

Peran Humas Dalam Pencitraan Publik di Satuan Lembaga Pendidikan

Alfi Nur Azizah¹, Ananta Dwi Mutia¹, Andini Syawalia¹, Ayu Lestari Febmi¹, Berliana Rosy Yulinda Sari^{1*}, Bima Unggul Hendriansyah¹

¹Universitas Negeri Malang

*Corresponding author, email: berliana.rosy.2301316@students.um.ac.id

Kata kunci

Pencitraan Publik
Lembaga Pendidikan
Hubungan Masyarakat

Abstrak

Pencitraan publik merupakan proses yang penting bagi lembaga pendidikan untuk membangun dan mempertahankan citra positif di mata masyarakat membahas tentang pentingnya peran hubungan masyarakat dalam menciptakan citra publik yang positif bagi sebuah lembaga pendidikan. Hubungan masyarakat berperan dalam membangun hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan seperti siswa, orang tua, guru, dan masyarakat umum. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran hubungan masyarakat dalam pencitraan publik di satuan lembaga pendidikan. Metode penelitian ini dengan deskriptif kualitatif. Pengumpulan informasi menggunakan cara observasi dan melakukan wawancara dengan pihak terkait yang bersangkutan yaitu wakil kepala sekolah bidang hubungan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya hubungan masyarakat yang baik, lembaga pendidikan dapat memperoleh dukungan yang kuat dari masyarakat serta meningkatkan reputasinya. Implikasi dari penelitian ini adalah untuk menganalisis ruang lingkup manajemen hubungan masyarakat (humas) di bidang pendidikan dalam pencitraan publik. Hal ini dianggap sebagai faktor kunci dalam mencapai keberhasilan lembaga pendidikan, yang dapat menciptakan kerja sama yang harmonis di antara anggota internal, membangun hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, serta meningkatkan citra positif lembaga. Semua ini berkontribusi pada peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan tersebut. Oleh karena itu, manajemen hubungan masyarakat yang efektif sangatlah penting dalam upaya menciptakan citra publik yang baik bagi lembaga pendidikan.

1. Pendahuluan

Pada Pendidikan merupakan pilar utama dalam menciptakan dan membentuk manusia seutuhnya, yang tidak hanya memiliki kecerdasan intelektual, tetapi juga beradab dan berkualitas tinggi. Dalam konteks globalisasi dan perubahan zaman yang semakin dinamis, pendidikan memiliki peran strategis dalam menciptakan sumber daya manusia (SDM) yang mampu beradaptasi dengan tantangan dan kebutuhan masa depan. Pendidikan mempunyai peran yang sangat besar dalam kemajuan dan perkembangan masyarakat. Maju atau tidaknya suatu golongan masyarakat berkaitan dengan pendidikan yang ada pada masyarakat tersebut. Pendidikan yang ada di suatu masyarakat adalah tanggung jawab masyarakat itu sendiri (Abdullah, 2020).

Manajemen yang baik akan menjadi pondasi kokoh bagi lembaga pendidikan untuk bertahan dan bersaing, baik di tingkat lokal maupun global. Dalam hal ini, kepala sekolah dan seluruh unsur pendidikan lainnya memiliki tanggung jawab besar untuk terus berinovasi dan menerapkan strategi manajemen yang relevan, modern, serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu strategi yang dinilai efektif untuk meningkatkan mutu pendidikan adalah penerapan manajemen hubungan masyarakat atau public relations (PR). Public relations lebih dikenal dengan sebutan humas atau hubungan masyarakat. Keberadaan humas dalam sebuah lembaga menempati posisi yang penting, terlebih lagi di dalam lembaga pendidikan. Hal ini dikarenakan peran humas apabila dilakukan dengan baik, maka sekolah tersebut akan banyak dikenal oleh masyarakat.

