

STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH

Fathor Rosi

STAI Nurul Huda Kapongan Situbondo
fathorrosy1991stainh@gmail.com

Agus Nu'man

STAI Nurul Huda Kapongan Situbondo
cupelmyblood5@gmail.com

Sandiko

STAI Nurul Huda Kapongan Situbondo
sandiko1991@gmail.com

Fathor Rozi

Universitas Nurul Jadid Probolinggo
fathorrozi330@gmail.com

Abstrak: This study examines public communication strategies to improve the school's image so that people believe and are interested in sending their children to the institution. This study uses a descriptive qualitative approach. The type of research is a case study with the research location being at SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo. Data collection techniques were carried out by observation and in-depth interviews and then analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and data verification. The results of the research obtained are that the implementation of public

communication at SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo is carried out by preparing a layered strategy which is then realized by conducting internal and external communication (publication to the wider community through print media and social media). The implication is that the public relations of educational institutions must establish communication and cooperation with internal and external parties so that school publications can be realized optimally.

Keywords: Public Communication, School Image.

Pendahuluan

Perkembangan dunia pendidikan akan selalu mengikuti perkembangan zaman, Seiring dengan persaingan di lembaga pendidikan, banyak lembaga pendidikan dalam situasi ini menawarkan berbagai sistem pendidikan untuk menarik orang tua untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut¹. Tidak mungkin memisahkan peran bagian Humas atau Humas dari informasi tentang perkembangan suatu lembaga. Masyarakat akan belajar tentang lembaga pendidikan melalui komunikasi yang jelas dan menarik mengenai program/sekolah.²

Humas (merupakan suatu sektor atau komponen yang wajib dimiliki oleh setiap organisasi, baik komersial maupun non komersial.³ Dalam konteks ini, humas juga memainkan peranan yang penting bagi sebuah lembaga pendidikan untuk melanjutkan eksistensi lembaga serta memunculkan citra yang dapat menarik minat masyarakat⁴. Humas diperlukan sebuah lembaga pendidikan untuk membangun komunikasi dengan para pemangku kepentingannya. Komunikasi yang kondusif akan

¹ Muhammad Mushfi El Iq Bali et al., "Learning Management; Identifying Learning Styles of Language Learners in Madrasah," *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, no. August (2020): 3783–90.

² Muhammad Mukhtar, "Pemasaran Dan Upaya Dalam Mempengaruhi Harapan Stakeholder Dalam Lembaga Pendidikan Islam," *Tarbawi: Jurnal Pendidikan Islam* 14, no. 2 (2017), <https://doi.org/10.34001/tarbawi.v14i2.621>.

³ Dikhorir Afnan, "Fungsi Humas Desa Sebagai Pengelola Informasi Di Era Keterbukaan Informasi Publik," *Jurnal Sosbum Insentif* 2, no. 2 (2019): 153–63, <https://doi.org/10.36787/jsi.v2i2.135>.

⁴ Rosidah Rosidah et al., "Blended Learning Approach in Arabic Learning," *Journal of Physics: Conference Series* 1779, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1779/1/012065>.

menciptakan kerjasama yang akan memudahkan dalam mencapai tujuan lembaga pendidikan.

Hubungan timbal balik antara organisasi (sekolah) dan komunitasnya termasuk dalam hubungan masyarakat, yang diterjemahkan dari kutipan bahasa Inggris⁵. Artinya, interaksi sekolah-masyarakat menjadi proses komunikasi antara sekolah dan masyarakat dalam rangka mencoba menanamkan kesadaran masyarakat akan tuntutan pekerjaan pendidikan dan menggugah keterlibatan dan tanggung jawab masyarakat dalam rangka memajukan sekolah. Tanpa adanya komunikasi, lembaga pendidikan akan kesulitan untuk berkembang sebab harus berjalan sepihak⁶.

Pentingnya komunikasi untuk memajukan sekolah bukanlah tanpa sebab, melainkan bahwa komunikasi tersebut akan menjadi informasi kepada publik serta secara persuasif akan meningkatkan kepercayaan dari masyarakat⁷. Hal itu pula yang penting untuk diperhatikan humas, bahwa komunikasi dengan masyarakat hendaknya dilakukan dengan efektif dan semenarik mungkin untuk menginformasikan dan mempromosikan berbagai program unggulan sekolah. Dengan demikian, akan timbul minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan sekolah dengan menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut. Lebih jauh lagi, ketertarikan masyarakat terhadap program unggulan sekolah juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah pendidikan⁸.

