

PERENCANAAN PROGRAM DAN STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF DI SMA 1 BARUNAWATI JAKARTA SEBAGAI LEMBAGA PENDIDIKAN SEKOLAH SWASTA

Amalina Nabila¹

Email: amalina.nabila@students.paramadina.ac.id

¹Universitas Paramadina

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran dan strategi komunikasi Public Relations (PR) dalam meningkatkan citra positif SMA 1 Barunawati Jakarta, sekolah swasta yang menghadapi tantangan seperti anggapan biaya mahal, persaingan dengan sekolah negeri, serta minimnya sumber daya khusus PR. Fokus penelitian adalah penerapan model perencanaan strategis PR dalam empat fase: penelitian formatif, penyusunan strategi, pemilihan taktik, dan evaluasi. Hasil menunjukkan bahwa fungsi PR yang optimal mampu memperkuat hubungan antara sekolah dengan publik internal dan eksternal, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta membangun citra positif. Beberapa strategi kunci termasuk penyelenggaraan kegiatan terbuka, pemanfaatan media sosial untuk promosi, dan pemberian kebijakan beasiswa untuk menarik siswa baru. Meski PR sekolah saat ini dijalankan oleh berbagai pihak tanpa divisi khusus, langkah strategis seperti ini dapat mendukung keberhasilan tujuan pendidikan sekolah. Kesimpulannya, pengelolaan PR yang efektif penting untuk keberlanjutan sekolah swasta, dengan evaluasi rutin sebagai langkah untuk memastikan perbaikan berkelanjutan.

Kata Kunci: Public Relations, Citra Positif, Strategi Komunikasi, Sekolah Swasta, Manajemen Pendidikan.

ABSTRACT

This study discusses the role and communication strategies of Public Relations (PR) in improving the positive image of SMA 1 Barunawati Jakarta, a private school that faces challenges such as the perception of expensive fees, competition with public schools, and minimal PR resources. The focus of the study is the application of a PR strategic planning model in four phases: formative research, strategy development, tactic selection, and evaluation. The results show that optimal PR functions can strengthen the relationship between schools and internal and external publics, increase community participation, and build a positive image. Some key strategies include organizing open activities, utilizing social media for promotion, and providing scholarship policies to attract new students. Although school PR is currently run by various parties without a special

division, strategic steps like this can support the success of the school's educational goals. In conclusion, effective PR management is important for the sustainability of private schools, with regular evaluation as a step to ensure continuous improvement.

Keywords: *Public Relations, Positive Image, Communication Strategy, Private Schools, Educational Management.*

1. PENDAHULUAN

Kehadiran Public Relation atau Humas sangatlah dibutuhkan dalam satu perusahaan untuk membangun image atau citra positif perusahaan tersebut. Namun, kehadiran dan fungsi humas tersebut tidak hanya ada pada perusahaan besar saja akan tetapi juga dibutuhkan oleh sebuah lembaga tidak terkecuali lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan merupakan lembaga tempat berlangsungnya proses pendidikan yang memiliki tujuan untuk mengubah perilaku individu ke arah yang lebih baik dan merupakan tempat untuk menyalurkan ilmu agar mampu bersosialisasi dengan masyarakat nantinya. Karena tujuan lembaga pendidikan sangatlah penting maka diperlukan kerjasama antar elemen-elemen penunjang dari pihak sekolah yang juga memerlukan fungsi manajemen khusus yaitu humas. Keberadaan humas dalam suatu lembaga pendidikan tentunya tidak kalah pentingnya seperti keberadaan humas dalam dunia korporat. Humas dalam lembaga pendidikan merupakan jembatan penghubung antara sekolah dengan publiknya sehingga setiap unsur sekolah perlu membentuk hubungan yang baik pula dengan seluruh elemen masyarakat agar tercapai hubungan yang harmonis, sehingga tujuan pendidikan dalam meningkatkan mutu pendidikan bisa tercapai.

