

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (HUSEMAS)

1. Pengertian Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (HUSEMAS)

Hubungan secara sederhana dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi dari seseorang ke orang lain. Penyampaian informasi ini dapat terjadi baik secara perseorangan ataupun secara kelompok.

Hubungan masyarakat atau sering disingkat humas adalah seni menciptakan pengertian public yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau lembaga. Pada dasarnya, humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial.

Humas dalam suatu lembaga pendidikan merupakan rangkaian pengelolaan yang berkaitan dengan kegiatan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dimaksudkan untuk menunjang proses belajar mengajar di lembaga pendidikan bersangkutan sehingga dapat meningkatkan mutu pembelajaran.

Menurut Anne Gregory, “*public relation is the planned and sustained effort to establish and maintain good will and mutual understanding between an organization and its publics*”¹.(humas adalah upaya terencana dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan publiknya)

Selanjutnya, sekolah adalah sebuah lembaga pendidikan yang merupakan suatu wadah atau tempat dimana proses pendidikan itu berlangsung.

Dalam UU Sisdiknas No. 20 tahun 2003, sekolah atau yang disebut sebagai satuan pendidikan adalah kelompok layanan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan pada jalur formal, nonformal dan informal pada setiap jenjang dan jenis pendidikan.

Sedangkan makna masyarakat yang terkait dengan pendidikan, Ngalim Purwanto mengungkapkan bahwa masyarakat merupakan konsep yang mengacu kepada semua individu, kelompok, lembaga, atau organisasi yang berada diluar sekolah sebagai lembaga pendidikan.²

¹ Anne Gregory, *planning and managing pr campaigns*, 2nd edn, (London:kogan page, 2000), h.2.

² Drs. Ngalm Purwanto, *Manajemen Pendidikan, Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 188

Dalam UU Sisdiknas No. 20 tahun 2003 juga menjelaskan bahwa masyarakat adalah kelompok warga negara Indonesia nonpemerintah yang mempunyai perhatian dan peranan dalam bidang pendidikan.

Sebelum kita memahami pengertian Husemas, maka kita perlu memahami apa yang dimaksud dengan Humas.

Husemas atau hubungan sekolah dengan masyarakat diadopsi dari kata *public relation* yang diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia sebagai hubungan masyarakat (humas). Kedua istilah ini akan dipakai secara bergantian itu terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Humas dalam suatu organisasi diciptakan untuk mendukung kegiatan organisasi dalam menjalin hubungan dengan masyarakat demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom, *public relations is the management function that establishes and maintains mutually beneficial relationship between an organization and the publics on whom its success or failure depends.*³ (Public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan organisasi tersebut).

³ Scott M. Cutlip, Allen H Center, Glen M Broom, *Effective Public Relations*, 2005. h 7

Menurut Frank Jefkins, *public relation* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian.⁴

Ibnoe Syamsi yang juga dikutip oleh Suryosubroto, mengatakan bahwa humas adalah kegiatan organisasi untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat agar mereka mendukungnya dengan sadar dan sukarela⁵.

Dari beberapa pengertian humas yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa humas adalah rangkaian kegiatan yang direncanakan sedemikian rupa serta terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur dalam rangka menanamkan kepercayaan dan memperoleh dukungan public sebagai upaya menjalin dan mempertahankan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat.

Perkembangan dan kemajauan sebuah sekolah akan menjadi harapan masa depan masyarakat sekitar. Dimulai dari sekolah inilah akan dilahirkan sumber daya manusia yang berkualitas. Karenanya perlu ada komunikasi yang intensif antara pihak sekolah dengan masyarakat

⁴ Frank Jefkins, *Public Relation*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h.10.

⁵ Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2004), h.155

atau biasa disebut Husemas, *hubungan sekolah-masyarakat*. Dengan maksud apa yang diinginkan masyarakat atau apa yang dibutuhkan masyarakat dapat disampaikan dan diwujudkan dalam proses kegiatan belajar mengajar.

