



SEMBADHA 2022

PELATIHAN PUBLIC RELATION UNTUK MEMBANGUN CITRA POSITIF SEKOLAH

Bradley Setiyadi^{1*},
Ali Idrus²,
Firman³,
Musyayidah⁴

1, 2, 3, 4) FKIP Universitas Jambi

*Corresponding author
Bradley Setiyadi
Email: bradleysetiyadi@unja.ac.id

Abstrak

Keberadaan *Public Relation* dalam suatu lembaga pendidikan adalah sebagai jembatan atau mediasi antara sekolah dengan publiknya sehingga tiap-tiap unsur dalam sekolah perlu merancang hubungannya dengan berbagai elemen masyarakat agar tercapai hubungan yang serasi dan harmonis. Hubungan antara sekolah dengan publik, melalui kegiatan *Public Relation*, dapat dimaknai sebagai sarana komunikasi yang memberikan informasi tentang sekolah kepada masyarakat. Komunikasi yang baik dapat dirasakan tidak hanya oleh orang tua peserta didik, namun juga masyarakat luar sehingga dapat mempengaruhi publik untuk menjadikannya sekolah favorit. Menerapkan strategi *Public Relation* yang baik adalah salah satu elemen penting untuk meraih kesuksesan tersebut. Memperhatikan hal-hal tersebut di atas, maka Pelatihan *Public Relation* bagi Pengelola Sekolah ini sangatlah penting untuk memberikan pemahaman dan meningkatkan keterampilan pengelola sekolah, baik itu kepala sekolah, wakil-wakil kepala sekolah, bagian kehumasan dan juga guru-guru, dalam bidang *Public Relation* sehingga dapat membantu sekolah dalam membangun citra positif kepada masyarakat. Hasil akhir dari pengabdian ini adalah sekolah dapat membuat rancangan kegiatan *Public Relation* sehingga dapat berguna bagi para pengambil kebijakan di sekolah untuk membangun citra positif sekolah dan meningkatkan mutu pendidikan.

Kata kunci: *Public Relation*, citra positif sekolah, mutu pendidikan

Abstract

The existence of *Public Relations* in an educational institution is as a bridge or mediation between the school and the public so that each element in the school needs to design its relationship with various elements of society in order to achieve a harmonious and harmonious relationship. The relationship between schools and the public, through *Public Relations* activities, can be interpreted as a means of communication that provides information about schools to the community. Good communication can be felt not only by parents of students, but also the outside community so that it can influence the public to make it a favorite school. Implementing a good *Public Relations* strategy is one of the important elements to achieve this success. Taking into account the things above, the *Public Relations Training for School Managers* is very important to provide understanding and improve the skills of school managers, be it principals, vice principals, public relations departments and also teachers, in the field of *Public Relations*. so that it can help schools in building a positive image to the community. The end result of this service is that schools can design *Public Relations* activities so that they can be useful for policy makers in schools to build a positive image of the school and improve the quality of education.

Keywords: *public relation*, *positive school image*, *quality of education*

© 2022 Penerbit PKN STAN Press. All rights reserved

PENDAHULUAN

Sekolah sebagai sebuah lembaga pendidikan harus dapat memberikan citra yang positif kepada publik (masyarakat) sehingga publik mampu memberikan keputusan untuk memasukkan anak-anaknya serta berpartisipasi aktif dalam pengembangan sekolah tersebut. (Afkarina, 2018:50). Hal ini menyebabkan sekolah membutuhkan kegiatan hubungan publik berdasarkan visi misi yang jelas. (Mundiri, 2016:58). Keberadaan *Public Relation* dalam suatu lembaga pendidikan adalah sebagai jembatan atau mediasi antara sekolah dengan publiknya sehingga tiap-tiap unsur dalam sekolah perlu merancang hubungannya dengan berbagai elemen masyarakat agar tercapai hubungan yang serasi dan harmonis.

Dalam suatu lembaga pendidikan (sekolah), *Public Relation* merupakan serangkaian pengelolaan yang berhubungan dengan kegiatan sekolah dan masyarakat yang dimaksudkan untuk mendukung proses pembelajaran sehingga dapat meningkatkan mutu pendidikan. (Baharun, 2015:35). Dengan demikian, sekolah harus memfungsikan manajemen *Public Relation* secara maksimal dalam mewujudkan peran masyarakat dengan menjaga dan meningkatkan hubungan baik yang telah terjalin. (Mukarom & Laksana, 2015:295). Sekolah juga harus dapat meyakinkan masyarakat mengenai peranannya yang sangat besar untuk mencapai tujuan pendidikan serta kehendak dan keinginan masyarakat tersebut.