Pengertian Humas/PR menurut Baskin, secara terperinci karakteristik dasar humas membantu organisasi dalam mendefinisikan tujuan dan filosofinya. Oleh karena posisi atau kedudukan humas menjadi bagian dari fungsi manajemen (Otis Baskin, 1992 dalam PPT Public Relation dan Manajemen Komunikasi, Dr. Titis Gandariani). Untuk memperoleh hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dengan relasinya yakni antar sekolah dan masyarakat dibutuhkan upaya perencanaan dan pengorganisasian yang baik maka dibutuhkan fungsi humas di dalamnya. Humas dapat membantu sekolah dalam penyampaian program, kebijakan pendidikan, proses pembelajaran hingga membangun citra/ image sekolah kepada khalayak internal yaitu guru, tenaga pendidik

dan khalayak eksternal yaitu orang tua/wali murid, stakeholder dan masyarakat umum. Good image/reputation dalam hal ini sekolah akan didapatkan jika peran humas diterapkan dengan manajemen yang baik maka tujuan, program dan visi misi pendidikan akan berhasil pula untuk dicapai.

Sekolah SMA 1 Barunawati Jakarta merupakan sekolah swasta yang berdiri dalam naungan Yayasan Sekar Laut PELNI. Sebagai sekolah swasta yang tentu saja tidak luput dari adanya suatu permasalahan atau krisis. SMA 1 Barunawati seringkali menghadapi krisis terutama pada saat masa-masa penerimaan murid baru dimana harus bersaing dengan sekolah negeri lain dan bahkan sekolah swasta sekitar. Sebagai lembaga pendidikan, sekolah swasta tentu saja membutuhkan peran humas sebagai jembatan penghubung antara sekolah dengan relasi-relasinya sehingga tujuan sekolah dapat tercapai dengan baik. Namun, karena kompleksitas manajemen dan kurangnya sumberdaya yang ada di sekolah tersebut, peran humas biasanya dilakukan oleh semua pihak, sehingga akan berdampak pula pada proses penyelesaian yang akan dihadapi. Permasalahan yang sering dihadapi oleh sekolah swasta atau dalam hal ini bisa diartikan sebagai suatu krisis biasanya didapati ketika adanya pergantian tahun ajaran baru. Misal, ketika penerimaan murid baru, sekolah swasta terkadang harus “berebut murid” dengan sekolah negeri yang notabene menggratiskan biaya pendidikannya. Sebagai sekolah swasta sering diabaikan dalam pemilihan tujuan sekolah utama karena dinilai terlalu “mahal”. Apalagi krisis lain yang datang juga berasal dari sekolah swasta lainnya yang merupakan “pesaing” untuk mendapatkan jumlah murid sesuai target sekolah. Sekolah swasta seringkali dianggap sebagai pilihan kedua bagi para orangtua yang ingin menyekolahkan anaknya. Dapat kita rinci beberapa krisis yang sering sekali dihadapi oleh sekolah swasta, diantaranya;

1. Anggapan bahwa sekolah swasta merupakan sekolah “buangan”
2. Perasaan takut bahwa sekolah swasta “mahal” dibandingkan sekolah negeri
3. Sekolah swasta menjadi pilihan kedua orangtua untuk meneruskan pendidikan anaknya

Dibutuhkan citra positif bagi sebuah sekolah agar mampu bersaing dan mempertahankan posisinya dan mampu keluar dari krisis. Apabila krisis ini tidak segera diatasi maka sekolah swasta mungkin tidak akan bertahan lama, bahkan beberapa sekolah swasta akan kehilangan murid sehingga harus tutup. Saat krisis ini terjadi sebetulnya

peran humas sangatlah dibutuhkan. Namun, yang terjadi beberapa sekolah swasta ini terkadang tidak memiliki manajemen humas secara khusus. Oleh karena itu, pentinglah untuk sekolah swasta untuk memiliki divisi atau manajemen humas yang berdiri sendiri. Kini, yang menjadi pertanyaan bagaimana perencanaan program dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh sekolah swasta dalam meningkatkan citra positifnya?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara rinci peran dan strategi komunikasi Public Relations (PR) di SMA 1 Barunawati Jakarta dalam upaya meningkatkan citra positifnya. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan data lapangan, memberikan gambaran nyata tentang strategi yang diterapkan dan kendala yang dihadapi. Penelitian ini berfokus pada eksplorasi proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program PR di sekolah. Penelitian ini menggali bagaimana PR berperan dalam membangun hubungan yang harmonis dengan publik internal (guru, siswa, staf sekolah) dan eksternal (orang tua, masyarakat, stakeholder) untuk meningkatkan reputasi sekolah. Metode ini digunakan untuk menggali informasi dari informan kunci, seperti kepala sekolah dan guru, terkait strategi komunikasi, tantangan yang dihadapi, dan upaya membangun citra positif sekolah. Peneliti mengamati langsung kegiatan sekolah yang berhubungan dengan peran PR, seperti penyelenggaraan kegiatan promosi, pengelolaan media sosial, dan interaksi dengan masyarakat. Analisis terhadap dokumen internal sekolah digunakan untuk memahami implementasi kebijakan PR dan evaluasi dampaknya terhadap citra sekolah.

