, A. (2011). prinsip-prinsip manajemen pendidikan islam dalam. *JURNAL PENDIDIKAN AGAMA ISLAM - Ta'lim*, 9(2), 199–212.
- Fish, B. (2020). *Penggunaan media sosial Instagram pembentukan identitas diri generasi z atau IGENERATION di desa Cawas*. 2507(February), 1–9.
- Fitriyah, I., & Santosa, A. B. (2020). Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Untuk Meningkatkan Mutu Sekolah. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, 5(1), 65. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v5i1.3538>
- Hafid, A. (2024). Revolusi Branding Lembaga Pendidikan Melalui Optimalisasi Marketing MIX di Era Digital. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Hanipa Ihsani. (2025). *Peran Media Sosial Sebagai Alat Publikasi Efektif Untuk Membangun Hubungan Sekolah dan Masyarakat*. 6(1), 847–853.
- Hasanah, E. U., Andika, A., Syamsiro, M., & ... (2024). Meningkatkan daya saing UKM CV Ragil Jaya Craft melalui optimalisasi pemasaran media sosial. *SELAPARANG: Jurnal ...*, 8, 1208–1219.
- Hidayat, A., & Irvanda, M. (2022). Optimalisasi Penyusunan dan Pembuatan Laporan. *Hospitality*, 11(1), 281–290.
- Hidayat, T. W. (2021). Analisis Percakapan Komunikasi dalam Menentukan Keberhasilan Pesan. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in*

- Hilmi, R. Z., Hurriyati, R., & Lisnawati. (2018). *Peranan media sosial instagram dalam pembentukan citra diri pada anggota paskibra Raksana Medan*. 3(2), 91–102.
- Hito, G., Ihalauw, J. J., & Damiasih, D. (2025). *Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Daya Tarik Wisata di Kabupaten Pulau Morotai*. 25(1), 425–430. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5156>
- Husna Nashihin, Rani Efendi, & Suci Salmiyatun. (2020). Pemanfaatan Facebook Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Pada Masa Pandemi Covid-19. *At Turots: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(1), 23–37. <https://doi.org/10.51468/jpi.v2i1.24>
- Ibrahim, S. M., Golose, P. R., & Imran, M. F. (2025). *Strategi Komunikasi Polri di Media Sosial: Studi Kasus Manajemen Reputasi oleh Divisi Hubungan Masyarakat*. 4(1), 58–67.
- Intan Sari, A., Muhammad Syaifuddin, & Andriani, T. (2023). Optimalisasi Manajemen Strategis Prasarana Pendidikan. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(4), 814–822. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.126>
- Irawan, A., Wijaya, I. S., & Madani, A. I. (2025). *Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Sekolah Islam Melalui Media Sosial: Studi Kasus MTs Muhammadiyah 1 Samarinda di Instagram*. 5, 1859–1873.
- Ittihadiyah, A. L. (2019). *Eksistensi organisasi Al Ittihadiyah*.
- Iwan Armawan. (2021). Strategi Komunikasi Pembangunan Masyarakat. *Dawatima Journal Of Communication and Islamic Broadcasting*, 1(2), 84–95. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.vii2.498>
- Kacang, P., Pt, B., Irdan, S., Wahdania, N., Indah, N., & Sari, S. S. (2025). *Analisis Efektivitas Media Sosial Dalam Meningkatkan*. 8(3), 15–28.
- Katuuk, O., Mewengkang, N., & Kalesaran, E. R. (2016). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Eksistensi Sanggar Seni Vox Angelica. *Acta Diurna*, 5(5), 1–10.
- Khoiroh, F., Harahap, S., Sabina, I., Zainuri, H. S., Nasution, N. S., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2025). *Pengambilan Keputusan Strategis dalam Manajemen Pendidikan di Sekolah Dasar*. 6(1), 118–126.
- Kusuma Putra, G. L. A., & Yasa, G. P. P. A. (2019). Komik Sebagai Sarana Komunikasi Promosi Dalam Media Sosial. *Jurnal Nawala Visual*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v1i1.1>

