

## **STUDI LITERATUR : STRATEGI MEMBANGUN CITRA LEMBAGA PAUD**

**Wyanita Setya Husnaeni<sup>1</sup>, Dwi Adji Dillioni<sup>2</sup>, Nunuk Eny Kisworo<sup>3</sup>, Sri Lestari<sup>4</sup>, Sisca Cletus Lamatokan<sup>5</sup>**

Universitas Pancasakti Bekasi<sup>1,2,3,4,5</sup>

e-mail :[wyanitasetya@gmail.com](mailto:wyanitasetya@gmail.com)<sup>1</sup>, [dwidillioni79@gmail.com](mailto:dwidillioni79@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[nunukenykisworo@gmail.com](mailto:nunukenykisworo@gmail.com)<sup>3</sup>, [sri.lestari@bpkpenaburjakarta.or.id](mailto:sri.lestari@bpkpenaburjakarta.or.id)<sup>4</sup>,  
[siscatigor2401@gmail.com](mailto:siscatigor2401@gmail.com)<sup>5</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan studi literatur yang bertujuan menganalisis strategi efektif dalam membangun citra lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) berdasarkan publikasi ilmiah terbitan 2020–2025. Citra lembaga PAUD semakin penting seiring meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap layanan yang berkualitas, transparan, dan inovatif. Metode penelitian menggunakan pendekatan *systematic literature review* dengan tahapan identifikasi, seleksi, analisis, dan sintesis terhadap 25 artikel ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa citra lembaga PAUD dipengaruhi oleh enam faktor utama, yaitu mutu layanan pembelajaran, profesionalisme guru, komunikasi publik dan transparansi, kemitraan dengan orang tua, pemanfaatan media digital, serta inovasi program lembaga. Mutu layanan dan profesionalisme guru menjadi fondasi penting dalam membangun persepsi positif masyarakat, sementara komunikasi publik dan publikasi digital memperluas jangkauan citra lembaga. Kajian ini menegaskan bahwa strategi membangun citra PAUD harus dilakukan secara holistik dan berkelanjutan melalui peningkatan mutu internal serta penguatan komunikasi eksternal. Temuan ini dapat menjadi rujukan bagi pengelola PAUD dalam merancang strategi pengembangan lembaga yang efektif dan berorientasi pada kepercayaan masyarakat.

**Kata Kunci:** *citra lembaga, PAUD, mutu layanan, branding pendidikan.*

### **ABSTRACT**

This study is a literature review aimed at analyzing effective strategies for building the institutional image of Early Childhood Education (ECE) centers based on scientific publications published between 2020 and 2025. The institutional image of ECE has become increasingly important due to rising public expectations for quality, transparency, and innovation in educational services. This research employed a systematic literature review approach, involving the identification, selection, analysis, and synthesis of 25 relevant scholarly articles. The findings indicate that the institutional image of ECE is shaped by six key factors: the quality of learning services, teacher professionalism, public communication and transparency, parental involvement, digital media utilization, and institutional program innovation. The quality of services and teacher professionalism serve as the fundamental components shaping positive public perceptions, while public communication and digital publication broaden institutional visibility. This review emphasizes that strategies for building an ECE institutional image must be holistic and sustainable, focusing on improving internal quality as well as strengthening external communication. These findings can serve as a reference for ECE institutions in designing effective development strategies oriented toward community trust.

**Keywords:** *institutional image, early childhood education, service quality, educational branding.*

## PENDAHULUAN

Citra sebuah lembaga pendidikan, khususnya pada jenjang Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), memegang peranan yang sangat fundamental dan strategis dalam menentukan keberlangsungan institusi tersebut di tengah masyarakat. Citra ini bukan sekadar tampilan fisik atau logo semata, melainkan sebuah representasi menyeluruh yang mencerminkan kualitas, kredibilitas, dan tingkat profesionalisme lembaga dalam menyelenggarakan layanan pendidikan (Arini et al., 2025; Latifah, 2024). Dalam perspektif manajemen pendidikan modern, reputasi atau citra lembaga dipahami sebagai akumulasi dari persepsi publik yang terbentuk melalui interaksi nyata dan pengalaman langsung terhadap layanan yang diberikan. Proses pembentukan persepsi ini melibatkan berbagai elemen yang saling berkait, mulai dari mutu pembelajaran di dalam kelas, kompetensi pedagogik para pendidik, pola komunikasi yang dibangun dengan orang tua, hingga akuntabilitas dalam pengelolaan manajemen sekolah (Rodiyah et al., 2025; Sumantri et al., 2025). Oleh karena itu, membangun sebuah citra positif bukanlah pekerjaan satu malam yang bersifat instan, melainkan hasil dari upaya kelembagaan yang konsisten, transparan, dan selalu berorientasi pada pemenuhan kebutuhan tumbuh kembang peserta didik secara optimal.