Faktanya, Masyarakat saat ini lebih kritis terhadap lembaga pendidikan dan memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap mereka. Ketika orang memilih lembaga pendidikan, mereka menunjukkan pendekatan kritis ini⁹. Karena sikap masyarakat tersebut, lembaga pendidikan harus bekerja untuk menjaga dan mengembangkan citra

⁵ Dakir et al., "Efforts to Improve Student Learning Outcomes ; Identification of Learning Models in Madrasah," *IEOM Society International*, 2021, 1–6.

⁶ Hannah Mahfuzhah and Anshari Anshari, "Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan," *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2018): 137–49, <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>.

⁷ Umiarso, Zamroni, and Nurul Hidayati, "Improving Children ' s Cognitive Intelligence Through Literacy Management," *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 6, no. 3 (2022): 1588–98, <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i3.1817>.

⁸ Hasan Baharun et al., "Anger Management In Improving Teacher Performance In School," *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 06, no. 01 (2022): 243–53.

⁹ Sutrimo Purnomo, "Pengembangan Sasaran, Visi Dan Misi Hubungan Masyarakat Di Lembaga Pendidikan Berbasis Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Kependidikan* 3, no. 2 (2017): 52–69, <https://doi.org/10.24090/jk.v3i2.899>.

positifnya di mata masyarakat. Karena peran dan fungsi humas tidak dapat dipisahkan dari opini publik, maka penting untuk mengelola humas secara efektif dan efisien, serta memprofesionalkan praktisi humas di lembaga pendidikan tersebut, untuk menjaga citra yang baik.¹⁰

Salah satu kunci pertumbuhan lembaga pendidikan adalah kepercayaan publik.¹¹ Ketika orang memiliki kepercayaan pada lembaga pendidikan, mereka akan sepenuhnya mendukung mereka tidak hanya dengan mendaftarkan anak-anak mereka di dalamnya, tetapi juga dengan membujuk orang lain untuk melakukannya. Sebaliknya, orang yang tidak percaya tidak hanya akan menolak menyekolahkan anaknya, tetapi juga memprovokasi tetangga atau temannya.

Terkait sikap kritis dan kepercayaan masyarakat, jumlah lembaga pendidikan saat ini juga semakin banyak sehingga persaingan antar lembaga juga semakin ketat. Apabila program unggulan sekolah yang menjadi daya tarik masyarakat tidak dipublikasi dengan baik, maka masyarakat pun tidak akan banyak mengetahuinya. Hal tersebut akan berdampak pada jatuhnya kepercayaan masyarakat sebab kalah saing dengan lembaga lain dalam memberikan informasi yang faktual dan menarik¹². Oleh sebab itu, peran humas dalam sebuah lembaga pendidikan atau sekolah sangat diperlukan untuk menjadi media penyebar informasi kepada masyarakat¹³.

Untuk mengatasi problematika tersebut, humas harus membuat strategi pemasaran atau *marketing* agar sekolah dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lain dan daya tarik serta kepercayaan masyarakat terhadap sekolah tersebut semakin meningkat. Dalam konteks ini, Madrasah Aliyah Negeri 2 Probolinggo berupaya melakukan strategi pemasaran sekolah dengan melakukan komunikasi publik agar citra sekolah dapat meningkat. Komunikasi publik dapat menjadi sebuah

¹⁰ Israyati Tresna Ningsih and Hengky Pramusinto, "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMK YPE Sumpiuh Kab. Banyumas," *Economic Education Analysis Journal* 6, no. 2 (2017): 408–20.

¹¹ Dinda Septian Elyus and Muhamad Soleh, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19," *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 09, no. 02 (2021): 281–89.

¹² Nur Arifah, "Manajemen Perubahan Dalam Mewujudkan Madrasah Berprestasi," *Murobbi: Jurnal Ilmu Pendidikan* 4, no. 1 (2020): 58–70, <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>.