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan triangulasi metode (wawancara, observasi, studi dokumen) dan triangulasi sumber (membandingkan informasi dari berbagai informan). Penelitian dimulai dengan identifikasi permasalahan sekolah terkait citra dan peran PR, diikuti dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Setelah data dianalisis, disusun rekomendasi untuk meningkatkan peran PR di SMA 1 Barunawati. Metode deskriptif ini memungkinkan peneliti memberikan gambaran rinci tentang peran PR dalam meningkatkan citra positif sekolah serta mengidentifikasi peluang untuk perbaikan strategi komunikasi di masa depan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Humas (Public Relation) dan Fungsi Manajemen di Sekolah

Humas atau PR sangatlah berperan penting dalam fungsi manajemen, tidak terkecuali di sekolah swasta. Karakteristik dasar humas yang berfungsi dalam pencapaian tujuan dan visi misi suatu organisasi, melalui komunikasi dengan publik baik internal maupun publik eksternal yang tentu saja mempengaruhi tujuan organisasi tersebut. Sebuah lembaga pendidikan tentu saja memiliki tujuan organisasi yang sangat penting bagi masyarakat. Fungsinya dalam mencerdaskan anak bangsa merupakan suatu harapan besar pula bagi sebuah negara untuk dapat bersaing di dunia global, hal ini harus diwujudkan oleh sistem manajerial sekolah yang baik dan kerjasama semua elemen masyarakat. PR dapat menjadi penghubung sekolah untuk memperkenalkan program-program unggulan yang menjadi tujuan sekolah, mempromosikan sekolah, menunjukkan keberhasilan-keberhasilan yang diraih sekolah pada orang tua atau wali murid. Sehingga jelas sekali bahwa sekolah membutuhkan dukungan dari berbagai sumber baik berupa ide, tenaga, keikutsertaan dalam setiap kegiatan sekolah agar sekolah menjadi lebih maju.

Dikutip dalam jurnal Lentera Komunikasi Vol 3 No.1 oleh Titis Gandariani, Cutlip menjelaskan empat peran besar PR berdasarkan peran dan fungsinya, yakni sebagai teknisi komunikasi, penentu ahli, fasilitator komunikasi dan fasilitator pemecahan masalah.

1. **Teknisi komunikasi.** Peran humas bertugas dalam menyampaikan dan mengkomunikasikan kebijakan-kebijakan yang diambil dalam organisasi kepada publik. Di sekolah, seorang humas dapat mengambil tanggung jawab ini untuk menyampaikan kebijakan pendidikan kepada orang tua wali murid dan juga masyarakat luas. Selain itu, jika kita menemukan krisis di sekolah dalam permasalahan penerimaan murid baru, tentu saja humas bisa berfungsi untuk memberikan informasi terkait informasi sekolah terbaru. Bagi sekolah swasta yang secara ketat memiliki persaingan dengan sekolah negeri maupun swasta lainnya, humas harus mampu mengembangkan informasi sekolah seperti memperbaharui isi situs web sekolah, pengelolaan media sosial, pamflet dan brosur sekolah serta melakukan penyuntingan majalah sekolah.
2. **Penentu ahli.** Dalam menangani keadaan krisis, humas/PR sebagai seorang ahli harus mampu mendefinisikan akar krisis tersebut kemudian mengembangkan

program dan bertanggung jawab penuh terhadap program yang dibuat sehingga diharapkan mampu untuk menyelesaikan masalah. Kebijakan-kebijakan yang diambil suatu lembaga pendidikan tentu saja harus dipertimbangkan dengan sangat hati-hati. Humas sekolah harus mampu memperhitungkan dampak yang akan mempengaruhi berjalannya organisasi. Contoh, semasa Pandemi Covid-19 lalu, fungsi humas sebagai penentu ahli sangatlah penting. Ketika seluruh aktivitas masyarakat harus berhenti guna menghentikan penyebaran virus, sekolah tentu mengalami krisis dimana pendidikan harus terus berjalan namun ruang geraknya harus dibatasi. Kemudian, humas sekolah memutuskan untuk menggunakan pembelajaran secara daring. Pemerintah melalui Kemdikbud memutuskan agar pembelajaran dilakukan secara *online* atau melalui pembelajaran jarak jauh (PJJ). Humas sekolah kemudian menetapkan penggunaan Google Classroom sebagai bentuk media pembelajaran yang mampu mengatasi krisis dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

