

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sekolah sejak dulu telah dikenal sebagai lembaga utama yang dipercaya masyarakat untuk menyelenggarakan kegiatan pendidikan. Seiring perkembangan zaman, masyarakat semakin menyadari kebutuhan mengenyam pendidikan mulai dari pendidikan dasar hingga ke perguruan tinggi. Lembaga pendidikan mengalami persaingan ketat untuk menarik minat masyarakat, di sinilah peran hubungan masyarakat sekolah diperlukan agar masyarakat memiliki kepercayaan untuk menyekolahkan anak-anak mereka di lembaga pendidikan tersebut. Hubungan masyarakat (humas) sekolah ini tidak hanya menjadi tanggung jawab pimpinan lembaga pendidikan saja, akan tetapi juga harus disadari oleh semua unit yang ada di lembaga itu sendiri.

Okafor dan Nwatu dalam jurnalnya menyatakan bahwa “...*once an organization is well packaged and presented positively to the public by the various media of communication; this would boost her image before its public.*”<sup>1</sup> Coruk menjelaskan hasil penelitiannya bahwa “*The image*

---

<sup>1</sup>Ozoemena Christian Okafor, et al., *Public Relations As A Tool for Attaining Educational Institution Objectives In Enugu State (International Journal of Marketing and Management Research, Vol. 9 Issue 3, 2018)*, h. 7.

*acquired as a result of effective public relations practices will provide opportunities for the success and popularity of the school.*"<sup>2</sup> Maka, dapat disimpulkan adanya hubungan masyarakat sekolah mampu meningkatkan persepsi masyarakat tentang citra positif sekolah.

Citra dibentuk dari identitas organisasi atau *corporate identity*. Identitas adalah manifestasi visual dari citra yang disampaikan melalui logo, produk, layanan, bangunan, alat tulis, seragam, dan benda-benda lain yang tampak *tangible*, yang dibuat oleh organisasi untuk berkomunikasi dengan khalayaknya.<sup>3</sup> Sekolah mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk untuk menunjukkan ciri khas sekolah sehingga muncul persepsi baik dari masyarakat memandang suatu sekolah.

Pencitraan sekolah merupakan upaya kolektif yang melibatkan semua unsur yang ada di sekolah, seperti kepala sekolah, pendidik, tenaga kependidikan, dan orang tua peserta didik.<sup>4</sup> Masing-masing unsur tersebut memiliki tugas dan fungsi yang berbeda-beda yang pada akhirnya bertujuan mewujudkan pembangunan citra positif di sekolah. Citra sekolah yang baik akan menjadi salah satu pertimbangan terjadinya

---

<sup>2</sup> Adil Coruk, *School Principals' Opinions about Public Relations Practices on Schools* (International Journal of Progressive Education, Volume 14 Issue 2, 2018), h. 144.

<sup>3</sup> Chusnul Chotimah, Jurnal "Strategi Public Relations Pesantren Sidogiri dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam" (ISLAMICA, VoL. 7 Nomor 1, 2012), h. 205.

<sup>4</sup> Teguh Triwiyanto, "Membangun Citra Sekolah", [http://mbscenter.or.id/site/page/id/390/page\\_action/viewdetail](http://mbscenter.or.id/site/page/id/390/page_action/viewdetail), diakses pada 12 Januari 2020, pukul 22.36 WIB.

pengambilan keputusan orang tua untuk menentukan pilihan terhadap sekolah tersebut.<sup>5</sup>

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 1992 Bab II Pasal 2 yaitu : “Peran serta masyarakat berfungsi ikut memelihara, menumbuhkan, meningkatkan, dan mengembangkan pendidikan nasional.” UU Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 8 juga menyebutkan bahwa : “Masyarakat berhak berperan serta dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi program pendidikan.” Bahkan, dalam pasal 9 disebutkan bahwa “Masyarakat berkewajiban memberikan dukungan sumber daya dalam penyelenggaraan pendidikan”. Maka, dapat dikatakan bahwa kemampuan, kemauan, dan kesempatan partisipasi masyarakat dalam pendidikan didasarkan pada tanggung jawab sekolah untuk memberikan citra positif. Semakin baik persepsi warga sekolah dan masyarakat terhadap citra suatu sekolah, maka semakin tinggi pula partisipasi warga sekolah dan masyarakat terhadap sekolah tersebut.

Sekolah yang berkualitas adalah sekolah yang mampu mengelola hubungan baik dengan masyarakat. Eksistensi *public relation* (hubungan masyarakat) dalam suatu lembaga atau instansi merupakan jembatan (mediasi) penyambung antara lembaga dan publiknya. Perkembangan

---

<sup>5</sup> Siti Maamarah dan Supramono, *Strategi Peningkatan Mutu dan Citra (Image) Sekolah Dasar Negeri di Ungaran, Semarang* (Jurnal Manajemen Pendidikan Universitas Kristen Satya Wacana, Vol. 3 No. 1, 2016), h. 118.