Dalam menjalin hubungan dengan masyarakat, sekolah harus membuka diri dengan masyarakat dan siap menerima masukan, pendapat dari masyarakat. Dengan begitu terjalin kerjasama yang baik antara sekolah dengan masyarakat, Rugaiyah, mengemukakan bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat adalah proses komunikasi antara sekolah dan masyarakat untuk berusaha menanamkan pengertian warga masyarakat tentang kebutuhan karya pendidikan serta pendorong minat dan tanggung jawab masyarakat dalam usaha memajukan sekolah.⁶

Selanjutnya menurut Mulyasa dalam Manajemen Berbasis Sekolah menyatakan:

Hubungan sekolah dengan masyarakat pada hakikatnya merupakan suatu sarana yang sangat berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik di sekolah. Dalam hal ini, sekolah sebagai sistem sosial merupakan bagian integral dari sistem sosial yang lebih besar, yaitu masyarakat. Sekolah dan masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat dalam mencapai tujuan sekolah atau pendidikan secara efektif dan efisien.⁷

⁶ DR. HJ. Rugaiyah, M.Pd, Profesi Kependidikan dalam Perspektif Manajemen Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.93

⁷ Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya), h.50

Kindred Leslie dalam Tim Dosen AP UPI mengemukakan:

*School public relation is a process of communication between the school and community for purpose of the increasing citizen understanding educational needs and practices and encouraging intelligent citizen interest and cooperation in the work of improving the school.*⁸

“husemas adalah suatu proses komunikasi antara sekolah dan masyarakat dengan tujuan meningkatkan pengertian anggota masyarakat tentang kebutuhan dan praktek pendidikan, serta mendorong minat dan kerja sama para anggota masyarakat dalam rangka usaha memperbaiki sekolah”.

Menurut Suryosubroto, *public relation* sekolah memperoleh sebutan tersendiri yang lebih dikenal sebagai publisitas sekolah. Sama halnya dengan Humas, publisitas sekolah ialah segala aktivitas yang diwujudkan untuk menciptakan kerjasama yang harmonis antara sekolah dengan publiknya, dengan melalui usaha memperkenalkan sekolah beserta seluruh kegiatan-kegiatannya kepada masyarakat untuk memperoleh simpati dan pengertian mereka.⁹

Soetjipto dan Rafli Kosasi dalam bukunya Profesi Keguruan menyatakan bahwa husemas adalah suatu proses komunikasi antara sekolah dengan masyarakat untuk meningkatkan pengertian masyarakat tentang kebutuhan serta kegiatan pendidikan serta mendorong minat dan

⁸ Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, Manajemen Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.279

⁹ Suryosubroto, *Op.Cit.*, h. 161

kerjasama untuk masyarakat dalam peningkatan dan pengembangan sekolah.¹⁰

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan husemas adalah suatu bidang ilmu komunikasi dan fungsi manajemen khas yang mendukung terciptanya pengertian, kerjasama, penerimaan antara masyarakat atau public di dalam organisasi itu sendiri (sekolah) dan antara organisasi dengan public yang berada diluar sekolah dan juga menciptakan citra positif dari mitra sekolah demi terciptanya kepentingan bersama.

2. Tujuan Husemas

Husemas dalam organisasi sekolah, dapat diibaratkan sebagai jembatan yang berperan dalam menyalurkan informasi kepada masyarakat sehingga terjalin penyampaian dan pertukaran informasi secara timbal balik dan efektif. Husemas juga berperan sebagai penghubung antara pimpinan institusi dengan masyarakatnya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal.

Hubungan sekolah dengan masyarakat dibangun dengan tujuan meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat. Popularitas sekolah tinggi jika dapat menciptakan program-program sekolah yang bermutu dan relevan dengan kebutuhan serta cita-cita bersama dan dari program

¹⁰ Soetjipto dan Raffles Kosasi, *Profesi Keguruan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), h.193

tersebut mampu melahirkan sosok–sosok individu yang cerdas secara intelektual dan spiritual. Dengan popularitas ini sekolah akan tetap berhasil dan semakin maju.

Husemas dalam sebuah organisasi tentunya memiliki *goal* atau tujuan yang ingin dicapai. Tujuan husemas dapat diketahui dari berbagai pendapat para ahli.

Eliana sari mengemukakan 3 tujuan husemas yaitu:

- a. Memajukan kualitas pembelajaran dan pertumbuhan anak
- b. Memperkokoh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat, dan
- c. Menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.¹¹

Tujuan utama yang ingin dicapai dengan mengembangkan kegiatan husemas:

- a. Peningkatan pemahaman masyarakat tentang tujuan serta sasaran yang ingin direalisasikan sekolah.
- b. Peningkatan pemahaman sekolah tentang keadaan serta aspirasi masyarakat tersebut terhadap sekolah.
- c. Peningkatan usaha orang tua siswa dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik, serta meningkatkan kuantitas serta kualitas bantuan orang tua siswa dalam kegiatan pendidikan di sekolah.
- d. Peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya peran serta mereka dalam memajukan pendidikan di sekolah dalam era pembangunan.
- e. Terpeliharanya kepercayaan masyarakat terhadap sekolah serta apa yang dilakukan oleh sekolah.
- f. Pertanggungjawaban sekolah atas harapan yang dibebankan masyarakat kepada sekolah.