Public relation atau humas juga berperan penting dalam menyampaikan informasi mengenai program kerja sebuah lembaga kepada publik. Akan tetapi, masih banyak lembaga yang belum bisa mengoptimalkan peranan humas dalam pengembangan lembaga tersebut. Humas hanya dianggap sebagai media untuk menyampaikan informasi antar lembaga atau sebagai pengantar surat saja. Permasalahan ini mungkin akibat dari kurangnya pemahaman terhadap konsep humas yang utuh secara keseluruhan (Mundiri, 2016:58).

Mulyasa (2005) menyatakan bahwa, "Sekolah dan masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat dalam mencapai tujuan sekolah atau pendidikan secara efektif dan efisien". Untuk dapat mewujudkan keberlangsungan dunia pendidikan yang maju, setiap sekolah harus mengikutsertakan masyarakat bekerja sama dalam memberi masukan ide dan pengelolaan lembaga pendidikan, seperti program-program kebijakan pemerintah. Hal ini dilakukan karena pada dasarnya pendidikan yang dijalankan didasari oleh kebutuhan masyarakat itu sendiri. Oleh sebab itulah, SMAN 3 Malang, berupaya merencanakan dan melaksanakan aktivitas humas dengan berusaha menjalin hubungan yang harmonis dengan lembaga-lembaga lain di luar sekolah dalam rangka meningkatkan mutu pendidikannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami peran Humas di SMA Negeri 3 Malang dalam menjalin hubungan yang erat dengan masyarakat dan pemangku kepentingan, serta mengidentifikasi strategi yang digunakan untuk membangun citra positif sekolah. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis efektivitas media komunikasi yang digunakan Humas dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dan orang tua siswa, mengevaluasi pendekatan yang dilakukan dalam menangani krisis atau kritik, serta mengkaji peran refleksi dan evaluasi dalam pengembangan kualitas sekolah secara berkelanjutan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran menyeluruh tentang kontribusi Humas dalam memperkuat citra sekolah sebagai institusi yang tidak hanya berprestasi secara akademis, tetapi juga berkarakter unggul dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

2. Metode

Penelitian jenis penelitian ini dilakukan dengan mengaplikasikan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan informasi menggunakan cara melakukan wawancara dengan pihak terkait yang bersangkutan. Proses atau prosedur yang dilaksanakan yaitu; wawancara atau tanya jawab dengan Waka Humas SMAN 3 Malang kemudian mendokumentasikan hasil informasi yang didapat berdasarkan observasi dan wawancara. Terakhir adalah memeriksa dan menganalisis data serta membuat penelitian yang berkaitan dengan kepustakaan atau referensi buku (Assinghily, 2021).

Lokasi penelitian ini di SMAN 3 Malang yang terletak di Jl. Sultan Agung No.7, Klojen, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65144. Subjek penelitian merupakan Waka Humas untuk dijadikan sebagai sumber data atau informasi mengenai peran humas dalam pencitraan publik di lokasi penelitian.

Penelitian ini, kami ingin menjangkau masyarakat umum untuk meningkatkan kesadaran tentang peran humas dalam pencitraan publik. Selain itu juga ditujukan kepada pengelola lembaga pendidikan dan staf humas yang berperan penting dalam membangun citra positif sekolah. Sasaran dari artikel ini adalah untuk menyajikan pemahaman yang mendalam mengenai cara-cara humas dapat membangun citra positif lembaga pendidikan dengan menerapkan strategi komunikasi yang efektif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat.

Subjek utama penelitian yaitu Ibu Endah Ariani, M.Pd. selaku wakil Kepala Sekolah bidang Humas di SMAN 3 Malang.

Proses penelitian diawali dengan melakukan studi pendahuluan guna mendapatkan data awal tentang pencitraan publik. Selanjutnya, dilakukan dengan penelitian melalui wawancara kepada Waka Humas SMKN 3 Malang. Wawancara dilakukan peneliti dengan mengajukan pertanyaan secara langsung yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sebelum diajukan, dan setelah itu jawaban jawaban responden terhadap pertanyaan dari peneliti dicatat dan atau direkam dengan alat perekam. Setelah selesai melakukan wawancara selanjutnya kelompok kami melakukan teknik dokumentasi. Dimana teknik dokumentasi ini untuk melengkapi dan mendukung data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara.