¹³ Muhammad Munif, Fathor Rozi, and Moh. Aminullah, "Inovasi Pengembangan Kurikulum Sekolah Berbasis Pesantren Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat," *Manazhim* 3, no. 2 (2021): 183–200, <https://doi.org/10.36088/manazhim.v3i2.1286>.

strategi pemasaran yang menarik sebab tidak hanya mengandalkan komunikasi verbal, tetapi juga mengandalkan seni dan teknologi¹⁴. Terlebih lagi, bidang teknologi di era revolusi industri 4.0 saat ini sudah semakin beragam dan mudah diakses sehingga strategi marketing sekolah dapat menjadi lebih menarik dan diketahui lebih banyak orang¹⁵.

Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo memang tidak hanya mengandalkan berita yang disebar dari mulut ke mulut. Lebih dari itu, humas MA Negeri 2 juga berupaya memaksimalkan kemajuan teknologi dengan cara mempromosikan sekolah melalui majalah sekolah, website, akun Youtube, akun Instagram, serta berbagai brosur dan banner yang banyak disebar menjelang penerimaan siswa baru. Dengan demikian, berbagai program unggulan dan prestasi sekolah dapat diketahui oleh masyarakat luas, bukan hanya siswa SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo.

Agar penelitian ini memperoleh analisis yang mendalam terkait strategi komunikasi publik dalam meningkatkan citra sekolah, maka peneliti juga mengkaji beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini. Misalnya pada penelitian yang dilakukan oleh Masduki Ahmad menyatakan bahwa SMAS Islam Assyafi'iyah 02 Bekasi dapat meningkatkan citra sekolah di masa pandemi covid-19 dengan cara melakukan publikasi online dan offline¹⁶. Publikasi online dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, instagram, dan website sekolah. Sementara publikasi offline dilakukan dengan memanfaatkan spanduk dan banner. Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh Siti Faridah, diketahui bahwa untuk meningkatkan citra publik di masa pandemi covid-19, humas dalam sebuah lembaga pendidikan dapat melakukan strategi marketing dengan mengadakan pameran lembaga pendidikan, layanan konten website dan sosial media, serta program virtual humas internal dan bimbingan konseling secara online¹⁷. Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh Guzman dan Oktarina,

¹⁴ Abd Hamid Wahid, Wiwin Hidayati, and Abdul Talib Bon, "Information Technology in the Development of Language Aspects of Early Childhood," *Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2021, 1–7.

¹⁵ Zamroni et al., "E-Leadership in Education in Improving Teacher Competence in Industrial Revolution 4.0," *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)* 12, no. 4 (2021): 1650–54.

¹⁶ Masduki Ahmad, "Manajemen Hubungan Sekolah Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Masa Pandemi Covid-19," *IMProvement* 8, no. 2 (2021): 55–71.

¹⁷ Siti Faridah, "Strategi Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemi Covid-19," *Edusiana: Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam* 7, no. 02 (2020): 129–39.

diketahui bahwa penggunaan website dan media sosial dapat meningkatkan citra lembaga di mata masyarakat¹⁸.

Terlepas dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dikaji, fokus penelitian ini adalah pada langkah-langkah strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo untuk meningkatkan citra sekolah. Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini tidak menitikberatkan pada upaya meningkatkan citra sekolah ketika pandemi covid-19. SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo telah mengembangkan strategi komunikasi publik melalui media online sejak tahun 2015. Padahal, komunikasi publik umumnya dilakukan oleh lembaga pendidikan swasta yang menyokong dana sendiri tanpa bantuan pemerintah. Sementara SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo tergolong dalam lembaga pendidikan milik pemerintah. Berbagai hal inovatif itulah yang menjadi titik perbedaan dan keunikan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu dan yang lainnya.

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif jenis studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan deskripsi rinci dan mendalam terkait sebuah kondisi. Sebagai sebuah penelitian studi kasus, lokasi penelitian berada di Madrasah Aliyah Negeri 2 Probolinggo. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara mendalam kepada beberapa narasumber terkait seperti kepala madrasah, waka humas, dan ketua redaksi *Yournaler*. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan analisis data dengan cara mereduksi data, menyajikan data, serta memverifikasi atau membuat kesimpulan data¹⁹.

