

MANAJEMEN PUBLIC RELATION DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA DI SMA NEGERI UNGGUL PIDIE JAYA

Salamuddin¹, Hera Yanti^{2(*)}, Sari Rizki³

Universitas Al-Muslim Bireuen Aceh, Indonesia¹²³

Email: salbra140012@gmail.com¹, eya.bireun@gmail.com², sari_riski1986@gmail.com

Abstract

This study aims to describe the management of public relations in improving institutional image at SMA Negeri Unggul Pidie Jaya. The background of the study is based on the increasing competition among educational institutions and the growing public demand for service quality, information transparency, and school credibility. In this context, public relations is viewed as a strategic managerial function that plays an important role in building public trust and a positive institutional image. This research employed a qualitative approach with a descriptive method. The research site was purposively selected at SMA Negeri Unggul Pidie Jaya, Pidie Jaya Regency. Data were collected through in-depth interviews, observation, and document analysis. The research subjects included the principal, vice principals in the areas of curriculum, student affairs, and public relations, as well as teachers and students. Data were analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, which consists of data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings indicate that public relations management at SMA Negeri Unggul Pidie Jaya is implemented systematically through the functions of planning, organizing, implementation, and supervision and evaluation. Public relations planning is developed based on the school's vision and public needs, organizing is carried out through clear task distribution and coordination, implementation is realized through activity publication and active communication with the public, and evaluation is conducted continuously through internal meetings and community feedback. The implementation of effective public relations management contributes positively to the improvement of institutional image, as reflected in school trust and reputation, openness and transparency of communication, and the quality of services and interactions with the public.

Keywords: Public Relations Management, Institutional Image, Leading School, Educational Communication.

(*) Corresponding Author: Salamuddin/ salbra140012@gmail.com

PENDAHULUAN

Setiap institusi pendidikan harus memprioritaskan manajemen agar proses belajar-mengajarnya berjalan lancar. Manajemen hubungan masyarakat pada institusi pendidikan, juga dikenal sebagai Public Relations, adalah penerapan humas dalam pendidikan, khususnya upaya organisasi untuk mengelola hubungannya dengan bisnis atau publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Mardhiah, A. (2020), Public Relations adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan

memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya. Sehingga pengertian Public Relations di sini sebagai suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai upaya kampanye yang berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

Manajemen public relation merupakan elemen yang harus ada karena memiliki peranan penting dalam suatu sekolah. Bagi sekolah yang unggul dan memiliki para stakeholder yang handal dan berkualitas serta manajemen yang bagus akan menjadi hal yang tak begitu mengejutkan.

Namun, sebaliknya bagi sekolah yang memiliki manajemen yang kurang baik dan stakeholder yang kurang berkualitas tentu ini menjadi sebuah ancaman ataupun hambatan. Maka dengan itu suatu sekolah perlu memperbaiki, mempertahankan dan meningkatkan manajemen sekolah, salah satunya manajemen public relation atau lebih dikenal manajemen humas.

Menurut Nasution, D. R., Sermal, S., & Zen, W. L. (2022) manajemen humas merupakan suatu pengelolaan yang berisikan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan untuk menciptakan pengembangan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang bertujuan memungkinkan orang tua dan masyarakat berpartisipasi aktif dan penuh arti di dalam kegiatan pendidikan disekolah. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diartikan bahwa dalam pelaksanaan manajemen humas, orang tua dan masyarakat sekitar sekolah berpartisipasi aktif dalam menunjang kelancaran proses pendidikan.

Persaingan antar lembaga pendidikan di era globalisasi ini ditambah dengan semakin kritisnya masyarakat membuat lembaga pendidikan perlu memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat selaku stakeholder. Lembaga pendidikan tidak menarik siswa, kalau tidak ada informasi mengenai lembaga pendidikan tersebut. Selanjutnya dukungan pihak eksternal sekolah terhadap program sekolahnya dapat terjadi apabila terdapat informasi tentang sekolah yang disampaikan dengan baik berkaitan dengan kemajuan dan prestasi siswa, perkembangan baru dalam kurikulum maupun proses.

Nurul Novitasari. Dkk. (2022), manajemen humas dalam pendidikan merupakan mediator dan membantu organisasi dalam mengembangkan dan memelihara hubungan baik dengan semua pihak dan semua pemangku kepentingan yang ada. Fungsi tersebut harus membangun komunikasi yang efektif dengan mereka. Secara sederhana humas dapat diibaratkan sebagai penyampaian segala informasi, dan di dalam lingkungan pendidikan tentu saja memerlukan hubungan masyarakat agar terjalin komunikasi antara pihak sekolah dan masyarakat.