- Lestariningsih, W., Arsyad, D., Octora, T. Y., Jumiati, E., & Solihin, A. (2024). *Edukasi Mengenai Pemanfaatan Media Sosial dalam Public Speaking Bagi Siswa SMK KARYA NASIONAL, KAB.* 4, 115–121. <https://doi.org/10.34127/japlj.v4i2.1277>
- Lieyani, Y., Natalia, L., & Setiyadi, B. (2025). *Pemanfaatan Media Sosial Humas pada Lembaga Pendidikan serta Peningkatan Citra Lembaga.* 25(1), 695–700. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5191>
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi manajemen pemasaran dalam membangun citra lembaga pendidikan. *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman*, 10(2), 133–153. <https://doi.org/10.33367/ji.v10i2.1243>
- Mahendra, I. T. (2017). Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi. In *UIN Syarif Hidayatullah*.
- Manan. (2023). Pendidikan Islam dan Perkembangan Teknologi: Menggagas Harmoni dalam Era Digital. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*.
- Masrifah Cahyani, A. (2020). Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–16. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.1-16>
- Meilinda, N. (2018). SOCIAL MEDIA ON CAMPUS: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of Society & Media*, 2(1), 53. <https://doi.org/10.26740/jsm.v2n1.p53-64>
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial : Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing : Antecedents and Consequenc-. *Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 187–196.
- Mubarok, M. H., Taufikurrahman, M., & Hartini, T. (2024). *Dampak Teknologi Informasi dalam Perencanaan Strategis.* 2(4).
- Muetya, sena G., Rifai, M., & santoso, teguh, panji, M. (2022). NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Perpajakan. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1483–1490.
- Mukhafadlo, N., & Hariyati, N. (2022). Strategi kepala sekolah dalam membangun citra positif sekolah madrasah aliyah swasta tarbiyatut tholabah lamongan. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(01), 213–230.
- Muslimin, I. (2023). *Optimalisasi Mutu Pendidikan Islam* 2(2), 114–137.

- Nadia Anggraeni, N. A., & Pramusinto, H. (2024). Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra SMK Hidayah Kota Semarang. *Business and Accounting Education Journal*, 5(1), 131–148. <https://doi.org/10.15294/baej.v5i1.9172>
- Nasution, N. A., & Marpaung, S. F. (2023). Strategi Kepala Madrasah Dalam Optimalisasi Sarana Prasarana di Madrasah Aliyah. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 317–329. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i2.426>
- Nizamuddin, S., Kurniawan, B., & SUBhan, M. (2024). Bambang Kurniawan Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Syaifudin Jambi. *Journal of Student Research (JSR)*, 2(1), 106–120.
- Nur, F. E., Andretta, Z., Ridhona, A., & Djafar, A. (2025). Peran Instagram dalam Pembentukan Citra Organisasi Kemahasiswaan. 5, 364–378.
- Nurafni, K., Saguni, F., & Hasnah, S. (2022). Pengaruh Kinerja Komite Sekolah dan Kepemimpinan Kepala Sekolah Terhadap Peningkatan Mutu Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Integrasi Manajemen Pendidikan*, 1(1), 44–68. <https://doi.org/10.24239/jimpi.v1i1.901>
- Nurmalina, Raudatusa'adah, & Hadijaya, Y. (2025). Pelatihan Manajemen Pendidikan Multikultural Untuk Pendidik dalam Membangun Harmoni di Sekolah. 5(1), 12–21.
- Nurrachmawati, A. (2023). Strategi Pemasaran Untuk Membangun School Branding Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di MTS Negeri 1 Ponorogo).
- Pratiwi, R. (2021). Manajemen Public Relation dalam meningkatkan eksistensi sekolah berbasis Boarding School di SMA Modal Bangsa Aceh Besar. 75(17), 399–405.
- Prayogi, L. S. (2024). Strategi Membangun Brand Image untuk Meningkatkan Daya Saing Lembaga Era globalisasi telah membawa kemajuan pesat di berbagai bidang ilmu penge- kegiatan pendidikan . Dengan demikian , semakin baik kualitas layanan dan keunggu- sebagai institusi yang berk. 10(2), 124–134.
- Purba, H., Parani, R., Rondonuwu, R. R., & Jacob, C. C. (2024). Digital Personal Branding Upaya Membangun Identitas dan Citra Positif Siswa-Siswi SMPK IPEKA Puri Melalui Produksi Konten di Media Sosial. 7, 1–12.
- Putri, I. M., Rasyid, A., & Yazid, T. P. (2025). Digital public relations sebagai media publikasi dalam dunia pendidikan. 11(1).