Penelitian terhadap strategi komunikasi publik dalam meningkatkan citra masyarakat penting untuk dilakukan sebab seiring berkembangnya zaman, jumlah lembaga pendidikan semakin meningkat sehingga setiap lembaga harus berlomba-lomba menarik minat masyarakat. Di lain sisi, kemajuan teknologi juga harus dimanfaatkan dengan sebaik mungkin oleh lembaga pendidikan untuk membangun komunikasi publik yang efektif, efisien, serta persuasif²⁰. Maknanya, komunikasi publik perlu dikaji secara mendalam untuk mengetahui

¹⁸ Kurniawan Candra Guzman and Nina Oktarina, "Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga," *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 1 (2018): xxvii–xxviii, <https://doi.org/10.2307/j.ctvckq9v8.7>.

¹⁹ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3/E, third (New York: SAGE Publications, 2013).

²⁰ Dewi Maharani, "Perancangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Pada Sekolah Islam Modern Amanah," *Jurnal Manajemen Informatika Dan Teknik Komputer* 2, no. 1 (2017): 27–32, <https://doi.org/10.31227/osf.io/r9szc>.

strategi-strategi yang dapat digunakan dalam meningkatkan citra sekolah sebab, pelaksanaan komunikasi publik tanpa strategi yang tepat tidak akan memberi hasil yang optimal.

Pembahasan

Untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan secara optimal, humas selaku perencana, pengorganisasi, penggerak, dan pengawas sekolah hendaknya memiliki strategi. Dalam hal ini, sebaiknya menggunakan berbagai taktik berlapis, dimulai dengan bisnis internal dan berlanjut ke kegiatan eksternal, untuk meningkatkan citra sekolah dan mendapatkan kepercayaan publik..

Strategi Komunikasi Publik di SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo

SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo juga menerapkan strategi berlapis dalam melaksanakan komunikasi publik. Berikut ini beberapa lapis strategi komunikasi publik menurut Sofyan Hadi, waka humas SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo.

- a) Menciptakan citra positif bagi sekolah melalui kejujuran, amanah, dan transparansi dalam pengelolaan SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo berbagai inisiatif, termasuk manifestasi praktis dari uang yang diterima dari negara dan masyarakat..
- b) Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah dengan menampilkan prestasi akademik dan non akademik kepada masyarakat umum. Ujian Akhir, peraih medali Olimpiade, dan pemenang karya tulis ilmiah adalah contoh prestasi akademik. Keberhasilan non-akademik antara lain olahraga, Palang Merah Remaja, pramuka, dan organisasi lainnya..
- c) Mensosialisasikan dan mempublikasikan program-program unggulan SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo seperti program akselerasi, kelas tahfidz, dan PRODISTIK (pengembangan ilmu komunikasi dan IT yang bekerja sama dengan Institut Teknologi Sepuluh November Surabaya) kepada masyarakat luas melalui brosur, banner, serta website SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo.
- d) Pada saat menerima raport, hari besar nasional dan keagamaan, wisuda, dan pentas seni, mengajak masyarakat, baik orang-orang tertentu untuk melakukan kegiatan pembinaan di sekolah maupun wali siswa di SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo.²¹.

²¹ Sofyan Hadi, "Strategi Komunikasi Publik," in *Wawancara Waka Humas MA Negeri 2 Probolinggo*, 2022, 2.

Pelaksanaan Komunikasi Publik Internal-Eksternal di SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo

Sementara itu, agar strategi berlapis yang telah direncanakan oleh bagian Humas dapat terlaksana dengan baik, kepala MA Negeri 2 menyampaikan bahwa sekolah juga melakukan komunikasi publik internal dan eksternal. Komunikasi publik internal maupun eksternal ini dilakukan agar baik civitas akademika di SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo maupun masyarakat di luar dapat memahami keunggulan-keunggulan sekolah dengan baik serta menyebarkan informasi tersebut kepada orang terdekat²².

1) Komunikasi Publik Secara Internal (Guru, Karyawan, dan Siswa)

Hubungan antara pimpinan dengan guru, pegawai dengan siswa, dan pegawai lainnya dengan guru yang masih dalam satu lingkungan dengan lembaga pendidikan itu sendiri merupakan pelaksanaan komunikasi masyarakat dalam manajemen kehumasan. Komunikasi internal bertujuan untuk mempererat hubungan agar pekerjaan sehari-hari menjadi lebih mudah dan membina hubungan yang harmonis²³. Selain itu, komunikasi internal dapat membuat setiap orang merasa dihargai dan dibutuhkan oleh sekolah sehingga meningkatkan loyalitas dan produktivitas kerja²⁴.