¹¹ Eliana Sari, Manajemen Berbasis Sekolah dan Masyarakat (Mengoptimalkan Partisipasi Masyarakat Melalui Peran Komite Sekolah), (Jakarta: Jayabaya University Press, 2008), h.105

- g. Dukungan serta bantuan dari masyarakat dalam memperoleh sumber-sumber yang diperlukan untuk meneruskan dan meningkatkan program sekolah.¹²

Sedangkan jika ditinjau dari kebutuhan masyarakat itu sendiri, tujuan husemas adalah untuk:

- a. Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama dalam bidang mental spiritual
- b. Memperoleh bantuan sekolah dalam memecahan berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat
- c. Menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat
- d. Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkat kemampuannya.¹³

Selanjutnya Mulyasa memaparkan bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat bertujuan untuk, (1) memajukan kualitas pembelajaran, dan pertumbuhan anak; (2) memperkokoh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat; (3) menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.¹⁴

Dari beberapa pengertian husemas diatas, disimpulkan bahwa tujuan husemas pada umumnya menekankan pada aspek citra sebuah

¹² Soetjipto dan Rafles Kosasi, *Ibid*, p.193-194

¹³ Drs. Ngalim Purwanto, *Manajemen Pendidikan, Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010) h. 190

¹⁴ Mulyasa, *Op.Cit*, h.50

organisasi dimata khalayak umum dan public dalam organisasi tersebut dengan cara membangun pemahaman publik terhadap organisasi sehingga dapat terbangun hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi kondisi daripada publik yang bersangkutan dan memperbaikinya apabila citra itu menurun atau rusak. Untuk mencapai tujuan tersebut harus terdapat dua arus komunikasi yang saling timbal balik antara sekolah dan masyarakat.

Hubungan sekolah dengan masyarakat yang terjalin dengan baik memudahkan sekolah untuk memberikan pelayanan pendidikan yang layak bagi masyarakat, sehingga eksistensi sekolah tetap terjaga. Masyarakat secara langsung ataupun tidak langsung dapat memberikan bantuan kepada sekolah, begitu pula sebaliknya.

3. Prinsip-Prinsip Husemas

Dalam melaksanakan kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat, perlu dianut beberapa prinsip. Prinsip ini memberikan pedoman dan arah kepada guru dan kepala sekolah, sehingga kegiatan hubungan sekolah-masyarakat itu dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Soetjipto dan Rafli Kosasi mengemukakan prinsip itu adalah:

- a. Prinsip otoritas, yaitu bahwa husemas harus dilakukan oleh orang yang mempunyai otoritas, karena pengetahuan dan tanggung jawabnya dalam penyelenggaraan sekolah.
- b. Prinsip kesederhanaan, yaitu bahwa program-program hubungan sekolah-masyarakat harus sederhana dan jelas.
- c. Prinsip sensitivitas, yaitu bahwa dalam menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan masyarakat, sekolah harus sensitif terhadap kebutuhan serta harapan masyarakat. Apayang dianggap biasa oleh sekolah dapat merupakan hal yang sangat menyinggung perasaan masyarakat.
- d. Prinsip kejujuran, yaitu bahwa apa yang disampaikan kepada masyarakat haruslah sesuatu apa adanya dan disampaikan secara jujur. Sekali sekolah memberikan yang informasi yang tidak benar, kepercayaan masyarakat terhadap sekolah akan menurun, dan akibatnya sekolah tidak lagi mudah untuk membangun kepercayaan itu kembali.
- e. Prinsip ketetapan, yaitu bahwa apa yang disampaikan sekolah kepada masyarakat harus tepat, baik dilihat dari segi isi, waktu, media yang digunakan serta tujuan yang akan dicapai. Pemilihan waktu yang kurang tepat dapat mengakibatkan kegagalan dari program tersebut.¹⁵

Sedangkan menurut A. Sahertian dalam bukunya Administrasi

Pendidikan prinsip – prinsip dalam husemas adalah :