*public relation* bertujuan untuk tiap-tiap organisasi dalam publik perlu mendesain hubungannya dengan berbagai elemen masyarakat, agar tercapai hubungan yang serasi dan harmonis.<sup>6</sup> Dalam manajemen pendidikan di sekolah, hubungan masyarakat (Public Relations) perlu mengoptimalkan citranya agar sekolah mampu menjaga kepercayaan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pendidikan serta untuk meningkatkan kualitas pembelajaran dan kegiatan pendidikan.

Namun demikian, masalah yang terjadi menurut Dian Augustine Nuriman yang merupakan seorang praktisi humas menjelaskan bahwa fungsi kehumasan di sekolah masih terabaikan dikarenakan posisinya yang tidak sentral padahal ketika krisis terjadi peran humaslah yang berada di garis terdepan menjaga citra institusi berhadapan dengan media dan masyarakat. Saat ini yang terjadi sekolah menempatkan humas secara mendadak, padahal ketika terjadi krisis di sekolah, individu yang menjadi humas tidak saja harus paham berkomunikasi namun harus mengerti kondisi sekolah dengan sangat baik.<sup>7</sup> Bismi juga mengatakan bahwa peran ideal hubungan masyarakat (humas) di sekolah dalam kenyataan sehari-hari sering mengalami disfungsi atau tidak sesuai

---

<sup>6</sup> Nur Izza Afkarina, *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan* (JURNAL IDAARAH, VOL. 2, NO. 1, JUNI 2018), h. 51.

<sup>7</sup> Toni Bramantoro, *Sekolah Harus Paham Bagaimana Mengelola Krisis*, <https://www.tribunnews.com/nasional/2016/02/17/sekolah-harus-paham-bagaimana-mengelola-krisis>, diakses pada 24 Januari 2020, pukul 20.44 WIB.

dengan fungsinya. Banyak faktor yang membuat peran humas di sekolah kurang maksimal atau boleh dikatakan tidak berdaya guna. Di antaranya karena bagian humas sekolah tidak tahu tugas dan fungsinya, tidak memiliki kompetensi (keahlian), kewenangannya dibatasi atau tumpang tindih, tidak memiliki anggaran humas.<sup>8</sup>

Pengelolaan pencitraan yang baik akan bermanfaat bagi kedua belah pihak, yakni pihak sekolah dan pihak masyarakat.<sup>9</sup> Pihak sekolah memerlukan pengertian dari masyarakat tentang tujuan kegiatan pendidikan yang ada di sekolah, memberikan fasilitas pertukaran informasi antara orang tua dan guru yang memberikan perhatian penuh terhadap pendidikan anak, serta pihak sekolah mendapatkan opini masyarakat tentang kebutuhan anak dari pertemuan bersama orang tua beserta sosialisasi yang dilakukan. Pihak peserta didik dan orang tua peserta didik memerlukan informasi untuk perkembangan pembelajaran peserta didik, serta mendapatkan pemecahan masalah terhadap hal-hal yang menghambat proses pembelajaran peserta didik.

Sekolah dasar merupakan sekolah formal yang pertama bagi anak. Kenyataan ini sangat penting sebagai penanaman nilai dan norma serta

---

<sup>8</sup> Dedy Purwadi, *Disfungsi Peran Humas di Sekolah*, <https://bangka.tribunnews.com/2011/12/19/disfungsi-peran-humas-di-sekolah>, diakses pada 24 Januari 2020, pukul 20.03 WIB.

<sup>9</sup>Yuning Swastiti, Jurnal "Pelaksanaan Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Sekolah (Studi Kasus di SD Kristen Anak Panah Surabaya)", Jurnal UNESA Vol. 4 No. 2, 2016, h. 2.

sebagai penentu keberhasilan pendidikan selanjutnya.<sup>10</sup> Munculnya sekolah-sekolah negeri dan swasta yang menawarkan banyak keunggulan baik dalam hal akademik maupun non-akademik menambah maraknya persaingan dalam pendidikan.