Adapun komunikasi publik internal yang dilakukan di SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo antara lain;

- a) Memberikan pengertian kepada seluruh civitas akademika SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo agar memiliki keterampilan *public relations*;
- b) Membangun komunikasi yang terfokus dan efektif di dalam kantor pusat perusahaan dan setiap unit kerja;
- c) Pada papan "informasi" di tempat yang sesuai, tuliskan semua informasi..
- d) Menerbitkan berita kegiatan SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo melalui media cetak maupun online. Media cetak di

²² Zainur Arifin, "Paradigma Studi Manajemen Berbasis Madrasah Dan Guru Profesional," *Murobbi: Jurnal Ilmu Pendidikan* 4, no. 1 (2020): 122–50.

²³ Wahidatus Sholeha and Yuliana Anggraini, "Intercultural Communication : Strategy to Improve School Competitiveness Based on Public Demand" 6, no. 4 (2022): 438–47, <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.2123>.

²⁴ Denny Hermawan Pradita and Karwanto, "Pencitraan Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru (Studi Kasus Di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)," *Inspirasi Manajemen Pendidikan* 5, no. 1 (2017).

SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo adalah majalah sekolah yang berjudul *Yournaler*. Sementara media online yang tersedia antara lain website, akun Youtube, dan akun Instagram.

- e) Mengawasi setiap opini publik internal yang muncul bertentangan dengan kebijakan institusi..

Kegiatan ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah warga SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo bersikap acuh tak acuh, atau salah pengertian terhadap setiap kebijakan pimpinan.

2) Komunikasi Publik Eksternal

Komunikasi publik eksternal dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan hubungan dengan masyarakat atau organisasi lain di luar sekolah. Hal ini dilakukan untuk memberikan citra positif kepada SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo sehingga masyarakat akan mempercayai dan mendukung program lembaga pendidikan tersebut. Komunikasi kehumasan eksternal ini meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- a) Menginformasikan kepada masyarakat tentang kegiatan yang akan diselenggarakan dan dikoordinasikan oleh lembaga pendidikan. Hal ini dilakukan dengan menggunakan media sosial, seperti profil Instagram, untuk menyebarkan informasi tentang SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo yang lebih cepat dan mudah diakses oleh banyak orang. Penyebaran informasi dengan memanfaatkan media sosial seperti ini juga dapat dikatakan bahwa SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo telah melakukan kepemimpinan virtual, yakni upaya untuk mempengaruhi orang lain dengan menggunakan teknologi²⁵.
- b) Mendidik wali murid secara intensif tentang akademik, keuangan, dan kebijakan lainnya agar persepsi masyarakat tidak miring.

Kedua tindakan ini dilakukan dengan menggunakan metode berikut:

Pertama, Menulis semua kegiatan di lingkungan SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo melalui majalah *Yournaler* yang terbit setiap triwulan. Sebagai majalah sekolah, *Yournaler* dikelola sendiri oleh siswa SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo yang

²⁵ Eka Diana, Hiflatus Sunnah, and Sri Wahyuni Khoiriyah, "Analisis Efektivitas Kepemimpinan Virtual Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Sekolah Menengah Atas," *Murobbi: Jurnal Ilmu Pendidikan* 5, no. 2 (2021): 237–56.

tergabung dalam ekstrakurikuler jurnalistik²⁶. Adanya ekstrakurikuler jurnalistik yang menghasilkan majalah *Yournaler* juga dapat menjadi wadah pembinaan siswa dalam mengasah kemampuan potensial siswa sehingga prestasi belajar dapat meningkat.

Kedua, Mengunggah prestasi dan kegiatan SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo di akun Instagram, Youtube, maupun Website setiap kali kegiatan sedang atau baru saja dilaksanakan.

Ketiga, Mengadakan konferensi pers bila perlu untuk mengkomunikasikan kebijakan pendidikan baru atau informasi lain yang harus diketahui oleh masyarakat umum. Biasanya, SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo melakukan jumpa pers dengan Radar Bromo maupun Pro TV.

