

ABSTRAK

Fikri Haekal Akbar : 240211030091. *Inovasi Manajemen Humas: Penguatan Institutional Branding Melalui Konten Visual dalam Merespons Pergeseran Generasi Konsumen Pendidikan di Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin*. Pembimbing Tesis I Prof. Dr. Nadzmi Akbar, M.Pd.I dan Pembimbing Tesis II Dr. Riinawati, M.Pd, pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. 2026.

Kata Kunci: Inovasi Manajemen Humas, *Institutional Branding*, Konten Visual, Konsumen Pendidikan, Pergeseran Generasi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh terjadinya pergeseran perilaku konsumen pendidikan, di mana calon orang tua siswa yang didominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Z lebih mengandalkan media digital dan bukti visual dalam memperoleh informasi serta membangun kepercayaan terhadap lembaga pendidikan. Kondisi tersebut menuntut lembaga pendidikan Islam untuk melakukan inovasi manajemen humas melalui pengelolaan komunikasi digital yang lebih adaptif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) inovasi manajemen humas SIT Ukhuwah Banjarmasin dalam merespons preferensi generasi baru; (2) pengelolaan produksi konten visual sebagai upaya modernisasi citra lembaga; dan (3) penguatan *institutional branding* melalui standarisasi konten visual yang religius dan modern.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Lokasi penelitian berada di Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi Supervisor Humas IT, Tim Media dan Kreatif, pimpinan terkait. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teknik, triangulasi sumber, dan *member checking*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) inovasi manajemen humas dilakukan melalui inovasi menuju *Cyber Public Relations* berbasis konten visual sebagai bentuk adaptasi terhadap karakteristik konsumen pendidikan generasi baru yang mengutamakan transparansi, kecepatan informasi, dan bukti visual; (2) pengelolaan produksi konten visual dilaksanakan secara sistematis melalui fungsi manajemen *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling* (POAC), sehingga menghasilkan komunikasi visual yang profesional, konsisten, dan selaras dengan visi-misi lembaga; dan (3) penguatan *institutional branding* diwujudkan melalui standarisasi identitas visual yang religius dan modern sehingga mampu mempertahankan *brand reinforcement* untuk mendorong keyakinan calon orang tua dalam mengambil keputusan memilih SIT Ukhuwah Banjarmasin sebagai lembaga pendidikan bagi anak-anak mereka.