- a. Keterpaduan (*integrating*)
Keterkaitan antara kepala sekolah, masyarakat, dankeluarga yang merupakan satu kesatuan yang satu berhubungan dengan yang lain
- b. Berkesinambungan (*continuiting*)
Suatu proses yang berkembang terus menerus. Sekolah seharusnya memberi informasi terus menerus, dan sebaliknya, masyarakat ikut membantu sekolah melalui pembentukan *public-opinion* agar *image* masyarakat tetap baik terhadap sekolah.
- c. Menyeluruh (*coverage*)
Penyajian fakta-fakta kepada masyarakat harus menyangkut semua aspek. Jadi, semua aspek hidup sekolah diperhatikan mulai dari kehidupan keagamaan sampai pada kehidupan ekonomi. Untuk itu, setiap kegiatan sekolah dapat dijelaskan melalui media massa, surat kabar sekolah, laporan berkala, dan sebagainya.
- d. Sederhana (*symplicity*)

¹⁵ Soetjipto dan Rafles Kosasi, Ibid, p.194-195

Informasi yang diberikan dengan kata-kata yang mudah dimengerti dan dengan rasa persahabatan. Sehingga, menimbulkan rasa suka dan mudah dimengerti.

- e. Konstruktif (*constructiveness*)
Informasi dapat berbentuk pendapat umum yang positif terhadap sekolah.
- f. Kesesuaian (*adaptability*)
Setiap kegiatan dan program sekolah hendaknya memperhatikan dan menyesuaikan dengan keadaan masyarakat sekitar.
- g. Luwes (*flexibility*)
Setiap program sekolah sewaktu-waktu mampu menerima perubahan yang terjadi.¹⁶

Prinsip – prinsip tersebut harus selalu dijadikan pedoman oleh pihak sekolah untuk mendapatkan apresiasi, simpati, dan mengupayakan terjadinya kerjasama yang baik antara sekolah dengan masyarakat dalam pelaksanaan pendidikan untuk kebaikan bersama.

4. Metoda dan Teknik Hubungan Sekolah dengan Masyarakat

Setiap organisasi membutuhkan suatu metoda atau teknik dalam menentukan sebuah strategi yang digunakan dalam setiap kegiatan, sehingga kebijakan yang dihasilkan akan optimal dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Suatu organisasi dalam hal ini dapat mengembangkan strategi dalam rangka mengatasi ancaman internal atau eksternal untuk merebut peluang yang ada. Upaya menjalin hubungan harmonis dengan masyarakat harus dilakukan secara optimal oleh sekolah, sehingga tujuan-tujuan hubungan sekolah dengan masyarakat yang telah dipaparkan di atas dapat tercapai secara efektif dan efisien.

¹⁶ Piet, A. Sahertian, *Administrasi Pendidikan*. Surabaya : Usaha Nasional.1985 h. 237-238

Ngalim Purwanto berpendapat, bahwa hubungan kerjasama sekolah dan masyarakat itu dapat digolongkan menjadi tiga jenis hubungan, yaitu :

- a. Hubungan *Edukatif*, ialah hubungan kerjasama dalam hal mendidik/murid, antara guru di sekolah dan orang tua di dalam keluarga. Adanya hubungan ini dimaksudkan agar tidak terjadi perbedaan prinsip atau bahkan pertentangan yang dapat mengakibatkan keraguan-raguan pendirian dan sikap pada diri anak/murid.
- b. Hubungan *Kultural*, ialah usaha kerjasama antara sekolah dan masyarakat yang memungkinkan adanya saling membina dan mengembangkan kebudayaan masyarakat tempat sekolah itu berada.
- c. Hubungan *Institusional*, yakni hubungan kerja sama antara sekolah dengan lembaga-lembaga atau instansi-instansi resmi lain, baik swasta maupun pemerintah, seperti hubungan kerja sama antara sekolah dengan sekolah-sekolah lain, dengan kepala pemerintahan setempat, jawatan penerangan, jawatan pertanian, perikanan dan peternakan, dengan perusahaan-perusahaan Negara atau swasta yang berkaitan dengan perbaikan dan perkembangan pendidikan pada umumnya.¹⁷

Dalam mencapai tujuan kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat secara efektif dan efisien, maka diperlukan metode dan teknik yang baik dalam menjalankan programnya. Adapun teknik-teknik yang dapat dilakukan sekolah dalam penyelenggaraan hubungan sekolah dengan masyarakat yang dijelaskan oleh Soetjipto dan Rafles Kosasi, yaitu :

¹⁷ Ngalim Purwanto, *Op.Cit.*, h.194

1) Teknik langsung

Teknik langsung dapat dilaksanakan dengan (a) tatap muka kelompok (misalnya dalam rapat) dan tatap muka individual (misalnya kunjungan pribadi), (b) melalui surat kepada orang tua siswa, dan (c) melalui media massa.