Keempat, menjaga reputasi institusi pendidikan dengan memproduksi konten informasi yang jujur dan objektif. Hal ini dicapai dengan menciptakan pengaturan yang baik dengan pemimpin surat atau perwakilan, pemimpin radio dan televisi, dan pelaporan media palsu.

Apabila berbagai tahapan strategi komunikasi publik di SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo ditampilkan dalam sebuah alur, berikut adalah gambar alur tersebut.



Gambar 1 Langkah-Langkah Strategi Komunikasi Publik SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo

Dengan menerapkan beberapa lapis strategi serta komunikasi internal dan eksternal, SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo selalu menjaga komunikasi publik sehingga citra sekolah meningkat. Hal itu disebabkan kepercayaan masyarakat terhadap SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo semakin tinggi. Maknanya, komunikasi publik dapat menjadi upaya solutif dan efektif untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat umum. Dengan demikian, citra sekolah pun akan naik di mata masyarakat.

²⁶ Dian Putri Amalia, "Majalah *Yournaler*," in *Wawancara Ketua Redaksi Yournaler*, 2022, 2.

Penutup

SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo merupakan sebuah lembaga setingkat SMA yang berada di bawah naungan pemerintah namun tetap berupaya meningkatkan citra sekolah di masyarakat dengan melakukan komunikasi publik. Strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo tidak hanya mengandalkan berita dari mulut ke mulut ataupun brosur yang disebar menjelang penerimaan siswa baru saja. Lebih dari itu, SMP Nurul Huda Peleyan Kapongan Situbondo juga memanfaatkan kemajuan teknologi seperti akun Instagram, Youtube, dan website dalam menyebarkan informasi kegiatan maupun prestasi sekolah kepada masyarakat. Implikasi yang diperoleh yakni humas dalam sebuah lembaga pendidikan harus menguatkan kerjasama dengan pihak di dalam sekolah maupun di luar sekolah agar komunikasi publik dapat berlangsung dengan mudah.

Temuan penelitian ini, bagaimanapun, tidak dapat diterapkan pada lembaga pendidikan lain. Masih banyak pilihan lain yang bisa diterapkan dan dimodifikasi di lingkungan lembaga pendidikan tertentu. Hal tersebut dapat menjadi celah bagi peneliti lain yang hendak mengkaji upaya untuk meningkatkan citra sekolah dengan merujuk pada penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Afnan, Dikhorir. “Fungsi Humas Desa Sebagai Pengelola Informasi Di Era Keterbukaan Informasi Publik.” *Jurnal Sosbum Insentif* 2, no. 2 (2019): 153–63. <https://doi.org/10.36787/jsi.v2i2.135>.
- Ahmad, Masduki. “Manajemen Hubungan Sekolah Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Masa Pandemi Covid-19.” *IMProvement* 8, no. 2 (2021): 55–71.
- Amalia, Dian Putri. “Majalah Yournaler.” In *Wawancara Ketua Redaksi Yournaler*, 2, 2022.
- Arifah, Nur. “Manajemen Perubahan Dalam Mewujudkan Madrasah Berprestasi.” *Murobbi: Jurnal Ilmu Pendidikan* 4, no. 1 (2020): 58–70. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>.
- Arifin, Zainur. “Paradigma Studi Manajemen Berbasis Madrasah Dan Guru Profesional.” *Murobbi: Jurnal Ilmu Pendidikan* 4, no. 1 (2020):