Peneliti menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur sebagai alat utama untuk memastikan setiap pembahasan teknik dan media dibahas secara sistematis, namun tetap memberikan fleksibilitas untuk mengeksplorasi informasi baru yang relevan. Lembar wawancara juga digunakan untuk mencatat secara rinci aktivitas yang terjadi selama penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan merupakan proses analisis data dari Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2012), yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/pemeriksaan tentang kebenaran laporan. Analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi teori. Dari hasil analisis data tersebut kemudian akan disajikan dalam bentuk uraian kata-kata dan diuraikan dalam bentuk deskriptif dan ditarik kesimpulan.

3. Hasil dan Pembahasan

Temuan hasil penelitian didasarkan dari hasil wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas di SMAN 3 Malang, maka dapat dianalisis Peran Humas dalam Pencitraan Publik di SMAN 3 Malang adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas di SMAN 3 Malang

Hasil	Deskripsi
UMES SMA Negeri 3 Malang menggunakan berbagai media dan saluran komunikasi	Media atau saluran informasi digunakan untuk menjaga hubungan dengan orang tua siswa agar tetap efektif dan informatif. Media yang digunakan sebagai berikut: 1. Website Sekolah 2. Aplikasi Sekolah 3. WhatsApp Grup 4. Instagram, Youtube dan sosial media lainnya 5. Program SAFE (Smanti Education Festival)
Strategi Promosi di SMA Negeri 3 Malang	Program-program sekolah yang melibatkan banyak orang baik peserta didik, pendidik dan masyarakat sekitar. Selain melalui program sekolah, kontribusi alumni juga menjadi salah satu cara efektif dalam memperkenalkan sekolah
Evaluasi dan Refleksi melalui Unit Manajemen Mutu (UMM)	1. Menyusun instrumen survei. 2. Menyebarkan pengawasan kepada warga sekolah 3. Menganalisis hasil survei dalam bentuk laporan Selanjutnya, hasil survei dan evaluasi tersebut menjadi dasar untuk diskusi bersama antara tim manajemen, yang terdiri dari wakil kepala sekolah, kepala tata usaha (KTU), koordinator UMM, dan kepala sekolah.
Tindak Lanjut Kritik dan Saran	Tim manajemen berkolaborasi untuk menentukan langkah tindak lanjut yang konkret sesuai bidang masing-masing. Dengan pendekatan kolaboratif dan fokus pada perbaikan berkelanjutan, SMA Negeri 3 Malang berkomitmen menjaga citra sekolah sebagai institusi yang berprestasi dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Pengertian Manajemen Humas

Secara umum, pemahaman manajemen merupakan proses yang sistematis yang terdiri dari pelaksanaan fungsi-fungsi dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan

untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pendayagunaan sumber daya yang dimiliki baik itu berupa manusia maupun sumber daya non manusia lainnya (Samsuni: 2017).

Hubungan masyarakat dalam dunia Pendidikan adalah salah satu bagian dari komponen kegiatan manajerial lembaga pendidikan, yang berkaitan dengan terwujudnya kerjasama yang harmonis antara pihak dari lembaga pendidikan dengan masyarakat sebagai salah satu yang menjadi pengguna dari lulusannya. Karena salah satu tugas humas terhadap masyarakat adalah membuat sebuah kepercayaan kepada lembaga pendidikan, yang tentu saja akan berdampak positif seperti menambah perhatian dan kepedulian masyarakat terkait peningkatan kualitas pendidikan, yang pada akhirnya dapat menunjang proses kegiatan belajar mengajar di lembaga pendidikan yang bersangkutan (Ade Zubair dkk: 2018).