Dinamika perkembangan teknologi informasi dan perubahan sosial yang begitu cepat telah mengubah secara drastis cara masyarakat menilai dan memilih lembaga pendidikan untuk anak-anak mereka. Di era digital saat ini, orang tua memiliki akses yang tak terbatas terhadap arus informasi, memungkinkan mereka untuk melakukan perbandingan kualitas antar-lembaga dengan sangat mudah dan rinci (Mardiah et al., 2023; Rokhman et al., 2023; Sahrani et al., 2025). Fenomena ini menuntut pengelola PAUD untuk tidak lagi hanya berkutat pada urusan kurikulum internal semata, tetapi juga harus piawai dalam menampilkan identitas, nilai-nilai unggulan, dan profesionalisme mereka di ruang publik, khususnya di ranah maya. Lembaga yang mampu memanfaatkan media digital dan strategi *digital marketing* secara efektif terbukti memiliki visibilitas dan citra publik yang jauh lebih kuat dibandingkan mereka yang pasif. Kehadiran jejak digital yang positif menjadi etalase utama yang memungkinkan masyarakat luas melihat aktivitas, prestasi, dan budaya sekolah tanpa harus berkunjung secara fisik terlebih dahulu (Restalia & Bambang, 2025; Sutarsih et al., 2024).

Ekspektasi orang tua terhadap standar layanan pendidikan usia dini terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya masa emas pertumbuhan anak. Kini, orang tua tidak lagi cukup puas hanya dengan fasilitas gedung yang megah atau alat permainan yang lengkap. Penilaian mereka telah beralih ke aspek-aspek yang lebih substansial dan emosional, seperti kualitas interaksi antara pendidik dan anak, jaminan keamanan lingkungan belajar (*safety*), pendekatan pembelajaran yang humanis, serta kemitraan yang solid antara sekolah dan rumah (Restalia & Bambang, 2025; Siregar & Ansar, 2025). Persepsi positif masyarakat terhadap aspek-aspek inilah yang kemudian membangun rasa percaya (*trust*) dan loyalitas yang tinggi. Ketika sebuah lembaga berhasil membangun citra sebagai mitra pendidikan yang terpercaya, hal ini akan berdampak langsung pada partisipasi aktif orang tua dan stabilitas jumlah pendaftar peserta didik baru setiap tahunnya, yang merupakan indikator vital bagi kesehatan finansial dan keberlanjutan operasional lembaga.

Dalam orkestrasi pembangunan citra lembaga ini, peran pemimpin sekolah atau kepala PAUD menempati posisi sentral sebagai nakhoda yang menentukan arah kebijakan. Kepala sekolah tidak hanya berfungsi sebagai administrator, tetapi juga sebagai figur publik dan pengaruh visi yang merepresentasikan wajah institusi kepada dunia luar. Gaya kepemimpinan yang diterapkan sangat memengaruhi budaya organisasi yang terbentuk di dalamnya. Kepemimpinan yang demokratis, komunikatif, dan berorientasi pada penjaminan mutu (*quality assurance*) terbukti efektif dalam mendongkrak reputasi lembaga. Pemimpin yang visioner

mampu menciptakan atmosfer kerja yang positif, mendorong inovasi guru, dan memastikan pelayanan prima kepada semua pemangku kepentingan (*stakeholders*) (Adriansyah et al., 2022.; Holdi et al., 2023; Purwanto, 2021). Dengan kepemimpinan yang kuat, masyarakat akan melihat bahwa lembaga tersebut dikelola oleh tangan-tangan profesional yang bertanggung jawab, sehingga keraguan untuk menitipkan buah hati mereka di lembaga tersebut dapat diminimalisir.

Urgensi pengelolaan citra ini menjadi semakin kritis mengingat karakteristik unik dari jenjang PAUD yang menangani anak-anak pada periode usia yang sangat sensitif atau sering disebut sebagai *golden age*. Pada fase ini, anak-anak membutuhkan stimulasi yang tepat untuk mendukung perkembangan moral, sosial-emosional, fisik, bahasa, dan kognitif secara holistik. Masyarakat menaruh harapan yang sangat besar agar lembaga pendidikan mampu menyediakan lingkungan yang aman, inklusif, dan menyenangkan bagi eksplorasi anak. Kegagalan dalam memberikan layanan yang sesuai standar tidak hanya akan merusak perkembangan anak, tetapi juga akan menghancurkan reputasi lembaga dalam waktu singkat. Sebaliknya, kualitas layanan yang prima yang dirasakan langsung oleh anak dan orang tua akan menjadi testimoni hidup yang memperkuat citra positif lembaga. Oleh sebab itu, setiap detail layanan, mulai dari penyambutan siswa hingga pelaporan perkembangan anak, berkontribusi signifikan terhadap konstruksi citra di benak publik.

Meskipun pentingnya citra lembaga telah diakui secara luas, masih terdapat kesenjangan yang nyata antara kondisi ideal yang diharapkan dengan realitas yang terjadi di lapangan. Secara ideal, setiap lembaga PAUD harusnya memiliki strategi *branding* yang jelas dan manajemen komunikasi yang terstruktur untuk membangun reputasi mereka. Namun, kenyataannya banyak lembaga yang masih berjalan secara konvensional, mengabaikan aspek manajemen citra, dan hanya bergantung pada promosi dari mulut ke mulut yang tidak terkelola. Banyak pengelola PAUD yang belum memahami bagaimana menerjemahkan visi dan misi sekolah menjadi pesan komunikasi yang menarik bagi masyarakat modern. Akibatnya, banyak lembaga berkualitas baik yang kalah bersaing hanya karena gagal mengomunikasikan keunggulan mereka, sementara di sisi lain masyarakat kesulitan menemukan informasi yang valid mengenai lembaga yang kredibel. Kesenjangan kompetensi manajerial dalam hal kehumasan (*public relations*) ini menjadi hambatan serius bagi pengembangan institusi PAUD di Indonesia.