- Baharun, Hasan, Moch Tohet, Qurrotul Aini, and Najmi Nurul Imamah. “ANGER MANAGEMENT IN IMPROVING TEACHER PERFORMANCE IN SCHOOL.” *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 06, no. 01 (2022): 243–53.
- Dakir, Adi Wibowo, Zamroni, Misroto, Ahmad Muqoddam, and Abdul Talib Bon. “Efforts to Improve Student Learning Outcomes ; Identification of Learning Models in Madrasah.” *IEOM Society International*, 2021, 1–6.
- Diana, Eka, Hiflatus Sunnah, and Sri Wahyuni Khoiriyah. “Analisis Efektivitas Kepemimpinan Virtual Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru Sekolah Menengah Atas.” *Murobbi: Jurnal Ilmu Pendidikan* 5, no. 2 (2021): 237–56.
- Elyus, Dinda Septian, and Muhamad Soleh. “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19.” *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 09, no. 02 (2021): 281–89.
- Faridah, Siti. “Strategi Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19.” *Edusiana : Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam* 7, no. 02 (2020): 129–39.
- Guzman, Kurniawan Candra, and Nina Oktarina. “Strategi Komunikasi Eksternal Untuk Menunjang Citra Lembaga.” *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 1 (2018): xxvii–xxviii. <https://doi.org/10.2307/j.ctvckq9v8.7>.
- Hadi, Sofyan. “Strategi Komunikasi Publik.” In *Wawancara Waka Humas MA Negeri 2 Probolinggo*, 2, 2022.
- Iq Bali, Muhammad Mushfi El, Sulton Firdaus, Muallim Wijaya, Rahmatul Aziz Al Mursyidi, Moh Wasil Haqiki, and Zainal Abidin. “Learning Management; Identifying Learning Styles of Language Learners in Madrasah.” *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, no. August (2020): 3783–90.
- Maharani, Dewi. “Perancangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Pada Sekolah Islam Modern Amanah.” *Jurnal Manajemen Informatika Dan Teknik Komputer* 2, no. 1 (2017): 27–32. <https://doi.org/10.31227/osf.io/r9szc>.
- Mahfuzhah, Hannah, and Anshari Anshari. “Media Publikasi Humas

- Dalam Pendidikan.” *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, no. 2 (2018): 137–49. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395>.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook, 3/E*. Third. New York: SAGE Publications, 2013.
- Mukhtar, Muhammad. “Pemasaran Dan Upaya Dalam Mempengaruhi Harapan Stakeholder Dalam Lembaga Pendidikan Islam.” *Tarbawi : Jurnal Pendidikan Islam* 14, no. 2 (2017). <https://doi.org/10.34001/tarbawi.v14i2.621>.
- Munif, Muhammad, Fathor Rozi, and Moh. Aminullah. “Inovasi Pengembangan Kurikulum Sekolah Berbasis Pesantren Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat.” *Manazhim* 3, no. 2 (2021): 183–200. <https://doi.org/10.36088/manazhim.v3i2.1286>.
- Ningsih, Israyati Tresna, and Hengky Pramusinto. “Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMK YPE Sumpiuh Kab. Banyumas.” *Economic Education Analysis Journal* 6, no. 2 (2017): 408–20.
- Pradita, Denny Hermawan, and Karwanto. “Pencitraan Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru (Studi Kasus Di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya).” *Inspirasi Manajemen Pendidikan* 5, no. 1 (2017).
- Purnomo, Sutrimo. “Pengembangan Sasaran, Visi Dan Misi Hubungan Masyarakat Di Lembaga Pendidikan Berbasis Kepuasan Pelanggan.” *Jurnal Kependidikan* 3, no. 2 (2017): 52–69. <https://doi.org/10.24090/jk.v3i2.899>.
- Rosidah, Rosidah, Mamluatun Ni'mah, Hilyatul Masun, Khasyiffah Juaeriyah, and Maimuna. “Blended Learning Approach in Arabic Learning.” *Journal of Physics: Conference Series* 1779, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1779/1/012065>.
- Sholeha, Wahidatus, and Yuliana Anggraini. “Intercultural Communication : Strategy to Improve School Competitiveness Based on Public Demand” 6, no. 4 (2022): 438–47. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i4.2123>.
- Umiarso, Zamroni, and Nurul Hidayati. “Improving Children ’ s Cognitive Intelligence Through Literacy Management.” *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 6, no. 3 (2022): 1588–98. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i3.1817>.

Wahid, Abd Hamid, Wiwin Hidayati, and Abdul Talib Bon. "Information Technology in the Development of Language Aspects of Early Childhood." *Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2021, 1–7.

Zamroni, Moh Rofiki, Fathor Rozi, Chusnul Muali, Imron Hamzah K, Taufiqul Majid, Dahlan Abdullah, et al. "E-Leadership in Education in Improving Teacher Competence in Industrial Revolution 4 . 0." *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)* 12, no. 4 (2021): 1650–54.