Public Relation berperan dalam mengkomunikasikan program kerja sekolah kepada publik. (Priandono, 2019:392). Namun dalam perkembangannya, peranan bagian *Public Relation* yang ada di dalam sekolah belum dimaksimalkan dengan baik. *Public Relation*, atau juga biasa disebut sebagai Humas, masih dianggap sebagai penyampai informasi kebutuhan lembaga saja, sehingga kegiatannya hanya bertumpu pada hal-hal yang bersifat administratif seperti surat-menyurat. Oleh karena itu, keberadaan *Public Relation* tidak memberikan pengaruh yang signifikan dalam membangun citra sekolah.

Kesuksesan dari kegiatan *Public Relation* adalah sekolah mendapatkan citra yang baik di masyarakat sehingga mempunyai *brand image* atau karakteristik tersendiri. (Wijaya & Al-Amin, 2020:154). Hubungan antara sekolah dengan publik, melalui kegiatan *Public Relation*, dapat dimaknai sebagai sarana komunikasi yang memberikan informasi tentang sekolah kepada masyarakat. Komunikasi yang baik dapat dirasakan tidak hanya oleh orang tua peserta didik, namun juga masyarakat luar sehingga dapat mempengaruhi publik untuk menjadikannya sekolah favorit. Menerapkan strategi *Public Relation* yang

baik adalah salah satu elemen penting untuk meraih kesuksesan tersebut.

Public Relation diharapkan dapat menyeimbangkan berbagai informasi sehingga tidak merugikan kepentingan dan rencana lembaga sekolah, karena terkait nama baik dan eksistensi lembaga dalam mewujudkan tujuan pendidikan yang telah ditetapkan. (Mahfuzah & Anshari, 2018:142). Dalam kegiatan *Public Relation* di sekolah, terlebih dahulu harus mengenal publik yang menjadi sasarannya sehingga program-program ataupun promosi sekolah yang ditawarkan benar-benar tepat sasaran. Untuk itulah diperlukan sumber daya manusia yang kreatif dan proaktif dalam menjalankannya.

SMK Pembangunan Pertanian Negeri Jambi merupakan sekolah menengah kejuruan yang terletak di Kabupaten Batang Hari, Jambi. Sebagaimana SMK pada umumnya, maka sekolah ini menawarkan pendidikan vokasi atau kejuruan, yaitu di bidang pertanian kepada masyarakat yang ingin menyekolahkan anak-anaknya. Oleh karena itu, SMK Pembangunan Pertanian Negeri Jambi perlu memperkenalkan diri kepada masyarakat mengenai program-program yang ditawarkan dan juga keunggulan dari program tersebut. Memperhatikan hal-hal tersebut di atas, maka Pelatihan *Public Relation* bagi Pengelola SMK Pembangunan Pertanian Negeri Jambi ini sangatlah penting untuk memberikan pemahaman dan meningkatkan keterampilan pengelola sekolah, baik itu kepala sekolah, wakil-wakil kepala sekolah, bagian kehumasan dan juga guru-guru, dalam bidang *Public Relation* sehingga dapat membantu sekolah dalam membangun citra positif kepada masyarakat. Hasil akhir dari pengabdian ini adalah sekolah dapat membuat rancangan kegiatan *Public Relation* sehingga dapat berguna bagi para pengambil kebijakan di sekolah untuk membangun citra positif sekolah dan meningkatkan mutu pendidikan di SMK Pembangunan Pertanian Negeri Jambi.

PEMBAHASAN

Sasaran latih dari kegiatan Pelatihan *Public Relation* ini adalah pengelola SMK Pembangunan Pertanian Negeri Jambi yang terdiri dari:

1. Kepala sekolah
2. Wakil kepala sekolah, terutama bidang Humas atau kerjasama
3. Pendidik atau tenaga kependidikan yang berada di bagian *Public Relation* atau Humas
4. Guru
5. Staf tata usaha

Tabel 1
Materi dan Alokasi Waktu Pelatihan

No	Materi Pelatihan	Instruktur	Tempat
1	Konsep Dasar <i>Public Relation</i>	Dr. Drs. H. Firman, M.Si	SMK-PP Negeri Jambi
2	Komunikasi dalam <i>Public Relation</i>	Bradley Setiyadi, S.Pt., M.Pd	SMK-PP Negeri Jambi
3	Strategi dan Model Pengelolaan <i>Public Relation</i>	Prof. Dr. Ali Idrus, M.Pd., M.E	SMK-PP Negeri Jambi
4	Berbicara di Depan Umum	Musyaiyadah, M.PdI	SMK-PP Negeri Jambi
5	Memberikan Informasi kepada Media	Bradley Setiyadi, S.Pt., M.Pd	SMK-PP Negeri Jambi