Hal ini berimplikasi pada munculnya dinamika pola pikir masyarakat menjadi lebih kritis dalam memilih lembaga pendidikan. Hal tersebut menjadi ancaman (threat) besar bagi setiap lembaga pendidikan untuk selalu merubah dan memperbaiki citranya menjadi positif di mata masyarakat.

Sri Ambarwati Cahyaningrum (2022), kehadiran lembaga pendidikan di tengah masyarakat telah memberikan kontribusi logis yang mengacu pada nilai-nilai ilmiah. Sehingga, masyarakat akan lebih cerdas dalam menjalani roda kehidupan, atas dasar itulah masyarakat mulai berfikir cerdas dalam memilih lembaga pendidikan.

Menurut Masduki Ahmad (2021), masyarakat harusnya mampu bersikap kritis dan selektif dalam memilih sekolah untuk pendidikan anak, hal itu dapat menjadi penyebab timbulnya persaingan antar lembaga pendidikan. Oleh karena itu, hubungan sekolah masyarakat penting untuk menjaga dan meningkatkan citra sekolah yang dapat membentuk reputasi yang baik. Semakin kritis dan selektifnya orang tua dalam memilih pendidikan bagi anak terutama pada massa sekarang perlu menjadi perhatian bagi sekolah, terutama ketika sekolah dihadapkan dengan tantangan untuk tetap menjaga reputasinya.

Pada observasi awal yang dilakukan di SMA Unggul Pidie Jaya pada Oktober 2024 bahwa permasalahan yang harus dihadapi dalam upaya meningkatkan Citra Lembaga, salah satu tantangan utama dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Masyarakat saat ini cenderung lebih kritis dan selektif dalam menaruh kepercayaan, sehingga public relations harus bekerja ekstra keras untuk meyakinkan mereka melalui komunikasi yang transparan dan konsisten. Selain itu, menjaga reputasi sekolah juga menjadi perhatian utama, mengingat era digital yang membuat informasi menyebar dengan cepat. Public relations harus sigap dalam mengelola isu-isu dan krisis yang dapat merusak reputasi, serta proaktif dalam memperbaiki citra sekolah di mata masyarakat.

Secara empirik, public relations sendiri juga dihadapkan pada tantangan dalam menyesuaikan strategi komunikasi dengan preferensi dan perilaku masyarakat yang terus berubah. Kehadiran media sosial, misalnya, telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi informasi dan berinteraksi. Public relations harus mampu beradaptasi dengan cepat dan mengoptimalkan penggunaan saluran komunikasi yang relevan untuk menjangkau masyarakat secara efektif.

Selain itu, public relations juga perlu menghadapi tantangan dalam membangun kemitraan yang solid dengan pemangku kepentingan lainnya, seperti media, pemerintah, dan organisasi mitra. Kolaborasi yang efektif dengan pihak-pihak ini dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas SMA Unggul Pidie Jaya di mata masyarakat. Dengan memahami dan mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, manajemen public relations dapat menyusun strategi yang komprehensif untuk meningkatkan Citra Lembaga terhadap sekolah lewat strategi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi manajemen public relation. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan dan pertumbuhan di SMA Negeri Unggul Pidie Jaya dalam jangka panjang.

Menurut Diah Ayu Prabandari dkk. (2021), hubungan lembaga pendidikan dan masyarakat perlu dikelola. Pengelolaan ini merupakan proses mengelola komunikasi terkait keikutsertaan anggota komunitas sekolah dalam pelaksanaan fungsi manajemen. Pengelolaan hubungan masyarakat menjadikan masyarakat tidak hanya sebagai perangkat tetapi juga sebagai bagian dari aktivitas yang dilakukan sekolah. Masyarakat juga akan memiliki kesadaran bahwa ketika mereka tidak berpartisipasi dalam aktivitas sekolah, mereka tidak dapat mengontrol kebijakan sekolah yang ada.

Irma Indriani & Syamsudin. (2023), menyatakan bila dikaitkan dengan pembentukan citra lembaga pendidikan maka kegiatan public relation tidak bisa terlepas dari kegiatan pembentukan opini, marketing maupun publikasi sekolah. Dengan tujuan untuk mengenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat luas sehingga mampu menarik Partisipasi pelanggan ataupun konsumen untuk menggunakan layanan atau jasa yang ditawarkan. Maka, lembaga pendidikan harus mampu menyusun serangkaian program public relation terkait unsur-unsur tersebut dengan memfungsikan manajemen yang baik.