3. **Fasilitator komunikasi.** Tentu saja humas/PR merupakan fasilitator komunikasi, yakni bertindak sebagai sumber informasi dan kontak resmi dengan publiknya. Humas sekolah harus menjadi penengah antara sekolah dengan publiknya, kepada orang tua murid, stakeholder, pemerintah melalui forum-forum terkait dan tentu saja bagi masyarakat luas. Humas sekolah juga berperan dalam menetapkan perkembangan hubungan yang telah terjalin sebelumnya dan tentu saja melalui strategi komunikasi dua arah.
4. **Pemecah dan memberi solusi terhadap masalah.** Humas/PR di sekolah haruslah menjadi bagian perencana strategis, dimulai dari perencanaan hingga evaluasi program. Oleh karena itu seorang humas membutuhkan keterampilan yang baik agar dapat memecahkan masalah yang ada di sekolah.

Sayangnya, SMA 1 Barunawati sebagai sekolah swasta tidak memiliki divisi humas/PR dalam sistem manajerial sekolah. Posisi PR di sekolah sering sekali diambil alih oleh pimpinan sekolah, guru mata pelajaran, guru BK, guru IT bahkan Tata Usaha (TU). Hal ini terjadi karena beberapa faktor yang mendasari, salah satu diantaranya adalah kurangnya jumlah sumberdaya manusia yang tidak sebanding dengan *jobdesk* yang diberikan, sehingga dalam satu posisi memiliki *double jobdesk*. Padahal, hal

tersebut bisa saja memperlambat penyelesaian krisis sehingga keberadaan PR sebagai orang pertama dalam mengambil strategi komunikasi untuk penyampaian pesan dan informasi dan masalah pendidikan.

Bisa disimpulkan bahwa, peran Humas sangatlah penting bagi sekolah dalam proses penyelenggaraan pendidikan. Humas atau PR sekolah memiliki peran sebagai komunikator dan penyampai informasi kepada seluruh *stakeholder* baik internal seperti guru dan tenaga kependidikan lain, maupun yang ada di eksternal seperti orangtua wali murid dan siswa. Untuk mencapai sasaran yang diharapkan, seorang PR haruslah menjalankan tupoksinya sesuai dengan peran dan fungsi yang seharusnya. Jika tugas dan fungsi PR dijalankan dengan baik sesuai dengan indikator tertentu maka tujuan sekolah tentu dapat dikatakan berhasil sehingga citra positif tentu akan didapatkan oleh sekolah.

Perencanaan Strategi Humas SMA 1 Barunawati Dalam Menghadapi Krisis

Sekolah, baik sekolah negeri maupun swasta membutuhkan divisi humas untuk mampu mengatasi persoalan yang menyangkut hubungan masyarakat luas yang berkaitan dengan pesan terkait masalah pendidikan. Hal ini membutuhkan proses komunikasi antara pihak sekolah dengan masyarakat luas melalui strategi yang efektif dan efisien. Saat ini, manajemen sekolah memerlukan kerjasama dengan kepentingan sosial melalui pendekatan promosi dan pemasaran. Peran PR sangat penting untuk membangun citra positif sekolah swasta dalam pengelolaan informasi akademik melalui media komunikasi yang beragam.

Sesuai dengan fungsinya, humas berperan sebagai fasilitator masalah. Sebagai fasilitator masalah humas diharapkan mampu mengatasi keadaan krisis yang telah disebutkan dalam latar belakang tersebut melalui strategi-strategi komunikasinya. Menurut Smith terdapat sembilan langkah strategi PR dalam empat tahap yakni; Fase I, *formative research* meliputi analisa situasi, analisa organisasi dan analisa publik. Fase II, menetapkan sasaran dan tujuan, formulasi aksi dan respon strategi dan memilih komunikasi efektif. Fase III, memilih taktik komunikasi dan implementasi perencanaan strategis, dan terakhir Fase IV, evaluasi perencanaan strategis.