Banyak penelitian terkait pentingnya “*branding*” dalam persaingan global, namun sebagian besar studi ini masih jarang memiliki relevansi dan penerapan yang lebih tinggi bagi sektor pendidikan seperti yang dikatakan dalam penelitian berjudul “*Exploring Brand Identity, Meaning, Image, and Reputation (BIMIR) in Higher Education: A Special Section*” yang juga menjelaskan bahwa “*there is considerable debate and uncertainty about how to respond to competition and how to capitalize on the opportunities globalization offers*”.<sup>11</sup>

Terdapat pula penelitian berjudul “Pelaksanaan Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Sekolah (Studi Kasus di SD Kristen Anak Panah Surabaya)” yang menggunakan metode studi kasus menjelaskan bahwa usaha peningkatan pelaksanaan hubungan masyarakat harus dikondisikan sesuai dengan kebutuhan dari sekolah dan masyarakat.<sup>12</sup> Media-media yang belum maksimal dan terbatas

---

<sup>10</sup> Ristaulina Verdiyani, Jurnal “*Analisis Animo Masyarakat dalam Memilih Sekolah Anak Di SD Wuluhadeg dan SD IT Assalaam*”, Jurnal PGSD UNY, Edisi 23 Tahun ke-5, 2016, h. 264.

<sup>11</sup> Jane Hemsley-Brown et.al., *Exploring Brand Identity, Meaning, Image, and Reputation (BIMIR) in Higher Education: A Special Section, Journal of Business Research*, Edisi 69 Tahun ke-8, 2016, h.3.

<sup>12</sup> Yuning Swastiti, *Op.Cit.*, h.5.

dalam pelaksanaan hubungan masyarakat mempengaruhi kinerja dari hubungan masyarakat yang ada di sekolah.

Sedangkan penelitian berjudul “Strategi Peningkatan Mutu dan Citra (Image) Sekolah Dasar Negeri di Ungaran, Semarang” yang menggunakan metode deskriptif membahas persepsi orang tua peserta didik tentang mutu sekolah dan citra yang kurang bagus di SDN Ungaran 02 dan 04 Semarang.<sup>13</sup> Permasalahan yang diperhatikan orang tua di antaranya adalah prestasi rendah, kompetensi guru kurang, ekstrakurikuler belum memiliki pembimbing serta faktor lingkungan fisik di luar dan dalam sekolah yang kurang. Maka, sekolah berperan penting untuk mengatur strategi dalam peningkatan mutu dan membangun citra yang positif.

Berdasarkan rangkuman hasil wawancara dengan Bapak Rahmat Riwaldi selaku wakil kepala sekolah bagian kurikulum di SD Muhammadiyah 24, peneliti menemukan bahwa citra yang dibangun di SD Muhammadiyah 24 ialah menonjolkan kurikulum berbasis islam. Citra tersebut berimplikasi pada banyaknya antusiasme masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut.

Hal ini dibuktikan dari data banyaknya jumlah peserta didik keseluruhan yang didapat tahun 2019-2020, SD Muhammadiyah 24

---

<sup>13</sup> Siti Maamarah dan Supramono, *Op.Cit.*, h.119.

memiliki 597 peserta didik. Beberapa prestasi yang telah ditorehkan di SD Muhammadiyah 24 yang terkenal di antaranya juara 1 Olympiade Matematika dan Sains dari Klinik Pendidikan MIPA (KPM) 2018, juara 1 dalam Lomba *Marching Band*, Olympiade Olahraga Siswa Nasional (O2SN) dan Festival Lomba Seni Siswa Nasional (FLS2N) se-Kecamatan Pulogadung 2018, juara 1 Lomba Mendongeng dan Bahasa Arab tingkat nasional 2018, juara 2 Tapak Suci Putera Muhammadiyah (TSPM) tingkat nasional 2018, mendapatkan medali perak dalam *International Mathematics Contest Singapore* (IMCS) 2019, medali perunggu dalam cabang *News Reading in English* ISMU SD/MI di Olympiade Ahmad Dahlan VI 2019 dan lainnya.<sup>14</sup>

Dari hasil observasi pra-penelitian, meskipun SD Muhammadiyah 24 tidak memiliki struktural humas terpisah, citra positif menjadi tanggung jawab seluruh pihak sekolah. Namun, sekolah tetap melakukan berbagai promosi kreatif sesuai dengan kebutuhan. Bentuk promosi yang digunakan dari sekolah tersebut tidak jauh berbeda, seperti menggunakan brosur, memasang spanduk di sekitar wilayah sekolah dan media sosial. Sayangnya, keadaan *website* resmi dari sekolah juga sedang dalam proses perbaikan sehingga tidak digunakan dengan optimal. Cara lain menurut hasil wawancara adalah melalui promosi dari

---

<sup>14</sup> Dokumentasi Peserta Didik SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur

mulut ke mulut (word of mouth) di mana seseorang merekomendasikan sekolah kepada orang lain karena merasa mendapatkan manfaat yang baik dari tempat dirinya atau kerabatnya bersekolah. Ini sangat efektif karena biasanya orang lebih percaya kepada apa yang dikatakan oleh saudara ataupun teman yang sudah merasakan terlebih dahulu.