Indriani, D., Budi Wiyono, B., & Yusuf Sobri, A. (2018), menyatakan bahwa tujuan dari adanya hubungan sekolah dan masyarakat tersebut adalah untuk memajukan kesejahteraan masyarakat, mendapatkan bantuan sekolah dalam memecahkan permasalahan dalam masyarakat, dapat memberikan kecocokan antara program sekolah dengan kebutuhan masyarakat, serta mendapatkan kembali anggota-anggota masyarakat yang berdedikasi tinggi.

Menurut Juhji dkk. (2020), pengelolaan humas lembaga pendidikan berfokus pada kegiatan yang membantu lembaga pendidikan dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait kehumasan seperti bagaimana mempromosikan lembaganya kepada masyarakat agar masyarakat percaya dan yakin menyekolahkan anaknya di

lembaga tersebut. Di sini tergambar bahwa manajer humas mempunyai peran sebagai konsultan, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah.

Ada yang menarik ketika melihat kondisi di SMA Unggul Pidie Jaya terkait manajemen hubungan masyarakatnya (public relations) yang lebih akrab dikenal dengan sebutan Hubungan Masyarakat (HUMAS). Dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi rutin serta pengawasan dari kepala sekolah, ternyata manajemen public relation yang langsung dikendalikan oleh Wakil Kepala Sekolah bidang Hubungan Masyarakat menjadi promotor bagi Citra Lembaga dan peserta didik untuk sekolah di SMA Unggul Pidie Jaya.

Berdasarkan tinjauan awal peneliti di SMA Unggul Pidie Jaya mengalami peningkatan grafik dalam hal Citra Lembaga terhadap sekolah. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah peserta didik setiap tahunnya, antusias para wali siswa terhadap kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan pihak sekolah, dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah yang lebih baik lagi.

Wakil Kepala Bidang Hubungan Masyarakat (HUMAS) ternyata memang melaksanakan fungsi manajerial yang rapi, sehingga dari perencanaan, pelaksanaan program dan evaluasi dapat dirasakan dampaknya terhadap Citra Lembaga kepada sekolah. Hal ini lah yang membuat SMA Unggul Pidie Jaya menjadi tumpuan bagi para orang tua dan masyarakat dalam mempercayai untuk memberikan pendidikan kepada anak-anaknya.

Dari hasil tinjauan di atas dapat dipahami bahwa komunikasi yang dilakukan oleh waka humas di SMA Unggul Pidie Jaya memberikan kontribusi positif terhadap kebutuhan masyarakat, sehingga masyarakat terpenuhi kebutuhannya. jadi, dalam hubungan masyarakat SMA Unggul Pidie Jaya mempunyai manajemen tertentu dalam upaya meningkatkan Citra Lembaga dalam lembaga pendidikan, melalui pendekatan-pendekatan dalam Public Relation serta kerjasama yang baik. Sehingga terjadi hubungan timbal balik antara sekolah dengan masyarakat yang saling menguntungkan. Dari uraian di atas peneliti melakukan penelitian mengenai Manajemen Public Relation dalam Upaya Meningkatkan Citra Lembaga pada Lembaga Pendidikan serta dampaknya terhadap Citra Lembaga pada lembaga pendidikan. Betapa pentingnya Manajemen Public Relation dalam Upaya Meningkatkan Citra Lembaga Pada Lembaga Pendidikan di SMA Unggul Pidie Jaya adalah yang melatarbelakangi penelitian ini. Maka, atas dasar latar belakang di atas peneliti mengadakan penelitian dengan judul “Manajemen Public Relation dalam Meningkatkan Citra Lembaga di SMA Unggul Pidie Jaya”.