Fase I: Formative Research

Pada fase ini humas sekolah diharapkan dapat melakukan riset sebelum program PRnya dilakukan. Terdapat tiga langkah dalam melakukan riset yaitu analisa situasi,

analisa organisasi dan analisa publik yang kemudian akan menghasilkan rumusan masalah krisis.

1. Analisa situasi

Dalam analisa situasi, humas sekolah bekerjasama dengan seluruh warga sekolah yang melibatkan pimpinan yayasan, kepala sekolah, guru, staff dan tenaga kependidikan. Humas mencari informasi tentang gambaran organisasi, seluk beluk peluang dan rintangan ketika akan membuat suatu program dan kebijakan. Beberapa riset yang perlukan dalam analisa situasi diantaranya:

- a. Mengidentifikasi reputasi citra sekolah saat ini di masyarakat, untuk melihat reputasi citra sekolah bisa dilakukan dengan mengamati penilaian di masyarakat. Penilaian bisa didapatkan melalui ulasan di media sosial ataupun bertanya langsung ke warga sekitar.



Gambar 1. Ulasan Citra Sekolah

- b. Menganalisis kekuatan dan kelemahan saluran komunikasi sekolah melalui analisis SWOT.
- c. Mengidentifikasi audiens target utama, termasuk orang tua, siswa, masyarakat sekitar dan pihak yang berkepentingan dan peduli terhadap pendidikan di SMA 1 Barunawati

Tabel 1. Matriks Analisis Swot SMA 1 Barunawati

	PELUANG (O)	TANTANGAN (T)
	a. Adanya beasiswa bagi guru untuk studi lanjut ke jenjang S1 dan S2 b. Adanya kebijakan Pemerintah dalam peningkatan alokasi dana sektor pendidikan yang lebih tinggi. c. Hubungan dan dukungan instansi vertikal di tingkat kabupaten cukup baik. d. Nilai kepercayaan masyarakat umum terhadap SMA relatif meningkat. e. Kondisi sosial, politik dan keamanan relatif stabil	a. Perubahan kurikulum khususnya dilingkungan pendidikan SMA relatif terlalu cepat kurang dibarengi dengan sosialisasi yang komprehensif b. Alokasi anggaran untuk operasional sekolah masih belum cukup. c. Belum semua diterima di PTN atau PTS. d. Perkembangan IPTEK yang berpengaruh terhadap tuntutan kemampuan dan ketrampilan (tenaga yang profesional)
KEKUATAN (S)	(SO)	(ST)
	a. Memberdayakan SDM	a. Meningkatkan kompetensi SDM

a. Manajemen terbuka dan partisipatif b. Kerjasama antar personil cukup baik. c. Sarana laboratorium praktik IPA cukup baik. d. Fasilitas fisik gedung memadai dengan lingkungan sekolah nyaman. e. Sebagian besar tenaga guru berpendidikan S1 dan S2 f. Kelulusan tahun 2019/2020, 100 % g. Jaringan internet telah berfungsi sehingga mudah mengakses berbagai informasi. h. Yayasan Sekar Laut Pelni dan Komite Sekolah sangat peduli dengan	b. Memanfaatkan teknologi informasi secara optimal c. Meningkatkan promosi d. Mengupayakan dukungan dari masyarakat dan pemerintah dalam pembiayaan pendidikan e. optimalisasi pemanfaatan fasilitas gedung dan fasilitas lain	b. Meningkatkan kualitas tamatan c. Meningkatkan pelayanan prima pada pelanggan d. Meningkatkan kemampuan SDM dalam komunikasi dan IT e. Meningkatkan kualitas pendidikan (<i>input, proses, dan output</i>).
--	--	---