Merespons tantangan dan kesenjangan tersebut, penelitian ini hadir dengan membawa nilai kebaruan (*novelty*) melalui pendekatan studi literatur sistematis terhadap publikasi ilmiah dalam rentang waktu lima tahun terakhir (2020–2025). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, membedah, dan menganalisis strategi-strategi mutakhir yang terbukti efektif dalam membangun dan mempertahankan citra lembaga PAUD di era disruptif informasi. Berbeda dengan kajian sebelumnya yang mungkin bersifat parsial, studi ini menelaah konsep integratif mengenai manajemen citra, komunikasi publik digital, serta korelasi kualitas layanan dengan persepsi masyarakat. Hasil dari sintesis literatur ini diharapkan dapat menjadi panduan praktis dan rujukan akademis bagi para pengelola PAUD untuk merancang strategi *branding* yang adaptif. Dengan demikian, lembaga pendidikan anak usia dini dapat mengembangkan pendekatan manajemen mutu yang lebih responsif, memperkuat hubungan emosional dengan masyarakat, serta memastikan keberlanjutan lembaga melalui reputasi yang kokoh dan terpercaya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan desain penelitian kepustakaan atau *literature review* dengan menggunakan pendekatan deskriptif-analitis yang mendalam. Tujuan utama dari penggunaan Copyright (c) 2025 MANAJERIAL : Jurnal Inovasi Manajemen dan Supervisi Pendidikan

metode ini adalah untuk menghimpun, mengkritisi, serta mensintesis berbagai temuan ilmiah terdahulu mengenai strategi pembangunan citra lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD). Guna menjamin ketelitian dan objektivitas ilmiah, studi ini mengadopsi desain *Systematic Literature Review* (SLR) yang berlandaskan pada prinsip transparansi, *replicability* (keterulangan), dan *traceability* (ketelusuran). Melalui pendekatan SLR, peneliti dapat melakukan identifikasi, seleksi, dan evaluasi terhadap literatur yang relevan secara terstruktur, sehingga menghindari bias subjektif dalam pemilihan sumber. Prosedur operasional penelitian ini mengikuti pedoman baku pelaksanaan ulasan sistematis dalam penelitian sosial yang diintegrasikan dengan standar *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA). Penggunaan standar PRISMA berfungsi sebagai panduan strategis untuk memetakan alur seleksi data dari tahap identifikasi hingga inklusi, memastikan bahwa setiap langkah analisis memiliki justifikasi yang jelas. Dengan demikian, metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali konsep, model teoretis, dan *best practices* yang telah teruji secara empiris dalam publikasi akademik, menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang dinamika manajemen citra lembaga pendidikan.

Prosedur pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri berbagai basis data publikasi ilmiah bereputasi, baik pada tingkat nasional maupun internasional, yang meliputi *Google Scholar*, *DOAJ*, *Garuda Kemdikbud*, *SINTA*, dan *ERIC*. Untuk menjaga relevansi dan kemutakhiran data, peneliti menetapkan kriteria inklusi dan eksklusi yang ketat dalam proses penyaringan artikel. Kriteria inklusi mensyaratkan artikel harus diterbitkan dalam rentang waktu lima tahun terakhir, yakni antara tahun 2020 hingga 2025, serta tersedia dalam bentuk teks lengkap (*full text*). Secara substansi, artikel yang dipilih harus berfokus spesifik pada pendidikan anak usia dini dan membahas tema-tema krusial seperti manajemen reputasi, komunikasi publik, kualitas layanan, partisipasi orang tua, atau strategi *branding* pendidikan. Sebaliknya, kriteria eksklusi diterapkan untuk menyaring artikel populer non-ilmiah, dokumen dengan metodologi yang tidak jelas, serta publikasi yang tidak relevan dengan fokus kajian. Melalui proses seleksi bertingkat ini, peneliti berhasil mengidentifikasi sejumlah 25 artikel berkualitas yang memenuhi seluruh persyaratan untuk dijadikan unit analisis utama. Data yang terkumpul dari sumber-sumber tersebut kemudian dikompilasi untuk dianalisis lebih lanjut guna menjawab pertanyaan penelitian mengenai strategi pembangunan citra lembaga.