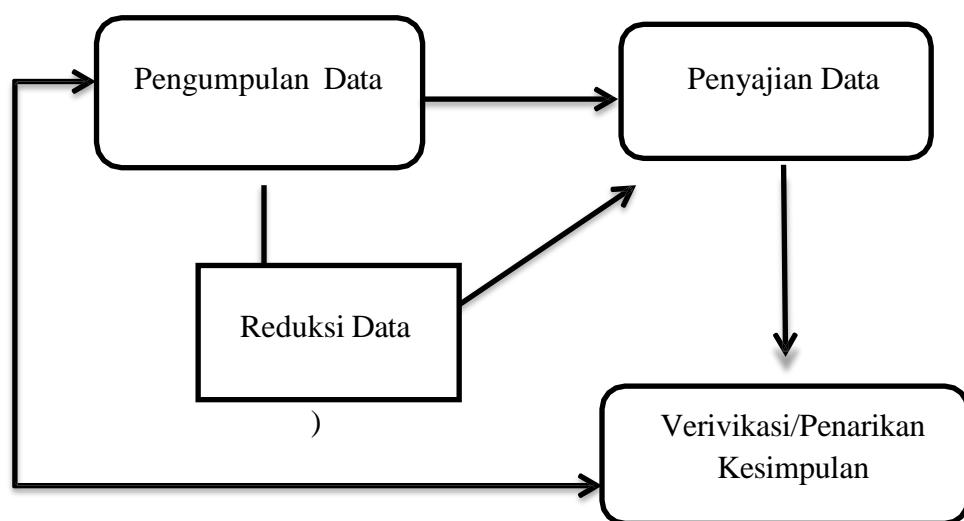
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena data yang disajikan berupa kata-kata. Seperti yang disebut oleh Lexy J. Moleong (2007) tentang pengertian penelitian kualitatif yaitu: “penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan.

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Unggul Pidie Jaya yang beralamat di berlokasi di Jalan Blang Awe – Rungkom, Meureudu, Provinsi Aceh. Adapun waktu penelitian ini terhitung dari tanggal 8 Agustus – 20 November 2025 sampai selesainya proposal ini menjadi Tesis yang nyata. Jadi subjek penelitian fenomena adalah pihak-pihak yang diajukan sebagai sample dalam penelitian yaitu kepala sekolah di SMA Unggul Pidie Jaya, waka kurikulum, waka kesiswaan waka humas, satu perwakilan guru dan siswa di SMA Unggul Pidie Jaya yang mana peran subyek penelitian adalah memberikan informasi serta tanggapan terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti, serta masukan kepada peneliti baik secara langsung

maupun tidak langsung. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Analisis data kualitatif bersifat induksif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh menurut Miles & Huberman (1992), analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersama yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Secara sistematis peroses analisis data menggunakan model analisis data interaktif Milles dan Huberman dapat dilihat pada bagan berikut:



Bagan .1 Model Data Interaktif Milles dan Huberman (1992)

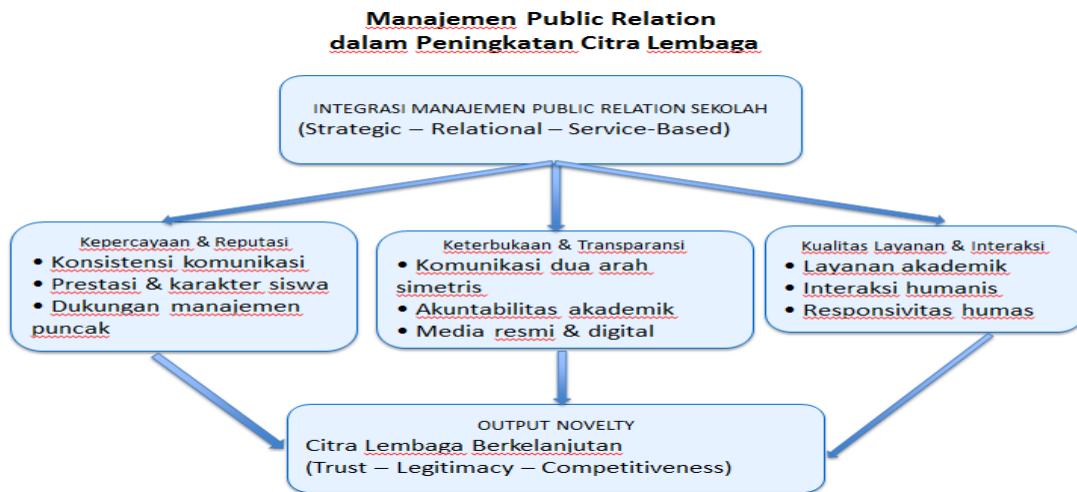
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dalam kajian manajemen *public relation* pendidikan dengan memposisikan *public relation* tidak sekadar sebagai fungsi teknis kehumasan atau aktivitas komunikasi eksternal, melainkan sebagai mekanisme manajerial strategis yang terintegrasi dalam pengelolaan sekolah. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan *public relation* dijalankan secara lintas fungsi oleh kepala sekolah, wakil kepala sekolah, guru, dan tenaga kependidikan. Dengan demikian, *public relation* berperan sebagai sistem koordinatif yang menghubungkan kebijakan, komunikasi, dan praktik layanan pendidikan secara menyeluruhan.