peningkatan mutu sekolah i. Kerjasama telah terjalin baik dengan masyarakat setempat, beberapa Institusi dan beberapa Perguruan Tinggi.		
KELEMAHAN (W) a. Belum semua guru memahami kurikulum yang berbasis kompetensi. b. Disiplin waktu masih perlu ditingkatkan. c. Rasio antara jumlah guru dengan jumlah rombongan belajar/kelas belum berimbang d. Kompetensi dan profesionalisme guru masih beragam. e. Sebagian tenaga TU belum memiliki kemampuan sesuai dengan yang diharapkan.	(WO) a. Melatih guru dalam implementasi Pembelajaran dengan pendekatan kompetensi b. Meningkatkan kualitas SDM c. Mengembangkan/menyusun bahan ajar untuk memperlancar proses Pembelajaran d. Optimalisasi pemanfaatan fasilitas e. Meningkatkan hubungan kerjasama f. Mengalokasikan dana berdasarkan skala prioritas	(WT) a. Kegiatan didasarkan pada skala prioritas b. Optimalisasi pemanfaatan fasilitas

f. Jumlah tenaga TU belum sesuai dengan beban kerja.		
g. Pengembangan diri belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan		
h. Lapangan olah raga masih terbatas		
i. Perpustakaan masih konvensional		
j. Jumlah ruang kelas masih terbatas, peminat melebihi jumlah peminat.		

2. Analisa Organisasi

Dalam menganalisa organisasi, humas sekolah diharapkan mampu melibatkan pengamatan terhadap lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Adapun analisa organisasi tersebut meliputi:

- Pengamatan lingkungan internal seperti pemahaman terhadap visi dan misi sekolah. Humas harus memahami terlebih dulu visi dan misi yang ada di SMA 1 Barunawati. Pengamatan terhadap kinerja pembelajaran yang diberikan guru kepada peserta didik dan kinerja guru secara keseluruhan dalam proses pendidikan yang berlangsung di sekolah. Kemudian mengetahui sumberdaya yang dimiliki sekolah, baik itu sumber daya para pengajar dan fasilitas yang ada di sekolah
- Melibatkan persepsi publik terhadap keberlangsungan pembelajaran secara keseluruhan dan citra organisasi
- Pengamatan lingkungan eksternal, humas melakukan pengamatan terhadap kompetitor sekolah baik dari sekolah negeri ataupun sekolah swasta. Kemudian pengamatan terhadap perubahan dan kebijakan pemerintah, dengan melakukan pengamatan pada dinas pendidikan terkait misal, melalui pengawas sekolah dan

selanjutnya pengamatan pada komunitas pendukung organisasi seperti MGMP guru mata pelajaran.

3. Analisa Publik

Melakukan langkah identifikasi publik dari berbagai kelompok yang memiliki interaksi dengan organisasi, diantaranya dengan menganalisa trend sosial serta teknologi yang mempengaruhi pandangan terhadap citra sekolah SMA 1 Barunawati. Humas sekolah dapat melihat berita pembaharuan dalam bidang pendidikan yang mungkin mempengaruhi sekolah.

Fase II: Strategy

Dalam fase ini humas sekolah menyusun perencanaan yang meliputi lanjutan dari fase pertama yakni

4. Menentukan sasaran dan tujuan yang ingin dicapai, setelah melakukan identifikasi di fase 1, humas sekolah dapat menentukan target atau sasaran yang ingin dicapai melalui penerimaan publik terhadap kebijakan-kebijakan yang dibuat sekolah
5. Formulasi aksi dan respon strategi terhadap hasil dari penerimaan publik terhadap sekolah
6. Pemilihan komunikasi yang efektif.

Setelah tahapan tersebut diidentifikasi, humas dapat menentukan strategi yang tepat dalam menyelesaikan krisis. Menurut saya, humas sekolah memiliki perbedaan dengan humas dan PR yang ada dalam perusahaan korporat. Karena sekolah akan lebih tepat menggunakan strategi yang lebih humanis dan respon terbuka dengan dialog konstruktif untuk melakukan kompromi dan memberikan akomodasi. Oleh karena itu, humas SMA 1 Barunawati dapat menerapkan *adaptive strategy* (strategi adaptif) dengan langkah-langkah berikut

- Mengubah kebijakan, untuk mengubah anggapan “mahal” sebagai sekolah swasta, dengan memberikan kebijakan KJP dan mempermudah pemberian beasiswa bagi siswa yang kurang mampu dalam segi ekonomi yang tentu saja dengan kerjasama pemerintah setempat. Memberikan diskon bagi pendaftar penerimaan siswa baru yang mendaftar lebih awal

- Modifikasi operasional, pemberian kemudahan dalam memberikan buku ajar bagi siswa, melalui bahan ajar digital dan kemudahan perolehan wifi secara gratis disekolah
- Kompromi, melalui dialog terbuka mengenai program-program sekolah sehingga publik sekolah mampu memahami kegiatan yang berhubungan dengan proses pembelajaran
- Meluruskan citra sekolah, menganggap bahwa sekolah swasta sebagai sekolah pilihan kedua dan dianggap sebagai “buangan” dengan mengoptimalkan kegiatan sekolah dan pembelajaran. Dengan menempatkan berita positif dan bekerjasama dengan media, humas sangat berperan dalam mengubah citra sekolah.