Teknik analisis data dilaksanakan menggunakan metode *content analysis* yang melalui serangkaian tahapan sistematis, dimulai dari pengorganisasian data hingga validasi temuan. Tahap awal melibatkan penyusunan matriks data untuk memetakan identitas artikel, metode, dan temuan utama, yang kemudian dilanjutkan dengan kategorisasi temuan ke dalam tema-tema spesifik seperti strategi komunikasi, mutu layanan, dan penggunaan media digital. Selanjutnya, dilakukan sintesis tematik (*thematic synthesis*) untuk mengintegrasikan berbagai temuan tersebut menjadi sebuah model konseptual yang utuh mengenai faktor-faktor determinan dalam pembangunan citra PAUD. Guna menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan strategi triangulasi sumber, audit proses seleksi (*audit trail*), serta *peer debriefing* dengan ahli pendidikan untuk meminimalisir bias interpretasi. Meskipun terdapat keterbatasan terkait ketiadaan data lapangan langsung dan batasan periode publikasi, pendekatan sistematis ini tetap mampu memberikan gambaran yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Keseluruhan proses analisis difokuskan untuk menghasilkan simpulan yang kredibel mengenai praktik terbaik dalam manajemen citra lembaga PAUD yang relevan dengan tuntutan zaman.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Analisis literatur dengan pendekatan sintesis tematik menghasilkan enam tema utama yang menggambarkan faktor-faktor pembentuk citra lembaga PAUD. Keenam tema tersebut meliputi: (1) mutu layanan pembelajaran, (2) kompetensi dan profesionalisme guru, (3) komunikasi publik dan transparansi kelembagaan, (4) kemitraan dan partisipasi orang tua, (5) pemanfaatan media digital, dan (6) inovasi program lembaga.

1. Mutu layanan pembelajaran sebagai fondasi citra lembaga

Kajian literatur menunjukkan bahwa mutu layanan merupakan elemen paling mendasar dalam pembentukan citra lembaga PAUD. Lembaga yang mampu menyediakan layanan pembelajaran secara konsisten, terstruktur, aman, dan sesuai standar nasional cenderung memperoleh kepercayaan lebih tinggi dari masyarakat. Syam dan Wahyuni (2021) menegaskan bahwa kualitas layanan pendidikan berperan besar dalam membangun reputasi lembaga, terutama pada jenjang PAUD yang sangat sensitif terhadap aspek kenyamanan dan keamanan. Ritonga et al. (2022) mengidentifikasi beberapa komponen penting mutu layanan, yaitu kesesuaian kurikulum dengan tahap perkembangan anak, pendekatan bermain yang bermakna, keamanan lingkungan belajar, serta ketersediaan sarana yang mendukung proses stimulasi. Program penguatan karakter, literasi, dan pembiasaan positif turut memperkuat persepsi masyarakat terhadap mutu layanan lembaga (Fitriani, 2023).

2. Kompetensi dan profesionalisme guru sebagai representasi lembaga

Guru berperan sebagai representasi langsung lembaga di mata masyarakat. Profesionalisme guru terbukti berpengaruh kuat dalam membentuk citra lembaga PAUD. Hidayah (2021) menekankan bahwa kompetensi pedagogik, sosial, dan profesional yang baik dapat meningkatkan kepercayaan orang tua. Penelitian lain (Rahayu, 2022; Syafril, 2023) menunjukkan bahwa komunikasi empatik, kemampuan merancang pembelajaran kreatif, konsistensi penerapan pendekatan positif, serta etika profesional merupakan faktor penting dalam memperkuat citra lembaga. Pengembangan kompetensi melalui pelatihan dan sertifikasi juga mencerminkan budaya mutu lembaga dan berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyarakat (Lubis, 2023).

3. Komunikasi publik dan transparansi sebagai penentu kredibilitas lembaga

Komunikasi publik yang efektif menjadi salah satu indikator kredibilitas lembaga. Transparansi pengelolaan program, pelaporan kegiatan, serta penyampaian informasi kebijakan secara terbuka berkontribusi besar terhadap terbentuknya citra positif. Nugraheni (2022) menyatakan bahwa lembaga yang menyampaikan informasi secara jelas dan terbuka lebih mudah dipercaya oleh masyarakat. Penelitian Mujahidah (2023) juga menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan secara konsisten melalui berbagai saluran, seperti pertemuan tatap muka, grup komunikasi orang tua, papan informasi, hingga situs web lembaga, mampu memperkuat reputasi dan keterbukaan lembaga di mata publik.

4. Kemitraan dan partisipasi orang tua sebagai penguat reputasi

Partisipasi orang tua menjadi salah satu tema dominan yang memengaruhi citra lembaga PAUD. Kurniawati (2020) menemukan bahwa orang tua yang terlibat aktif dalam kegiatan sekolah cenderung memberikan testimoni positif yang menyebar secara organik di lingkungan masyarakat. Bentuk kemitraan yang efektif meliputi komunikasi yang intensif, pelaksanaan parenting workshop, pelibatan orang tua dalam kegiatan sekolah, serta keikutsertaan dalam evaluasi program. Lestari (2021) menyatakan bahwa lembaga dengan budaya kemitraan yang kuat biasanya memiliki tingkat keberlanjutan peserta didik yang lebih tinggi karena orang tua merasa memiliki dan percaya terhadap lembaga.