Subjek dari pengabdian Pelatihan *Public Relation* adalah pimpinan sekolah, pendidik dan tenaga kependidikan. Pelatihan dilakukan dengan menggunakan berbagai metode yang terdiri dari ceramah, diskusi kelompok besar dan kecil, presentasi individu dan kelompok. Dalam pelatihan ini, semua peserta dilatih baik berkerja secara individu maupun secara kelompok. Metode ceramah digunakan untuk memberikan pengarahan kepada peserta hal-hal yang berhubungan dengan teori tentang *Public Relation*. Sedangkan metode kerja individu dan kelompok digunakan untuk *Public Relation* di sekolah para peserta pelatihan yaitu di SMK Pembangunan Pertanian Negeri Jambi. Materi pelatihan *Public Relation* terdiri dari materi yang berisi pemahaman mengenai *Public Relation* dan keterampilan dasar dalam melaksanakan kegiatan *Public Relation*.

Tugas utama *Public Relation* adalah menciptakan citra positif lembaga yang diwakilinya, dalam hal ini lembaga pendidikan (sekolah). Citra positif itu terbentuk jika masyarakat memiliki persepsi yang positif pula terhadap lembaga pendidikan tersebut. (Pebriany & Sanusi, 2020:93). Agar persepsi masyarakat selalu positif, maka orang-orang yang berkecimpung di dalam *Public Relation* harus selalu menjaga citra lembaga pendidikan (sekolah) yang diwakili. Peran *Public Relation* tersebut merupakan suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara sekolah dan masyarakat sehingga akan memunculkan opini publik yang menguntungkan bagi kehidupan sekolah tersebut.

Untuk mencapai hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan membangun opini publik yang positif, bagian *Public Relation* di sekolah harus memiliki beberapa kemampuan sebagai persyaratan mendasar. (Syam & Hidayat, 2020:7). Kemampuan yang diperlukan itu antara lain:

1. Kemampuan berkomunikasi, baik secara lisan dan tulisan. Kemampuan berkomunikasi secara lisan seperti kemampuan berbicara di depan umum, kemampuan diwawancara sebagai sumber informasi atau narasumber serta kemampuan menyampaikan presentasi yang terbaik guna mendukung keberadaan sekolah di mata masyarakat.
2. Kemampuan memimpin, seperti kemampuan dalam memimpin untuk mengatasi permasalahan di sekolah baik internal maupun eksternal, kemampuan dalam menyusun rencana kegiatan dan melaksanakannya serta kemampuan untuk mengorganisasikan kegiatan *Public Relation*.
3. Kemampuan bergaul, yaitu kemampuan dalam berhubungan dan bekerja sama dengan beragam situasi dan kondisi masyarakat, kemampuan dalam menjaga komunikasi yang baik dengan seluruh elemen masyarakat, memiliki pergaulan yang luas dan dikenal oleh berbagai pihak serta dapat menjadi pembuat berita tentang lembaganya di media massa.
4. Kepribadian yang utuh dan jujur, yaitu dapat menjaga amanah yang diembannya dan dapat menjaga kredibilitasnya sehingga dapat dipercaya untuk menjadi perwakilan dari sekolah dalam menyampaika informasi yang terpercaya dan bernilai tinggi.
5. Kemampuan dalam memberikan ide dan gagasan, yaitu mampu menghasilkan sebuah gagasan yang menarik, memiliki wawasan yang luas, berpikir kreatif dalam mengambil keputusan dan dapat menyampaikannya secara diplomatis serta tetap mengasah keilmuan dan keterampilannya.

Dengan demikian, persepsi publik terhadap sekolah tergantung pada siapa *Public Relation*-nya dan bagaimana karakternya sebagai figur dari perwakilan lembaga yang dinaunginya. (Rahman, 2020:57). Seorang *Public Relation* dalam lembaga pendidikan harus memiliki bekal yang cukup dalam menghadapi publiknya. Selain kemampuan-

kemampuan yang telah dikemukakan sebelumnya, seorang *Public Relation* harus menjadi figur yang meyakinkan penerima informasi, memiliki optimisme, bersikap obyektif terhadap permasalahan sehingga mampu menganalisis dan merasionalkan permasalahan yang terjadi, serta bertanggung jawab terhadap segala aktivitas informasi lembaga yang diwakilinya.