Fase III: Tactics

Fase selanjutnya adalah tactic memilih tools komunikasi yang akan digunakan. Pada fase ini terdapat dua langkah memilih *tools* pada langkah ini yakni;

7. Memilih taktik komunikasi, pada tahapan ini perencanaan program yakni humas sekolah, memiliki kemampuan untuk memilih jenis alat komunikasi. Menurut Smith (2002), alat komunikasi dikategorikan menjadi empat bagian, yaitu (1) taktik komunikasi interpersonal (2) taktik media organisasi (3) taktik berita media (4) taktik iklan dan media promosi. Pengembangan strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas sekolah SMA 1 Barunawati dapat dilakukan melalui beberapa taktik berikut kedalam tabel berikut:

Kategori <i>Communication Tools</i>	<i>Tools</i>
taktik komunikasi interpersonal	- Mengadakan open house yang melibatkan calon peserta didik baru untuk memamerkan fasilitas, ekstrakurikuler dan program sekolah - Mengadakan event lomba/turnamen antarpelajar - Mengadakan acara keagamaan yang terbuka bagi publik sekitar
taktik media organisasi	- Menyebarkan pamflet dan brosur

	- Publikasi melalui website sekolah - Mendesain ulang dan memperbarui situs web sekolah agar lebih mudah digunakan, informatif dan menarik secara visual - Secara teratur memposting konten yang menarik di platform media sosial (Instagram, Youtube, Whatsapp) yang menginformasikan kepada publik tentang pencapaian siswa, acara sekolah yang akan berlangsung dan inisiatif sekolah terhadap kondisi terkini sebagai bentuk taktik iklan dan media promosi
taktik berita media	- Mempublikasi kegiatan positif sekolah di media massa
taktik iklan dan media promosi	- Memasang spanduk terkait prestasi akademik siswa - Penggunaan seragam dalam setiap kegiatan pendidikan di luar sekolah

8. Implementasi rencana dan strategis. Pada fase ini, humas sekolah dapat membuat rencana implementasi seperti, menetapkan jadwal dan tanggung jawab khusus untuk aktivitas dan tugas kehumasan agar mampu melaksanakan rencana secara efisien. Kemudian, meninjau kemajuan rencana secara teratur dengan menyesuaikan strategi yang tepat dengan kebutuhan program sekolah

Fase IV: Evaluation Research

9. Evaluasi perencanaan strategis. Fase ini terdiri dari hanya satu langkah yang memuat tentang proses evaluasi strategi perencanaan komunikasi dan merupakan lanjutan dari langkah kedelapan. Pada tahap ini, humas sekolah melakukan riset dan evaluasi terhadap keseluruhan perencanaan strategi yang telah berjalan. Beberapa teknik evaluasi yang bisa dilakukan oleh humas SMA 1 Barunawati diantaranya:

- Humas sekolah mengukur dampak aktivitas kehumasan melalui metrik, seperti lalu lintas situs atau website sekolah, keterlibatan dan keaktifan publik di media sosial dan ulasan yang ada dari kotak saran sekolah
- Evaluasi dapat dilakukan dengan mengadakan survei dan sesi umpan balik dengan orang tua, guru, siswa dan staff serta tenaga kependidikan yang ada di sekolah
- Menggunakan perbandingan data pendaftar pada saat penerimaan murid baru tahun lalu dengan tahun yang berjalan setelah perencanaan diterapkan
- Membuat secondary plan dan safety plan guna mempersiapkan organisasi dalam menghadapi krisis