Menurut Effendy (2002:23) hubungan masyarakat adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama pemenuhan kepentingan bersama. Sekolah dan masyarakat memerlukan interaksi, saling berkomunikasi sehingga masyarakat mengetahui kegiatan-kegiatan sekolah. Sekolah mengupayakan agar masyarakat tetap ikut bekerja sama dalam kegiatan sekolah, ini dilakukan agar sekolah tersebut tetap diterima di tengah-tengah masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara, Humas di SMA Negeri 3 Malang memiliki peran penting dalam menjalin hubungan dengan masyarakat, yang harus didasari oleh rasa persaudaraan, saling percaya, dan nilai-nilai positif lainnya. Sebagai warga sekolah, berupaya agar keberadaan sekolah tidak hanya bermanfaat bagi siswa dan guru, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, penting untuk membangun hubungan yang erat dengan berbagai pihak, baik masyarakat sekitar, lembaga, perusahaan, maupun orang tua atau wali murid sebagai pemangku kepentingan terdekat.

Humas tidak hanya sekedar memperkenalkan sekolah kepada masyarakat, tetapi juga membangun kerja sama yang saling menguntungkan. Dalam konteks ini, masyarakat tidak hanya terbatas pada lingkungan sekitar sekolah, tetapi juga mencakup komunitas yang lebih luas, termasuk lembaga pendidikan, perusahaan, dan pemangku kepentingan lainnya. Citra yang ingin dibangun oleh SMA Negeri 3 Malang tidak hanya mencakup kecerdasan akademis, tetapi juga karakter yang kuat.

Pengertian Pencitraan Publik

Jefkins (2003:412) pengertian citra sebagai kesan, gambaran atau impresi yang tepat (sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya) mengenai berbagai kebijakan personal, produk, atau jasa-jasa suatu organisasi atau perusahaan. Dari berbagai gambaran yang memberikan kesan yang kuat pada seseorang atau sekelompok orang (masyarakat) tentang suatu sekolah. Dalam hal ini, citra sekolah dapat bersifat positif, dan dapat bersikap negatif. Citra sekolah yang bersifat positif yakni yang menggambarkan citra sekolah unggul dengan berbagai perangkatnya. Upaya pencitraan suatu sekolah dimaksudkan untuk mewujudkan visi dan misi sekolah. Untuk itu, upaya pencitraan suatu sekolah harus merupakan bagian integral dari program sekolah dan berbasis pada visi dan misi sekolah. Dapat disimpulkan, bahwa pencitraan publik sebagai upaya yang dilakukan oleh pihak sekolah dalam menggaet atau menarik minat bagi masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam program pendidikan di sekolah.

Citra adalah gambaran atas perilaku di mata orang lain dan masyarakat tentang kelompok, perusahaan atau instansi. Selain itu, citra merupakan kesan yang diterima oleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta yang didapat melalui informasi. Pada dasarnya citra itu abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari hasil penilaian atas baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan positif maupun negatif atas pendapat masyarakat luas. Upaya membangun citra tidak dapat dicoba pada dikala tertentu saja, namun ialah sesuatu proses yang panjang. Sebab citra ialah seluruh anggapan ataupun objek yang dibangun oleh konsumen dengan metode memproses data dari bermacam-macam sumber selama waktu (Supada, 2020).