Sekolah perlu banyak memberikan informasi kepada masyarakat tentang program-program yang akan dijalankan serta terus membina hubungan yang baik antara sekolah dan masyarakat. (Suhartono, 2020:46). Oleh karena itu, kegiatan *Public Relation* yang dilaksanakan sekolah memiliki sasaran sebagai berikut:

1. Memajukan kualitas pembelajaran dan meningkatkan mutu pendidikan.
2. Memperkokok tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat, serta menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan sekolah

Kaitan *Public Relation* dengan administrasi pendidikan di sekolah dapat dipandang dari hakikat administrasi itu sendiri, yaitu pengaturan dan pengelolaan (manajemen). Dengan demikian, manfaat *Public Relation* dapat dipandang dari lingkup manajemen dan administrasi pendidikan, yaitu:

1. *Public Relation* adalah realisasi fungsi komunikasi dimana tugasnya merupakan salah satu fungsi manajemen.
2. *Public Relation* adalah bagian dari komponen kegiatan administrasi pendidikan yang realisasi kegiatannya adalah kegiatan yang dilakukan oleh sekolah bersama-sama dengan masyarakat yang diarahkan pada terciptanya hubungan kerjasama yang harmonis antara sekolah dan masyarakat.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan *Public Relation*



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan *Public Relation*

KESIMPULAN

Public Relation berfungsi untuk menarik simpati masyarakat dalam rangka meningkatkan relasi dan animo publik terhadap sekolah sehingga akan membantu sekolah dalam mensukseskan program-program yang dijalankan untuk mencapai tujuan pendidikan yang diharapkan. Dengan demikian, *Public Relation* bermanfaat untuk:

1. Mengatur hubungan dengan orang tua peserta didik, komite sekolah dan stakeholder lainnya.
2. Memelihara dan mengembangkan hubungan sekolah dengan lembaga-lembaga pemerintah, swasta dan organisasi nasional.
3. Memberikan pengertian kepada masyarakat tentang fungsi sekolah melalui berbagai macam teknik komunikasi (narasumber, majalah, surat kabar, dan lain-lain).

PUSTAKA

- Afkarina, N.I. (2018). Strategi Komunikasi Humas dalam Membentuk *Public Opinion* Lembaga Pendidikan. Jurnal Idaarah Volume 2 Nomor 1 hal. 50-63.
- Baharun, H. (2015). Penerapan Pembelajaran *Active Learning* untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa di Madrasah. Jurnal Pendidikan Pedagogik Volume 1 Nomor 1 hal. 34-56.
- Mahfuzhah, H. & Anshari. (2018). Media Publikasi Humas dalam Pendidikan. Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Volume 2 Nomor 2 hal. 137-149.
- Mukarom, Z. & M.W. Laksana. (2015). Manajemen *Public Relation* (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat). Bandung: Pustaka Setia.
- Mundiri, A. (2016). Strategi Lembaga Pendidikan Islam dalam Membangun *Branding Image*. Jurnal Pendidikan Pedagogik Volume 3 Nomor 2 hal. 58-72.
- Pebriany, S.A & N. Sanusi. (2020). Peran Kepala dan Komite Sekolah dalam Membangun Citra Positif Madrasah Diniyah. Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi Volume 01 Nomor 02 hal. 92-101.
- Priandono, F. (2019). Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah di Sekolah Menengah Kejuruan. At-Ta'lim: Media Informasi Pendidikan Islam Volume 18 Nomor 2 hal. 391-410.
- Rahman, F. (2020). Strategi Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam: Peran Humas di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Nurul Jadid Paiton Probolinggo Volume 1 Nomor 2 hal. 56-71.
- Suhartono. (2020). Humas Perspektif Manajemen Berbasis Sekolah. Jurnal Paedagogie Volume 8 Nomor 1 hal. 45-56.
- Syam, A.R & M.C. Hidayat. (2020). Peran Bagian *Public Relation* dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan di Era Otonomi Pendidikan. Tadarus: Jurnal Pendidikan Islam Volume 8 Nomor 1 hal. 1-17.
- Wijaya, I.S & M. Al-Amin. (2020). Strategi *Public Relation* dalam Pengembangan *Brand Image* Sekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Kota Samarinda. Lentera Volume IV Nomor 2 hal. 152-169.