Tentu saja strategi yang dilakukan oleh humas sekolah tidak terlepas dari adanya komunikasi internal dan eksternal. Keterlibatan masyarakat dalam strategi komunikasi seorang humas tidak bisa dilupakan. Kolaborasi dengan bisnis lokal dan organisasi komunitas, menyelenggarakan seminar atau lokakarya dengan orangtua dengan mengangkat topik pengasuhan anak, keberlanjutan pendidikan atau bimbingan karis baik secara online maupun offline. Selain itu, keterlibatan peran alumnus juga berpengaruh pada citra positif sekolah. Membentuk ikatan alumni untuk membina hubungan antar alumni dan sekolah, menyelenggarakan acara reuni guna memperluas *networking* sehingga alumni dapat ikut terlibat dalam kegiatan sekolah. Diharapkan dengan strategi-strategi yang diterapkan oleh humas sekolah dapat membantu peningkatan citra positif sekolah SMA 1 Barunawati sehingga akan berdampak pada penilaian publik

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya peran Public Relations (PR) dalam membangun citra positif di SMA 1 Barunawati Jakarta, sebuah sekolah swasta yang menghadapi berbagai tantangan, seperti anggapan sebagai sekolah mahal, persaingan dengan sekolah negeri, dan keterbatasan sumber daya khusus untuk PR. Dalam upaya mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan reputasi sekolah, strategi komunikasi yang efektif menjadi salah satu kunci keberhasilan. Peran PR di SMA 1 Barunawati sangat strategis dalam menjembatani hubungan antara sekolah dan publiknya, baik internal maupun eksternal. Melalui komunikasi yang terencana, PR dapat membantu sekolah menyampaikan program, kebijakan, dan prestasi kepada khalayak

luas. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa meskipun SMA 1 Barunawati belum memiliki divisi PR khusus, fungsi PR dijalankan oleh beberapa pihak, seperti kepala sekolah, guru, dan staf tata usaha. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran pentingnya komunikasi yang baik, tetapi juga menggarisbawahi kebutuhan akan pengelolaan PR yang lebih terstruktur dan profesional.

Strategi komunikasi yang digunakan meliputi kegiatan promosi seperti open house, publikasi melalui media sosial, dan penyebaran pamflet serta brosur. Selain itu, sekolah juga menggunakan pendekatan adaptif, seperti memberikan beasiswa, mempermudah akses pendidikan melalui bantuan teknologi, dan melibatkan masyarakat dalam berbagai kegiatan sekolah. Strategi-strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan citra sekolah, menarik minat siswa baru, dan memperkuat hubungan dengan masyarakat. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten di bidang PR, kurangnya koordinasi antar-pihak, dan minimnya evaluasi berkelanjutan terhadap program komunikasi yang sudah berjalan. Tanpa evaluasi yang teratur, sulit bagi sekolah untuk mengukur keberhasilan strategi yang telah diterapkan dan memperbaikinya di masa depan. Kesimpulannya, PR memiliki peran vital dalam mendukung keberlanjutan sekolah swasta seperti SMA 1 Barunawati. Melalui perencanaan yang matang, pelaksanaan yang konsisten, dan evaluasi yang menyeluruh, fungsi PR dapat membantu sekolah menghadapi tantangan, meningkatkan reputasi, dan menciptakan hubungan harmonis dengan publik. Untuk mendukung efektivitas ini, disarankan agar SMA 1 Barunawati mempertimbangkan pembentukan divisi PR yang khusus, memperkuat pelatihan untuk tenaga pengelola PR, dan memperluas kolaborasi dengan komunitas maupun stakeholder pendidikan. Dengan demikian, sekolah dapat lebih siap menghadapi persaingan dan terus berkembang sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas

DAFTAR PUSTAKA

- Fraditi, Aditia dan Nirmala Rosa Sari. 2022. Efektifitas Peran Humas Dalam Program Sekolah.
Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol.1, No.2.
- Gandariani, Titis. 2019. PERENCANAAN KRISIS PR: SEBUAH UPAYA STRATEGI KOMUNIKASI MENGATASI KRISIS. *Jurnal Lentera Komunikasi*, Vol. 3, No. 1.
- Fadiyah, Rozanah Ahlam. PERAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA

POSITIF

SEKOLAH DI SD N SOSROWIJAYAN YOGYAKARTA.

https://eprints.uny.ac.id/34499/1/ROZANAH%20AHLAM%20FADIYAH_11101244007.pdf . (Diakses pada 20 April 2024, pukul 7.42 wib)