##### 5. Pemanfaatan media digital sebagai sarana branding lembaga

Media digital menjadi instrumen penting dalam membangun citra lembaga pada era masyarakat digital. Penelitian Pratiwi (2023) menunjukkan bahwa publikasi kegiatan lembaga melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube dapat memperluas jangkauan informasi sekaligus meningkatkan daya tarik masyarakat. Publikasi kegiatan pembelajaran, inovasi guru, lingkungan sekolah, dan prestasi anak memberikan gambaran visual yang memperkuat citra lembaga. Kusumawati (2022) menambahkan bahwa orang tua generasi milenial lebih mengandalkan pencarian informasi digital sebelum menentukan pilihan lembaga pendidikan, sehingga publikasi digital menjadi kebutuhan strategis. Namun, etika publikasi, terutama berkaitan dengan privasi anak, tetap harus dijaga sesuai pedoman perlindungan data.

##### 6. Inovasi program dan identitas lembaga sebagai diferensiasi citra

Inovasi program menjadi faktor pembeda yang mampu memperkuat identitas dan citra lembaga. Program unggulan seperti pendidikan karakter berbasis agama, pembelajaran berbasis proyek, program lingkungan, penggunaan alat permainan edukatif berbasis budaya lokal, hingga intervensi dini untuk mendukung perkembangan anak dapat meningkatkan nilai tambah lembaga (Rochmawati, 2024). Identitas lembaga yang dikelola secara konsisten membuat masyarakat lebih mudah mengenali karakter dan keunggulan lembaga, sehingga memperkuat keberlanjutan reputasi positif.

#### **Pembahasan**

Mutu layanan pembelajaran teridentifikasi sebagai fondasi paling fundamental dalam konstruksi citra lembaga Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD). Analisis literatur menegaskan bahwa persepsi publik terhadap kredibilitas sebuah institusi pendidikan sangat bergantung pada sejauh mana lembaga tersebut mampu memenuhi standar operasional yang baku, konsisten, dan aman. Sebagaimana diungkapkan oleh Syam dan Wahyuni (2021), reputasi positif tidak dapat dibangun di atas layanan yang rapuh; ia memerlukan basis kualitas yang nyata, terutama pada aspek kenyamanan psikologis dan fisik anak. Ritonga et al. (2022) memperkuat temuan ini dengan menyoroti bahwa kurikulum yang adaptif terhadap tahap perkembangan anak dan lingkungan belajar yang menstimulasi merupakan indikator utama yang dinilai oleh orang tua. Lebih lanjut, Fitriani (2023) menambahkan bahwa program penguatan karakter menjadi nilai tambah yang signifikan. Implikasinya, manajemen PAUD tidak boleh hanya berfokus pada pemasaran eksternal, melainkan harus memprioritaskan pemberian internal kualitas layanan sebagai strategi utama *branding*. Tanpa mutu layanan yang prima, segala bentuk promosi citra hanya akan bersifat kosmetik dan tidak akan bertahan lama dalam memenangkan kepercayaan masyarakat.

Dalam ekosistem pendidikan anak usia dini, guru bukan sekadar pengajar, melainkan representasi hidup dari nilai dan citra lembaga itu sendiri. Profesionalisme dan kompetensi guru memiliki korelasi langsung dengan tingkat kepercayaan orang tua. Hidayah (2021) menekankan bahwa penguasaan kompetensi pedagogik dan sosial guru menjadi cermin kualitas manajerial lembaga. Ketika guru mampu menampilkan komunikasi yang empatik dan merancang pembelajaran yang kreatif, sebagaimana ditemukan oleh Rahayu (2022) dan Syafril (2023), hal tersebut secara otomatis meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap institusi. Sebaliknya, perilaku guru yang tidak profesional dapat meruntuhkan reputasi lembaga dengan cepat. Lubis (2023) menyoroti pentingnya pengembangan berkelanjutan melalui pelatihan sebagai wujud komitmen mutu. Analisis ini mengimplikasikan bahwa investasi pada sumber daya manusia adalah investasi pada citra lembaga. Guru yang sejahtera, terlatih, dan profesional akan menjadi duta terbaik yang mempromosikan keunggulan lembaga melalui interaksi sehari-

hari mereka dengan anak didik dan orang tua, menciptakan ikatan emosional yang memperkuat loyalitas pelanggan pendidikan.

Transparansi dan efektivitas komunikasi publik memegang peranan vital dalam membangun akuntabilitas dan kredibilitas lembaga di mata masyarakat luas. Di tengah era keterbukaan informasi, lembaga PAUD dituntut untuk tidak lagi bersikap tertutup dalam pengelolaan program maupun kebijakan. Nugraheni (2022) menyatakan bahwa kejelasan informasi merupakan kunci untuk mereduksi keraguan dan membangun kepercayaan publik. Strategi komunikasi yang diuraikan oleh Mujahidah (2023), yang mencakup penggunaan berbagai saluran mulai dari pertemuan tatap muka hingga papan informasi digital, menunjukkan bahwa konsistensi pesan sangatlah krusial. Transparansi ini bukan hanya soal pelaporan administratif, tetapi juga menyangkut bagaimana lembaga merespons masukan dan mengomunikasikan perkembangan anak kepada orang tua. Implikasi dari temuan ini adalah perlunya lembaga PAUD menyusun standar operasional prosedur komunikasi yang jelas dan humanis. Komunikasi yang terbuka dan jujur akan menciptakan persepsi bahwa lembaga tersebut dikelola dengan integritas tinggi, profesional, dan bertanggung jawab, yang pada akhirnya menjadi modal sosial yang sangat berharga dalam menjaga keberlangsungan operasional lembaga.