Citra yang positif sangat penting karena dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan dari semua pemangku kepentingan, yang ada pada gilirannya akan berkontribusi pada keberhasilan dan perkembangan sekolah. Dewi (2013:30) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa, "Humas memiliki kemampuan membangun citra yang akan berkontribusi pada terwujudnya reputasi organisasi. Singkat kata baik buruknya sebuah organisasi dipengaruhi seberapa maksimal peran humas" (Hendrawanto, 2017). Reputasi yang baik pada suatu organisasi timbul karena adanya kerjasama, saling percaya, dan citra yang baik. (Ruslan Rosady, 2016) mengungkapkan, "Citra sendiri itu adalah tujuan utama dan sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat atau public relations". Menurut terjemahan Collins English Dictionary yang dikutip dalam novel Strategi Public Relations tentang definisi citra selaku sesuatu cerminan tentang mental, serta ide yang dihasilkan oleh imajinasi ataupun karakter yang ditunjukkan kepada publik oleh seorang, organisasi, serta sebagainya (Anggil Risnawati Akmal, Haryati, 2023). Berdasarkan hasil wawancara, SMAN 3 Malang berusaha menciptakan citra positif di hati masyarakat, sehingga masyarakat dapat membuat keputusan untuk mendaftarkan putra-putri mereka masuk Sekolah tersebut. Pembentukan citra ini juga tidak dapat terbentuk secara cepat dan singkat, sebab masyarakat bersifat sensitif dan kritis. Citra negatif biasanya cepat terbentuk, namun citra positif memerlukan waktu yang lama. Oleh karena itu, SMAN 3 Malang secara terus menerus membangun, membentuk, dan mempertahankan citra yang positif. Citra yang ingin dibangun oleh SMA Negeri 3 Malang tidak hanya mencakup kecerdasan akademis, tetapi juga karakter yang kuat.

Peran Humas dalam Pencitraan Publik

Pada dasarnya humas atau public relations sangat dibutuhkan oleh suatu lembaga pendidikan untuk membangun image yang positif (Sinatra & Darmastuti, 2008). Humas dalam sebuah lembaga pendidikan berperan untuk memasarkan dan membangun image yang baik, agar masyarakat percaya pada lembaga pendidikan tersebut. Selain itu humas dalam lembaga pendidikan juga berperan untuk membina dan mengelola hubungan yang baik dengan public internal seperti peserta didik, pendidik dan tenaga kependidikan karena hubungan yang baik dalam internal public internal sangat dibutuhkan untuk membangun dan menjaga lembaga pendidikan itu sendiri. Selain itu humas juga berperan untuk membina dan menjaga hubungan yang baik dengan public eksternal yaitu dengan masyarakat, mitra pendidikan, stakeholder. Untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat humas harus mampu menjaga hubungan baik tersebut dan mendengar keinginan dan opini masyarakat.

Humas mempunyai peran yang sangat penting dalam sebuah lembaga. Pada era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat, komunikasi yang efektif menjadi salah satu kunci kesuksesan bagi setiap organisasi, termasuk institusi pendidikan. Humas wajib bisa memakai serta menggunakan kecanggihan teknologi. Berbagai media online serta bermacam fasilitas jejaring sosial, semacam instagram, website, facebook serta sebagainya. Keseluruhan dengan media sangat efisien dalam mengantarkan pesan-pesan humas sebab guna public relations adalah berhubungan dengan orang ataupun audience luar untuk menciptakan ikatan baik serta melaksanakan pencitraan positif buat industri/lembaga (Meisani, 2023).

Berdasarkan hasil wawancara, SMA Negeri 3 Malang dikenal sebagai sekolah dengan prestasi akademis tinggi, yang menghasilkan lulusan berkualitas dan mampu masuk ke perguruan tinggi terkemuka. Namun, citra yang ingin kami tonjolkan lebih dari sekedar prestasi akademik. Kami ingin membangun karakter siswa yang cerdas, berintegritas, dan memiliki nilai-nilai moral yang baik. Dengan demikian, hubungan yang terjalin dengan masyarakat luas juga harus mencerminkan nilai-nilai ini.

Pembangunan citra positif sekolah, SMAN 3 Malang memilih strategi yang tepat untuk menunjukkan keunggulan dan nilai-nilai yang dimiliki. Melalui kerja sama yang baik antara sekolah, masyarakat, dan pemangku kepentingan, SMA Negeri 3 Malang berkomitmen untuk tetap menjadi sekolah yang berprestasi dan memiliki citra unggul di mata masyarakat. Citra sebagai sekolah favorit harus dijaga dengan terus menunjukkan kualitas dan nilai positif, sehingga setiap orang yang terlibat merasa bangga menjadi bagian dari SMA Negeri 3 Malang.