Penyelenggaraan kegiatan (event) seperti perlombaan, pentas seni, *market day*, malam keakraban (makrab), reuni akbar, sosialisasi dan lainnya yang melibatkan partisipasi masyarakat sangat membantu orang untuk lebih mempercayai kualitas SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur. Kepercayaan yang dibangun secara terus menerus ini pada akhirnya akan menimbulkan minat untuk mengikuti program dan pendidikan yang diajarkan.

Dari sisi fisik yang terlihat, SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur dapat mengelola sarana dan prasarana sekolah dengan baik dan sesuai kebutuhan. Aspek ini penting diperhatikan karena akan memberikan kesan pertama pada orang-orang yang melihatnya. Kemudian, dari sisi kecepatan tanggap (respon) terhadap berbagai persoalan ataupun pertanyaan dari pihak luar sekolah, terlihat bahwa sekolah ini dapat menanggapi dengan ramah dan tidak menyulitkan pihak luar yang membutuhkan informasi. Namun, sekolah tidak memiliki struktural bagian hubungan masyarakat (humas) tersendiri sehingga penanggung jawab berada di kepala sekolah dan Persyarikatan.

Sebagai lembaga pendidikan yang sangat terkait dengan manusia, melalui wawancara terlihat seluruh SDM berupa pengajar dan tenaga kependidikan lain di sekolah ini mengikuti proses seleksi sesuai aturan yang berlaku, ditempatkan sesuai bidang yang dikuasainya, dan diberikan pelatihan dan supervisi secara berkala, hal ini menjadi penentu kualitas belajar mengajar secara keseluruhan. Jumlah pendidik dan tenaga kependidikan baik dengan status tetap maupun tidak tetap di SD Muhammadiyah 24 berjumlah 50 orang.<sup>15</sup>

Selain analisis beberapa hal yang menjadi aspek membangun citra positif tersebut, kemudahan birokrasi dan pengumpulan data menjadi hal-hal yang menarik peneliti untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Peran Hubungan Masyarakat (Humas) Sekolah dalam Membangun Citra Positif di SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur”**.

#### **B. Fokus dan Subfokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, penelitian memfokuskan penelitian kepada peran hubungan masyarakat sekolah dalam membangun citra positif sekolah, dengan subfokus : peran komunikator untuk menciptakan opini publik, peran pembina hubungan

---

<sup>15</sup> Dokumentasi Tenaga Pendidik dan Kependidikan SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur

dengan publik internal dan eksternal, serta peran pembentuk sikap peserta didik di SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur.

### **C. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian di atas, maka ada beberapa pertanyaan yang akan dikaji pada saat penelitian. Adapun pertanyaan penelitiannya antara lain :

1. Bagaimana peran humas sekolah sebagai komunikator dalam mewujudkan opini publik di SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur?
2. Bagaimana peran humas sekolah dalam membina hubungan dengan publik internal dan eksternal di SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur?
3. Bagaimana peran humas sekolah sebagai pembentuk sikap peserta didik di SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peran humas sekolah sebagai komunikator dalam mewujudkan opini publik di SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui peran humas sekolah dalam membina hubungan dengan publik internal dan eksternal di SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur.

3. Untuk mengetahui peran humas sekolah sebagai pembentuk sikap peserta didik di SD Muhammadiyah 24 Jakarta Timur.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memajukan ilmu pendidikan khususnya di bidang hubungan masyarakat (humas) sekolah.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi atau referensi bagi penelitian berikutnya yang berkaitan dengan hubungan masyarakat sekolah.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam dunia pendidikan dan manajemen pendidikan.

##### **2. Manfaat Praktis**

###### **a. Bagi Universitas Negeri Jakarta**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan koleksi bacaan sehingga dapat dijadikan referensi atau acuan dalam meningkatkan dan menambah wawasan pengetahuan yang berkaitan dengan hubungan masyarakat sekolah.

###### **b. Bagi Mahasiswa**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi khususnya yang berkaitan dengan masalah hubungan masyarakat

di sekolah. Selain itu, hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi almamater sebagai bahan referensi kajian untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi Sekolah

Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan masukan untuk mengoptimalkan dan menganalisis pelaksanaan peran hubungan masyarakat agar sekolah dapat dipandang masyarakat lebih maju dan tetap ada untuk ke depannya.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai motivasi berpartisipasi masyarakat dalam kegiatan sekolah demi mewujudkan peran hubungan masyarakat sekolah yang dilaksanakan secara optimal.