2) Teknik Tidak Langsung

Yang dimaksud dengan teknik tidak langsung disini adalah kegiatan-kegiatan yang secara tidak sengaja dilakukan oleh pelaku atau pembawa pesan akan tetapi mempunyai nilai positif untuk kepentingan husemas.¹⁸

Menurut Daryanto teknik – teknik yang dapat dilakukan sekolah dalam hubungan sekolah dengan masyarakat yaitu :

Teknik-teknik yang dapat dilakukan sekolah dalam melakukan hubungan dengan masyarakat yaitu dengan melakukan laporan kepada orang tua peserta didik, bulletin sekolah, surat kabar, pameran sekolah, *open house*, kunjungan sekolah, kunjungan ke rumah peserta didik, penjelasan personil sekolah, profil sekolah melalui kreasi peserta didik, laporan tahunan, organisasi perkumpulan alumni sekolah dan kegiatan ekstrakurikuler.¹⁹

Dengan memahami jenis metode serta teknik dalam menjalin hubungan hubungan sekolah dengan masyarakat, diharapkan sekolah

¹⁸ Soetjipto dan Rafles Kosasi, *Ibid*, h.196-197

¹⁹ Daryanto, *Administrasi Pendidikan* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006),, h.76

dan masyarakat dapat saling membantu dalam membangun pendidikan yang berkualitas.

B. Citra Sekolah

1. Pengertian Citra

Citra merupakan istilah yang menarik bagi masyarakat karena banyak diperbicangkan, tetapi tidak semua orang memahami arti atau konsep dari citra itu sendiri. Citra yang baik dari suatu organisasi mempunyai dampak yang menguntungkan, sedangkan citra yang buruk merugikan organisasi.

Citra dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif terhadap suatu organisasi atau lembaga. Citra merupakan aset terpenting dari suatu organisasi. Citra merupakan terjemahan dari kata image, dalam Bahasa Inggris. KBBI mengartikan citra sebagai “gambaran yang dimiliki orang mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk”.²⁰

Menurut Rosady Ruslan, citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *Public Relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif

²⁰ Depdiknas, KBBI, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h.216

yang khususnya datang dari *public internal* dan *public eksternal* lembaga pendidikan pada umumnya.²¹

Menurut Bill Canton dalam Soleh Soemirat dan Elvinarno Ardianto yang mengatakan citra adalah “ *image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a conciously created impression of an object, person or organization*”.²² (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau, organisasi)

Jalaludin Rahmat berpendapat bahwa citra adalah gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas. Citra adalah dunia menurut persepsi.²³

Untuk menjaga citra (*image*) positif lembaga pendidikan tersebut dibutuhkan profesionalisasi para praktisi Humas di lembaga pendidikan tersebut, karena peran dan fungsi humas (*Public Relations*) tidak dapat dipisahkan dari opini publik. Fungsi humas yang meliputi pengelolaan opini publik guna menumbuhkan kemauan baik, partisipasi dan keterlibatan dari publik daam rangka menciptakan opini publik yang baik.

²¹ Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi, (Jakarta: Rajawali Pers, 2005), h75-77

²² Soleh Soemirat, Elvinarno Ardianto, Dasar-dasar Public Relations, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.111

²³ Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2001), h.223

Opini publik merupakan pendapat umum dari masyarakat yang berada diluar lembaga atau organisasi.²⁴

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa citra merupakan suatu gambaran, kesan, persepsi seseorang yang diperoleh dari pengetahuan, pengalaman, dan pengertiannya atas seseorang atau organisasi berdasarkan fakta/kenyataan.

Pandangan atau penilaian masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbul rasa hormat (*respect*), kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga/organisasi atau produk dan jasa pelayanannya. Pada umumnya landasan suatu citra itu berakar dari “nilai-nilai kepercayaan” yang kongkretnya diberikan secara individual dan merupakan pandangan atau persepsi.