UMES SMA Negeri 3 Malang menggunakan berbagai media dan saluran komunikasi untuk menjaga hubungan dengan orang tua siswa agar tetap efektif dan informatif. Berikut adalah media yang digunakan:

1. Website Sekolah

Website sekolah menjadi media utama untuk menyampaikan informasi penting secara resmi. Melalui web ini, orang tua dapat mengakses data terkait kegiatan sekolah, informasi siswa, absensi, serta program unggulan lainnya. Web sekolah terus diperbarui secara berkala oleh staf khusus agar informasi tetap relevan dan akurat.

2. Aplikasi Sekolah

UMES memiliki aplikasi khusus yang dirancang untuk menghubungkan siswa, sekolah, dan orang tua. Aplikasi ini memuat informasi absensi siswa, yang diinput secara digital setelah direkap dari data manual oleh guru. Orang tua dapat menghadirkan kehadiran anak mereka langsung melalui aplikasi ini. Jika ada ketidaksesuaian data, mereka dapat mengklarifikasi langsung ke wali kelas.

3. WhatsApp Grup

Grup WhatsApp menjadi media komunikasi yang banyak digunakan oleh wali murid karena kemudahannya. Grup ini dikelola oleh wali kelas untuk menyampaikan informasi sehari-hari terkait kegiatan sekolah maupun informasi lainnya.

4. Instagram dan Media Sosial Lainnya

Untuk menjangkau komunitas yang lebih luas, SMA Negeri 3 memiliki akun Instagram resmi serta akun-akun tambahan yang dikelola oleh OSIS atau ekstrakurikuler. Media sosial ini digunakan untuk mempublikasikan kegiatan siswa, program unggulan, serta prestasi sekolah, seperti jumlah ekskul yang terdaftar atau prestasi dalam berbagai kompetisi.

5. Program Khusus: SAFE (Smanti Education Festival)

Selain media digital, UMES juga memanfaatkan program SAFE sebagai salah satu strategi promosi. Program ini merupakan ajang lomba dan kegiatan edukasi yang melibatkan siswa dari sekolah lain, seperti lomba Bahasa Inggris, Olimpiade Sains, lomba keagamaan, dan lain-lain. Melalui kegiatan ini, citra SMA Negeri 3 sebagai sekolah unggulan semakin diperkuat.

Dengan kombinasi berbagai media dan program, UMES berupaya memastikan hubungan yang baik dengan orang tua serta membangun citra positif di mata masyarakat. Strategi ini juga membantu memperkuat daya tarik sekolah bagi calon siswa baru.

Strategi dalam Pencitraan Publik

Kampanye Sosial sebagai Promosi Tidak Langsung

Kampanye sosial yang melibatkan publik dapat membangun citra positif melalui pendekatan emosional dan kepedulian terhadap isu-isu sosial (Jefkins, 2003). Berdasarkan hasil wawancara SMAN 3 MALANG membuat kampanye seperti program penanaman sejuta pohon pada momen tertentu, seperti perayaan ulang tahun sekolah, merupakan contoh aktivitas berbasis masyarakat yang mendukung pencitraan positif. Kegiatan ini memperlihatkan nilai-nilai yang diusung oleh sekolah, seperti kepedulian lingkungan, yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan reputasi sekolah. Aktivitas ini juga menciptakan koneksi emosional antara sekolah dan masyarakat, sehingga secara tidak langsung menjadi alat promosi yang efektif meskipun tidak menggunakan media formal seperti flyer atau iklan.

Peran Alumni dalam Pencitraan Publik

Kontribusi alumni yang membawa nilai-nilai sekolah ke lingkungan kampus dan tempat tinggal mereka menunjukkan penerapan teori komunikasi organisasi dan word-of-mouth marketing. Menurut Cutlip, Center, & Broom (2006), alumni merupakan key stakeholders yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap sebuah institusi melalui pengalaman pribadi mereka.