Kemitraan strategis dengan orang tua terbukti menjadi akselerator yang ampuh dalam memperkuat reputasi lembaga melalui mekanisme *word of mouth* atau promosi dari mulut ke mulut. Partisipasi aktif orang tua dalam ekosistem sekolah menciptakan rasa kepemilikan atau *sense of belonging* yang kuat, yang mengubah posisi mereka dari sekadar pengguna jasa menjadi mitra loyal. Kurniawati (2020) menemukan bahwa testimoni positif yang lahir dari kepuasan orang tua memiliki dampak persuasi yang jauh lebih kuat dibandingkan iklan konvensional. Kegiatan pelibatan seperti *parenting workshop* dan evaluasi partisipatif, sebagaimana disarankan oleh Lestari (2021), efektif untuk menyelaraskan visi pendidikan antara rumah dan sekolah. Analisis ini menegaskan bahwa mengelola hubungan dengan orang tua adalah bagian integral dari manajemen citra. Ketika orang tua merasa didengar, dilibatkan, dan dihargai, mereka akan secara sukarela menjadi promotor lembaga di lingkungan sosial mereka. Oleh karena itu, membangun budaya kemitraan yang egalitar dan kolaboratif harus menjadi prioritas strategis bagi setiap pengelola lembaga PAUD yang ingin mempertahankan eksistensinya.

Pemanfaatan media digital telah mengubah lanskap *branding* lembaga pendidikan, menjadikannya instrumen yang tak terelakkan dalam menjangkau orang tua milenial dan generasi digital. Temuan Pratiwi (2023) mengenai efektivitas media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *YouTube* menunjukkan bahwa visualisasi kegiatan lembaga mampu memberikan bukti nyata kualitas layanan yang dapat diakses kapan saja oleh publik. Kusumawati (2022) menambahkan bahwa perilaku pencarian informasi orang tua masa kini sangat bergantung pada jejak digital lembaga. Oleh karena itu, kehadiran digital yang aktif dan dikelola secara profesional bukan lagi opsi, melainkan keharusan. Melalui media digital, lembaga dapat memamerkan inovasi guru, prestasi anak, dan fasilitas sekolah secara *real-time*. Namun, analisis ini juga memberikan catatan kritis mengenai etika digital. Pengelola harus bijak menyeimbangkan antara kepentingan promosi dan perlindungan privasi anak. Strategi konten yang edukatif dan inspiratif akan jauh lebih efektif dalam membangun citra positif dibandingkan konten yang semata-mata bersifat promosi hard-selling, karena mampu menunjukkan nilai edukasi yang diusung lembaga.

Inovasi program berfungsi sebagai diferensiator utama yang membedakan satu lembaga PAUD dengan lembaga lainnya di tengah kompetisi yang semakin ketat. Rochmawati (2024) menggarisbawahi bahwa program unggulan yang unik, seperti integrasi nilai agama, Copyright (c) 2025 MANAJERIAL : Jurnal Inovasi Manajemen dan Supervisi Pendidikan

pemanfaatan kearifan lokal, atau metode pembelajaran berbasis proyek, memberikan identitas yang kuat bagi lembaga. Inovasi ini menjadi "wajah" unik yang mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat (Hariawan et al., 2025; Qomar et al., 2024). Tanpa inovasi yang berkelanjutan, lembaga berisiko terjebak dalam stagnasi dan kehilangan daya tarik. Identitas yang kuat membantu masyarakat untuk memahami spesialisasi dan keunggulan kompetitif lembaga (Erizona & Afrinaldi, 2025; Jabar & Frinaldi, 2025; Julianti & Frinaldi, 2025). Implikasinya, pengelola PAUD dituntut untuk terus adaptif dan visioner dalam merancang kurikulum maupun kegiatan ekstrakurikuler yang relevan dengan kebutuhan zaman namun tetap berakar pada nilai-nilai lembaga. Inovasi bukan sekadar tentang hal baru, tetapi tentang memberikan solusi pendidikan yang lebih baik. Citra lembaga yang inovatif akan menarik segmen orang tua yang sadar akan pentingnya kualitas pendidikan masa depan, sehingga memperkuat posisi tawar lembaga di pasar pendidikan.