Citra dan reputasi tidak dapat dibeli melainkan dihasilkan oleh persepsi dan identitas yang menyatu, artinya kalau pihak manajemen memiliki komitmen yang tinggi menjalankan aktifitas organisasi sesuai dengan visi-misi serta memperhatikan isu-isu krusial yang berhubungan dengan rutinitas yang dijalankan maka kontinuitas organisasi akan terjaga dan diterima baik oleh publik.

Publik memperhatikan citra sebuah lembaga dari waktu ke waktu. Hingga pada akhirnya membentuk suatu pandangan positif yang

²⁴ Zulkarnain Nasution, Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan, (Malang: UMM Press, 2006), h 21

dikomunikasikan dari satu mulut ke mulut yang lain. Lembaga pendidikan tidak boleh melupakan keadaan fisik, ketrampilan, fasilitas, kantor, dan karyawan. Pelayanan publik harus selalu dalam garis satu tujuan, yaitu memuaskan konsumen.

Setiap organisasi mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra organisasi datang dari pelanggan organisasi, pelanggan potensial, siswa, guru, staf organisasi, pesaing, dan masyarakat yang mempunyai pandangan terhadap organisasi.

Citra sekolah adalah proses untuk membentuk atau mengarahkan kesan *public* (citra) tentang sekolah sesuai dengan yang diharapkan sekolah. Citra dapat dikatakan sebagai efek atau dampak yang dihasilkan dari kerja keras yang telah dilakukan suatu organisasi dengan humasnya.

2. Tujuan Peningkatan Citra Sekolah

Menurut Rhenald Kasali, membuat citra yang baik dimaksudkan agar organisasi dapat tetap hidup dan orang-orang di dalamnya dapat terus mengembangkan kreatifitasnya dan bahkan dapat memberi manfaat dengan lebih berarti bagi orang.²⁵

Dapat dikatakan tujuan peningkatan citra sekolah adalah agar sekolah dapat terus meningkatkan eksistensinya di dunia pendidikan.

²⁵ Rhenald Kasali, Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. (Jakarta: Pustaka Utama, 2005). H.30

Para warga sekolah juga dapat mengembangkan kreatifitasnya untuk terus berkreasi dan mengembangkan skill yang dimilikinya.

3. Factor yang Mempengaruhi Citra sekolah

Harrison berpendapat , *an organization's image arises from four element which are inter-connected, they are; personality, reputation, value, dan corporate identify.* (Citra organisasi terbangun dari empat elemen yang saling berhubungan antara lain, kepribadian, reputasi, nilai, identitas perusahaan)²⁶

Menurut Alma dalam Ara Hidayat, pembentukan *image* dapat dilakukan dengan:

- a. Membenahi gedung sekolah/madrasah yang menghadap ke jalan secara artistic dan dengan
- b. Memasang lampu kuning tanda perhatian atau hati-hati bagi para pengemudi kendaraan
- c. Kerjasama dengan media
- d. Kepala sekolah/madrasah gemar mengadakan pidato-pidato , menghadiri pertemuan-pertemusan, dan menginformasikan lembaganya dengan baik
- e. Memberikan konsultasi dan nasehat-nasehat yang diperlukan sebagai layanan masyarakat
- f. Mengadakan peringatan hari-hari besar keagamaan seperti Isra' Mi'raj.²⁷

Faktor-faktor pembentukan citra ini perlu diketahui oleh organisasi, mengingat pembahasan sebelumnya dikatakan bahwa citra membutuhkan proses yang tidak sebentar. Pembentukan citra perlu

²⁶ Shirley Harrison, Public Relation 2nd edn, (London: Business Press, 2000), h. 81

²⁷ Dr. Ara Hidayat, M.Pd & Dr. Imam Machali, Pengelolaan Pendidikan Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah, (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), h.249.

direncanakan dengan baik agar hasil yang didapatkan pun baik. Demikian pula yg terjadi dlm lingkungan sekolah yang positif, sehingga masyarakat tidak ragu untuk menggunakan jasa pendidikan dan berkontribusi secara optimal dalam bersama-sama sekolah mencapai tujuan pendidikan, baik secara khusus maupun umum.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi citra di atas dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi citra sekolah adalah :

- a. Kualitas manajemen
- b. Kualitas jasa dan produk
- c. Kemampuan untuk menarik, mengembangkan, dan mempertahankan orang-orang berbakat
- d. Nilai sebagai investasi jangka panjang
- e. Keinovatifan
- f. Tanggung jawab lingkungan dan masyarakat