Berdasarkan hasil wawancara, Alumni SMAN 3 Malang yang berhasil secara tidak langsung menjadi duta sekolah (informal ambassadors). Mereka mempromosikan sekolah melalui cerita dan pengalaman mereka, yang menciptakan kesan bahwa SMA Negeri 3 Malang adalah institusi pendidikan unggulan. Kesan positif ini terbentuk melalui reputasi yang tercermin dari keberhasilan para alumni.

Evaluasi dan Refleksi melalui Unit Manajemen Mutu (UMM)

HUMAS tidak secara langsung melakukan survei atau evaluasi terhadap perspektif masyarakat, tetapi proses tersebut dikoordinasikan oleh Unit Manajemen Mutu (UMM). UMM bertanggung jawab untuk:

1. Menyusun instrumen survei.
2. Menyebarkan pengawasan kepada warga sekolah, termasuk siswa, guru, tenaga kependidikan, dan orang tua.
3. Menganalisis hasil survei dalam bentuk laporan, seperti diagram atau grafik tingkat kepuasan masyarakat.

Setelah hasil survei diperoleh, HUMAS memberikan informasi tersebut kepada pihak-pihak terkait, seperti guru dan tenaga kependidikan. Selanjutnya, hasil refleksi dan evaluasi tersebut menjadi dasar untuk diskusi bersama antara tim manajemen, yang terdiri dari wakil kepala sekolah, kepala tata usaha (KTU), koordinator UMM, dan kepala sekolah.

Tindak Lanjut Kritik dan Saran

Kritik dan saran yang diterima, baik yang bernada positif maupun negatif, dianggap sebagai bahan berharga untuk pengembangan sekolah. Kritik dijelaskan secara mendalam agar tidak hanya dipandang sebagai keluhan, tetapi juga peluang untuk perbaikan. Tim manajemen berkolaborasi untuk menentukan langkah tindak lanjut yang konkret sesuai bidang masing-masing. Dengan pendekatan kolaboratif dan fokus pada perbaikan berkelanjutan, SMA Negeri 3 Malang berkomitmen menjaga citra sekolah sebagai institusi yang berprestasi dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Ketika ada krisis yang berpotensi merusak citra sekolah, Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas (Waka Humas) tidak bekerja sendiri. Penanganannya tergantung pada bentuk krisis tersebut. Jika menyangkut masalah siswa, langkah pertama yang diambil adalah menilai seberapa serius dampaknya. Jika sudah masuk ranah hukum, maka kasusnya akan diserahkan kepada pihak kepolisian. Namun jika masih dapat diselesaikan di tingkat sekolah, kami bekerja sama dengan tim Bimbingan Karakter (BK), wali kelas, dan bagian Kesiswaan. Misalnya, jika banyak pelanggaran aturan oleh siswa, BK akan mengambil peran utama untuk memberikan pelatihan. Jika situasinya semakin serius, keputusan akhir biasanya ada di tangan kepala sekolah. Kepala sekolah akan menentukan langkah selanjutnya, seperti pemberian sanksi, intensifikasi pelatihan.

Kasus yang melibatkan guru atau tenaga kependidikan, penanganannya berbeda. Masalah guru biasanya langsung diselesaikan oleh kepala sekolah, tanpa melalui BK. Sedangkan masalah yang berkaitan dengan tenaga kependidikan akan ditangani oleh bagian Tata Usaha (TU) dan kepala sekolah. Jika krisis datang dari pihak luar, pihak sekolah menanganinya sesuai dengan situasi. Misalnya, sekolah dapat menutup akses komunikasi dengan pihak yang bermasalah, berkoordinasi dengan pihak yang berwenang, atau mengambil langkah hukum.