Kebaruan penelitian ini juga terletak pada cara memaknai citra lembaga. Citra lembaga tidak dipahami semata-mata sebagai persepsi publik yang dibentuk melalui publikasi, branding, atau media sosial, tetapi sebagai output langsung dari kualitas manajemen *public relation* yang terintegrasi dengan tata kelola sekolah. Citra lembaga dalam penelitian ini tercermin melalui kepercayaan publik, transparansi informasi, dan kualitas layanan pendidikan yang dialami secara nyata oleh pemangku kepentingan internal dan eksternal. Dengan pemaknaan tersebut, citra lembaga menjadi refleksi dari praktik manajerial dan budaya organisasi sekolah, bukan sekadar hasil strategi komunikasi simbolik.

Secara ilmiah, penelitian ini memperluas khazanah studi manajemen *public relation* di bidang pendidikan dengan menunjukkan bahwa citra lembaga dapat dibangun secara berkelanjutan melalui integrasi fungsi manajemen, partisipasi warga sekolah, dan konsistensi layanan pendidikan. Secara kontekstual, temuan ini memberikan model

pemahaman baru bagi satuan pendidikan, khususnya sekolah negeri, bahwa penguatan citra lembaga tidak harus bergantung pada aktivitas promosi semata, melainkan pada pengelolaan *public relation* sebagai bagian inheren dari sistem manajemen sekolah. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru mengenai hubungan kausal antara manajemen *public relation* dan pembentukan citra lembaga pendidikan.



Gambar. 1 Diagram Novelty

KESIMPULAN

1. Manajemen Public Relation di SMA Negeri Unggul Pidie Jaya dilakukan secara sistematis dan terstruktur, melibatkan seluruh unit sekolah. Pengorganisasian PR menunjukkan koordinasi baik, pembagian tugas jelas, dan keterlibatan warga sekolah sehingga pelaksanaan berjalan efektif. Pelaksanaan PR konsisten melalui berbagai media, publikasi kegiatan, serta keterlibatan warga sekolah sesuai rencana strategis. Pengawasan dan evaluasi PR dilakukan secara berkelanjutan melalui rapat internal dan umpan balik publik untuk perbaikan program.
2. Citra lembaga sekolah tercermin melalui kepercayaan dan reputasi yang terbentuk dari konsistensi program, prestasi siswa, dan komunikasi profesional kepada publik. Keterbukaan dan transparansi komunikasi memastikan informasi jelas dan akuntabel, sementara kualitas layanan dan interaksi ditunjukkan melalui pelayanan profesional, ramah, dan responsif kepada siswa, orang tua, dan masyarakat. Ketiga indikator ini saling mendukung dan diperkuat oleh manajemen PR yang efektif. Dengan demikian, citra sekolah menjadi positif, kuat, dan berkelanjutan..

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Masduki. Skripsi “Manajemen Hubungan Sekolah Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Masa PAndemik Covid -19 “ (Universitas Negeri Jakarta . 2021)

Indriani, D., Budi Wiyono, B., & Yusuf Sobri, A. (2018). Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat Berbasis Islam. JAMP: Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan; Vol 1, No 2 (2018): Volume 1 No 2.

Indriani, Irma, dan Syamsudin Syamsudin. (2023). “Manajemen public relation dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga.” Indonesian Journal of Educational Management and Leadership 1(1): 106– 17. doi:10.51214/ijemal.v1i1.531

- Juhji, dkk. (2020). Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Mardhiah, A. (2020). Eksistensi Public Relations (Hubungan Masyarakat) Pada Suatu Perusahaan (Suatu Tinjauan Public Relations Dalam Perspektif Komunikasi). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 6(2), 91–98
- Moleong, Lexy J. (2007) Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nasution, D. R., Sermal, & Zen, W. L. (2022). Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Orang Tua Peserta Didik Di Sma Negeri 5 Padang. Produ: Prokurasi Edukasi Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 4(2), 45–55.
- Nurul Novitasari dkk, (2022) Pembelajaran Steam Pada Anak Usia Dini, Al Hikmah: Indonesian Journal Of Early Childhood Islamic Education ISSN (P): 2550-2200, ISSN (E): 2550-1100, VOL. 6 (1), 2022, PP. 69 - 82 Cahyaningrum, Sri Ambarwati & Ririn Nuraini. (2022). Strategi Public Relation dalam Mengembangkan Citra Lembaga Madrasah di MAN 2 Ponorogo. Southeast Asian Journal of Islamic Education Management Vol. 3 No.1