- Putrianingsih, S., Muchasan, A., & Syarif, M. (2021). Peran Perencanaan Pembelajaran Terhadap Kualitas Pengajaran. *Inovatif*, 7(1), 206–231.
- Ramadhanty, D. S. (2024). *Pengelolaan Media Sosial Instagram @prokompim_kbb dalam Upaya Meningkatkan Citra Pemerintah Daerah*.
- Rattu, P. N., Pioh, N. R., & Sampe, S. (2022). Optimalisasi Kinerja Bidang Sosial Budaya dan Pemerintahan dalam Perencanaan Pembangunan. *Jurnal Governance*, 2(1), 1–9.
- Restusari, F. N., & Farida, N. (2019). Instagram sebagai alat personal branding dalam membentuk citra diri (studi pada akun bara pattiradjawane). *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 176–186. <https://doi.org/10.35760/mkm.2019.v3i2.2340>
- Rohani, Z. T. (2018). *Optimalisasi manajemen sarana dalam meningkatkan mutu*.
- Safitri, E. R., I, A. A., Sos, S., Ikom, M., & Korespondensi, P. (n.d.). *Pemanfaatan Konten Instagram @ perpustakaanumumkotadepok Sebagai Sarana Promosi Pada Perpustakaan Umum Kota Depok Utilization Of Instagram @ perpustakaanumumkotadepok AS A. X(X)*, 1–16.
- Sahid, M. (2023). Penggunaan Media Sosial Dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(8), 7417–7428.
- Saputro, T. Y. A. (2019). Pemanfaatan Instagram Oleh Perpustakaan Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis. *Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–127.
- Sari, S. M. I. (2021). *Peran Media Sosial dalam Pembelajaran PAI dan Budi Pekerti Pada Era Covid-19 di SMP Negeri 2 Kembaran Kabupaten Banyumas*. 6.
- Sari, Y., & Prasetya, D. H. (2022). Literasi Media Digital Pada Remaja, Ditengah Pesatnya Perkembangan Media Sosial. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 8(1), 12–25.
- Satria, D., Kusasih, I. H., & Gusmaneli, G. (2025). *Analisis Rendahnya Kualitas Pendidikan di Indonesia Saat Ini : Suatu Kajian Literatur*. 3.
- Setiowati, L., & Annur, S. (2023). Pengelolaan Sarana Pendidikan Dalam Menunjang Kegiatan Pembelajaran. *Jambura Journal of Educational Management*, 4(1), 223–233.
- Setyawan, A. S., & Mursyid. (2025). *Optimalisasi Proses Administrasi Pengoperasian Pesawat N219 Untuk Meningkatkan Keselamatan Dan Kelaikan Udara*. 1(2), 1–11.

- Siallagan, N. D., & Abidin, S. (2018). *Fenomena Konten Repost Sebagai Komunikasi Pemasaran pada Instagram @ PSTORE _ BATAM*. 177–184.
- Siregar, A., & Rasyid, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Membangun Brand Image Lembaga Dakwah Kampus Al-Izzah UINSU. *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 728–739. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.4853>
- Susanti, F. (2024). Brand Image dan Strategi Promosi Sekolah dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Pada Madrasah Aliyah Negeri 01 Kepahiang. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Taupik, I. (2024). *Karakteristik, Proses Keputusan, Difusi, Diseminasi dan Strategi Inovasi Pendidikan*. 6(20221), 2266–2282. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i1.453>
- Triastuti, A. L., Rizki, M. F., Soegiarto, A., Fatimah, A. N., & Kholik, A. (2025). *Analisis Standarisasi Cover Konten Video Instagram @ suaradotcom dalam Meningkatkan Konsistensi dan Brand Awareness Suara . com*. 1, 1–15.
- Trisde, R. (2018). *Strategi Pengelolaan Smedia sosial Instagram Ketimbang Ngemis Tangerang*.
- Wibowo, P. S. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Sharp Indonesia di Era Pandemi Covid-19 dan Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1), 38–56. <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3003>
- Wulan, P. (2024). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Reputasi. *Juni*, 6(2), 343.
- Yafi, M. A., & Sylvie, N. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Kredit Mantap Pensiun Di Pt Bank Mandiri Taspen. *Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu dengan Penambahan Tepung Angkak dalam Pembuatan Mie Kering*, 15(1), 165–175.
- Yuli Restu Lestari, Betty Tresnawaty, D. R. A. (2024). *Strategi Mempertahankan Brand Image*. 8, 329–350.
- Yulie Aisyah Binrany, Olivia Theresia Manurung, Christian Putra Tarigan, Lenti Susanna Saragih, & Danny Ajar Baskoro. (2024). Peran Teknik Negosiasi dan Komunikasi Dalam Menjalankan Bisnis. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(4), 202–210. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v2i4.3583>
- Zahra, F. R. (2025). *Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam menciptakan brand image smpit dinamika umat*.

Zharfan, S. Z., & Centia, S. (2022). *Perencanaan Komunikasi Pemerintah dalam Pengelolaan Konten Media Sosial Untuk Meningkatkan Pelayanan Publik Diskominfo Jabar*.R. 7, 240–253.

Zulkieflimansyah, & Khadafie, M. (2025). *Analisis Literatur : Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Hasil Bisnis Pemasaran Analysis Of Literature : The Influence Of Competitive Advantage On*. 9(1), 38–44.