Semua kasus, evaluasi dan refleksi adalah bagian penting dari proses penyelesaian masalah. Pihak sekolah selalu melakukan refleksi terlebih dahulu, yaitu menganalisis apa yang terjadi dan apa penyebabnya. Setelah refleksi, memutar langkah-langkah yang telah diambil untuk menentukan

apakah tindakan tersebut efektif. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk tindak lanjut, misalnya memperbaiki pendekatan atau menghapus program yang tidak efektif. Tidak semua program atau tindakan selalu berhasil, sehingga refleksi dan evaluasi membantu kami memperbaiki rencana. Misalnya, jika sebuah program tidak memberikan hasil yang diharapkan, pihak sekolah mungkin memutuskan untuk tidak melanjutkannya pada tahun depan. Sebaliknya, jika program tersebut berhasil, pihak sekolah bisa memperkuat atau menambahkan elemen baru. Proses ini memastikan bahwa sekolah terus belajar dari pengalaman dan meningkatkan kualitas secara berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini telah berhasil mengidentifikasi peran penting hubungan masyarakat (humas) dalam membangun dan menjaga citra positif sebuah lembaga pendidikan, khususnya SMA Negeri 3 Malang. Melalui berbagai strategi komunikasi yang efektif, seperti pemanfaatan media sosial, program-program sekolah, dan keterlibatan alumni, sekolah berhasil menjalin hubungan yang erat dengan masyarakat serta pemangku kepentingan lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas tidak hanya berfungsi sebagai penyebar informasi, tetapi juga sebagai jembatan antara sekolah dan masyarakat. Dengan membangun citra yang positif, sekolah dapat menarik minat calon siswa baru, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan mendapatkan dukungan yang kuat dari berbagai pihak.

Referensi

- Abdullah, H. (2020). Manajemen Berbasis Madrasah. *Jurnal Pemikiran & Pengembangan Pembelajaran*, 2(1).
- Anggil Risnawati Akmal, Haryati, Z. (2023). Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Organisasi. *Jrpp*, 6(1), 4139-4142. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/mmp/article/view/13574>
- Assingily, M. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Panduan Menulis Artikel Ilmiah dan Tugas Akhir)*. Penerbit K-Media.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations*. Pearson.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Frans, Jeffkins (2003). *Public Relations*. (Haris Munandar, Penerjemah). Jakarta: Erlangga.
- Hendrawanto, G. (2017). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMA Negeri 7 Kota Tangerang Selatan. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 408-420. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Jefkins, F. (2003). *Public Relations*. Pearson Education.
- Mulyasa, E. (2005). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mundiri, A. (2016). Strategi Lembaga Pendidikan Islam dalam Membangun Branding Image. *Jurnal Pedagogik*, 3(2).
- Meisani. (2023). Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada PT. Pos Indonesia Di Kabupaten Garut). *Gastronomía ecuatoriana y turismo local.*, 1(69), 5-24.
- Ruslan Rosady. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi (Revisi)*. Rajawali Pers.
- Samsuni Samsuni. "Manajemen Sumber Daya Manusia," *Al-Falah: Jurnal Ilmiah Keislaman dan Kemasyarakatan* 17, no. 1 (2017): 105.
- Sinatra, L & Darmastuti, R. (2008). Kajian Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Tengah. *Jurnal SCRIPTURA*, 2 (2).
- Sirait, M. H. R., Sari, D. M., & Rahmawati, D. (2021). Manajemen Humas Pendidikan dalam Upaya Pencitraan Lembaga Pendidikan Dasar (Sekolah Dasar). *Edu Society: Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 342-349.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.
- Supada, W. (2020). Peran Public Relations Dalam Memangun Pencitraan Positif Organisasi. *Communicare*, 1(1), 92-100.
- Wakhidah, U. S., & Nina, O. (2024). Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah. *Business and Accounting Education Journal*, 5(2), 325-340.
- Yani, A. (2023). Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Dan Lembaga Pendidikan: Bahasa Indoensia. *Jurnal Mumtaz*, 3(2), 150-158.
- Zubair, Feliza, Retasari Dewi, and Ade. "Strategi Komunikasi Publik Dalam Membangun Pemahaman Mahasiswa Terhadap Penerapan Ptnbh." *Profetik Jurnal Komunikasi* 11, no. 2 (2018): 74-84.