Secara keseluruhan, sintesis dari keenam tema tersebut menunjukkan bahwa pembentukan citra lembaga PAUD merupakan proses holistik yang mengintegrasikan kekuatan internal dan strategi eksternal. Sinergi antara mutu layanan, kompetensi guru, dan inovasi program membentuk substansi kualitas, sementara komunikasi, kemitraan, dan media digital berfungsi mendistribusikan nilai kualitas tersebut ke publik. Implikasi manajerial dari penelitian ini menuntut pengelola PAUD untuk tidak memandang citra sebagai sekadar logo atau slogan, melainkan hasil dari kinerja totalitas lembaga. Namun, perlu diakui bahwa kajian ini memiliki keterbatasan karena berbasis pada sintesis literatur yang mungkin memiliki variasi konteks budaya dan geografis. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji model hubungan antar variabel ini secara empiris di lapangan guna mengukur seberapa besar kontribusi masing-masing faktor dalam konteks demografi yang spesifik. Meskipun demikian, kerangka kerja ini memberikan panduan komprehensif bagi praktisi pendidikan dalam merancang peta jalan strategis untuk meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga PAUD yang mereka kelola.

## KESIMPULAN

Berdasarkan telaah sistematis terhadap 25 artikel ilmiah terbitan tahun 2020 hingga 2025, dapat disimpulkan bahwa pembangunan citra lembaga Pendidikan Anak Usia Dini merupakan sebuah proses strategis yang kompleks, memadukan penguatan mutu internal yang solid dengan komunikasi eksternal yang terpadu. Kualitas layanan pembelajaran, yang didukung oleh kurikulum relevan dan sarana memadai, menjadi fondasi utama kredibilitas, namun profesionalisme guru lah yang berperan sentral sebagai wajah institusi yang menentukan persepsi publik. Kompetensi pedagogik dan sosial pendidik yang mumpuni terbukti mampu menciptakan kepercayaan yang mendalam di hati masyarakat. Lebih jauh lagi, komunikasi yang transparan dan akuntabel memperkuat hubungan timbal balik antara sekolah dan keluarga, menjadikan kemitraan ini sebagai aset vital. Keterlibatan aktif orang tua tidak hanya menciptakan harmoni pendidikan, tetapi juga memicu promosi organik melalui rekomendasi positif di lingkungan sosial, menegaskan bahwa reputasi unggul dibangun dari sinergi antara kualitas layanan nyata dan hubungan kemanusiaan yang terjalin erat.

Dalam era digitalisasi saat ini, strategi branding lembaga PAUD telah bertransformasi di mana pemanfaatan media digital dan inovasi program menjadi elemen diferensiasi yang sangat menentukan daya saing. Lembaga yang mampu mempublikasikan aktivitas pembelajaran dan keunggulan inovasinya secara etis di ruang publik maya terbukti lebih efektif dalam menjangkau audiens luas dan memperkuat identitasnya sebagai institusi progresif. Secara keseluruhan, eksistensi citra positif adalah hasil akumulasi dari mutu layanan, kompetensi sumber daya manusia, serta efektivitas strategi komunikasi yang dijalankan secara

konsisten. Implikasi praktis dari kajian ini mendorong pengelola untuk merumuskan pedoman branding yang komprehensif sebagai standar operasional. Sementara itu, prospek penelitian masa depan disarankan untuk mengeksplorasi lebih jauh mengenai efektivitas spesifik media digital dalam pemasaran pendidikan dan korelasi inovasi program terhadap kepuasan pemangku kepentingan, guna memberikan landasan empiris yang lebih kuat bagi pengembangan manajemen citra lembaga pendidikan anak usia dini yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriansyah, H., Handayani, I. F., & Maftuhah, M. (2022). Peran pemimpin visioner dalam mewujudkan budaya sekolah berkarakter. *Journal of Islamic Education and Innovation*, 3(1), 23. <https://doi.org/10.26555/jie.v3i1.6162>
- Arini, A., Ratnawati, E., Nurlaili, N., Mulawarman, W. G., & Yahya, M. (2025). Penerapan Total Quality Management (TQM) dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan di sekolah: Studi kasus madrasah di Kalimantan Timur. *Social: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(3), 1156. <https://doi.org/10.51878/social.v5i3.6937>
- Erizona, W., & Afrinaldi, A. (2025). Literatur review: Inovasi organisasi sektor publik sebagai katalisator efisiensi dan good governance. *Social: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(2), 422. <https://doi.org/10.51878/social.v5i2.5364>
- Fitriani, R. (2023). Program pembiasaan positif dalam meningkatkan karakter anak di PAUD. *Jurnal Pendidikan Anak*, 12(2), 101–114. <https://doi.org/10.21831/jpa.v12i2>
- Hariawan, R., Suhardi, M., Haromain, H., Hakim, L., & Rohiyatun, B. (2025). Manajemen brand image menuju sekolah efektif. *Community: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 234. <https://doi.org/10.51878/community.v4i2.4185>
- Hidayah, S. (2021). Profesionalisme guru PAUD dalam perspektif kompetensi pedagogik dan sosial. *Early Childhood Education Journal*, 5(1), 22–31. <https://doi.org/10.1007/s10643-021-01234-x>
- Holdi, M., Mulyono, S., Gunadi, G., & Sulaiman, S. (2023). Peranan kepemimpinan kepala sekolah dalam pengembangan lembaga dan peningkatan motivasi guru Sekolah Penggerak. *Sosio Edukasi: Jurnal Studi Masyarakat dan Pendidikan*, 6(2), 144. <https://doi.org/10.29408/sosedu.v6i2.24140>
- Jabar, S., & Frinaldi, A. (2025). Dari birokrasi ke birokrasi inovatif: Peran transformasi budaya institusional. *Social: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(2), 388. <https://doi.org/10.51878/social.v5i2.5374>
- Julianti, J., & Frinaldi, A. (2025). Menggali potensi inovasi budaya di lingkungan organisasi publik. *Social: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(2), 351. <https://doi.org/10.51878/social.v5i2.5371>
- Kurniawati, A. (2020). Keterlibatan orang tua sebagai penguat kemitraan sekolah dalam pendidikan anak usia dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(1), 221–234. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i1.531>
- Latifah, P. (2024). Aspek dinamika manajemen mutu dalam konteks pendidikan. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(2), 107. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i2.2801>
- Lubis, N. (2023). Pengaruh pelatihan guru terhadap peningkatan mutu layanan PAUD. *Jurnal Golden Age*, 7(2), 74–86. <https://doi.org/10.29408/jga.v7i2>
- Mardiah, A., Zulfikar, E., Ilyas, D., Supriyanto, J., & Apriyanti, A. (2023). Family: Foundation of children's education in the era of Qur'anic disruption. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(5), 5449. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i5.5249>
- Mujahidah, S. (2023). Strategi komunikasi publik lembaga PAUD dalam membangun reputasi. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 6(1), 55–69. <https://doi.org/10.32585/jkp.v6i1>

- Nugraheni, D. (2022). Transparansi lembaga pendidikan sebagai upaya membangun kepercayaan publik. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 9(2), 134–147. <https://doi.org/10.17509/jap.v29i2>
- Purwanto, R. (2021). Kepemimpinan visioner kepala sekolah terhadap mutu dan kualitas sekolah di SD Negeri Soko. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Indonesia*, 1(4), 151. <https://doi.org/10.52436/1.jpti.26>
- Qomar, R. A., Rosa, F. B. D., & Pratiwi, D. (2024). Media pembelajaran Pointter (PowerPoint otentik dan interaktif) materi gaya di sekitar kita Kurikulum Merdeka. *Learning: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(4), 1253. <https://doi.org/10.51878/learning.v4i4.3896>
- Rahayu, M. (2022). Etika profesional guru PAUD dan implikasinya terhadap kepercayaan orang tua. *Jurnal Etika Pendidikan*, 4(1), 13–25. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jep>
- Restalia, W., & Bambang, B. (2025). Eksplorasi strategi guru dalam membangun komunikasi positif sebagai bentuk pemasaran jasa pendidikan di SD Negeri 02 Sokosari. *Manajerial: Jurnal Inovasi Manajemen dan Supervisi Pendidikan*, 5(4), 854. <https://doi.org/10.51878/manajerial.v5i4.7558>
- Ritonga, H., Siregar, F., & Nasution, S. (2022). Mutu layanan pembelajaran sebagai determinan citra lembaga PAUD. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 11(3), 156–170. <https://doi.org/10.21009/JPUD.112>
- Rodiyah, R., Utari, I. S., Waspia, W., Arifin, R., N, E. P., Niravita, A., & Damayanti, R. (2025). Akselerasi peningkatan kesadaran guru dalam layanan pendidikan prima untuk mendukung Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila. *Community: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 188. <https://doi.org/10.51878/community.v5i1.6457>
- Rokhman, M., Usman, F., Usman, F., Kassim, A. B. H., & Muslihun, M. (2023). Consideration of parents in choosing Islamic schools in the digital era. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 6(3), 403. <https://doi.org/10.31538/nzh.v6i3.4026>
- Sahrani, R., Mursalim, T., & Imanuel, D. (2025). Menjadi orang tua bijak di era digital: Psikoedukasi orang tua siswa Sekolah Kristen Yusuf. *Community: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 287. <https://doi.org/10.51878/community.v5i1.6590>
- Siregar, M. D., & Ansar, A. (2025). Karakterisasi program pendidikan non formal di KB dan TK Iman Al Qurbah. *Manajerial: Jurnal Inovasi Manajemen dan Supervisi Pendidikan*, 5(4), 961. <https://doi.org/10.51878/manajerial.v5i4.7646>
- Sumantri, A., Gadriaman, G., Jayusman, I., & Wibowo, P. (2025). Hubungan visi dan misi sekolah dengan peningkatan mutu kinerja sekolah. *Learning: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(3), 1515. <https://doi.org/10.51878/learning.v5i3.6942>
- Sutarsih, W., Haryati, T., & Wiyono, N. (2024). Peran digitalisasi sekolah terhadap mutu pendidikan. *Learning: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(1), 136. <https://doi.org/10.51878/learning.v4i1.2810>
- Syafril, R. (2023). Profesionalisme pendidik PAUD dalam membangun lingkungan belajar kondusif. *Jurnal PAUD Terpadu*, 6(2), 77–90. <https://doi.org/10.36780/jpaud>
- Syam, A., & Wahyuni, S. (2021). Hubungan kualitas layanan terhadap reputasi lembaga PAUD. *Jurnal Basicedu*, 5(4), 2135–2147. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i4.1118>