4. Indikator Citra Sekolah

Identitas lembaga memancarkan citra (*image*) kepada publik, antara lain di mata pengguna, komunitas, media, penyumbang dana, staf, dan juga pemerintah sehingga jadilah citra lembaga. Karena itu, citra lembaga pendidikan dibangun dari 4 area, yaitu:

1. *Product* atau *service* (termasuk kualitas output, dan *customer care*).
2. *Social responsibility, institution citizenship, ethnical behaviour, dan community affair.* (tanggung jawab sosial, lembaga kemasyarakatan, perilaku etnis, dan keperluan masyarakat).
3. *Environments* (ruang kantor, ruang informasi, laboratorium, dan sebagainya).
4. *Communication,* (iklan, penerbitan, *personal communication,* brosur, dan program-program identitas lembaga).²⁸

C. Manajemen Husemas dalam Peningkatan Citra Sekolah

Pada dasarnya humas atau *public relation* sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan ataupun lembaga pendidikan seperti sekolah untuk membangun citra atau *image* yang positif.

Humas dalam sebuah lembaga pendidikan berperan untuk memasarkan dan membangun citra yang baik, agar masyarakat mempercayai lembaga pendidikan tersebut.

Husemas sebagai bagian dari manajemen sekolah memiliki visi dan misi yang melandasi pelaksanaan tugas dan fungsinya sekaligus menjadi acuan untuk mencapai tujuan. Visi dan misi tersebut adalah:

Visi: meningkatkan image positif kepada masyarakat, menuju lembaga pendidikan yang unggul, dan menjadi rujukan dalam pengembangan bidang pendidikan, sains, teknologi, Bahasa, dan seni. Misi pokok humas kedepan adalah :

1. Membangun image positif terhadap lembaga dalam memasuki era ke depan(globalisasi dan era otonomi daerah)
2. Menumbuhkan komunikasi yang sinergis antara lembaga pendidikan dengan masyarakat
3. Membangun institusi reponsif terhadap dinamika masyarakat.²⁹

²⁸ Rachmat Kriyanto, *Public Relations Writing: Membangun Publik Relations Membangun Citra Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 11-12

Visi dan misi di atas menjadi bukti bahwa husemas memiliki peran penting untuk membantu sekolah dalam membentuk dan meningkatkan citranya di mata masyarakat, yang salah satunya diwujudkan dengan melakukan publikasi dan promosi program-program sekolah kepada masyarakat. Dalam menjalankan tugas tersebut divisi husemas harus benar-benar menguasai informasi tentang sekolah dan memahami teknik penyampaian serta kondisi lingkungan masyarakat yang dituju.

Husemas sebagai mediator antara sekolah dengan masyarakat bekerja untuk mengolah dan menyampaikan informasi dengan berbagai cara agar informasi tersebut tersampaikan sesuai dengan maksud dan tujuan sekolah yang dapat meningkatkan citra suatu sekolah.

Segala bentuk kegiatan husemas ini berpengaruh besar terhadap penilaian atau perilaku masyarakat terhadap sekolah. Selain itu, dalam upaya meningkatkan citra di mata masyarakat sekolah juga harus memahami secara persis proses seleksi yang terjadi ketika masyarakat menerima informasi mengenai fakta dan kenyataan yang terjadi. Karena seberapa jauh citra akan terbentuk dan meningkat sepenuhnya ditentukan oleh hubungan yang terbangun antara sekolah dengan masyarakat melalui persepsi yang didasarkan oleh realitas yang terjadi.

²⁹ Zulkarnain Nasution, Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan, (Malang: UMM Press, 2006), h. 21.

Untuk mewujudkan semua hal tersebut, sekolah memerlukan adanya manajemen husemas yang baik dan efektif beserta dukungan dari seluruh warga sekolah dengan terus berkomitmen dan konsisten terhadap program-program yang lebih direncanakan dan disosialisasikan kepada masyarakat.

D. Kajian Penelitian yang Relevan

Pada bagian ini akan dikemukakan hasil penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dan kesamaan kajian dengan penelitian ini. Penelitian sebelumnya yang berjudul **“Peran Humas Dalam Rangka Meningkatkan Citra Sekolah Di Smk Ypkk 3 Sleman Yogyakarta”** yang dilakukan oleh Ira Dwi Rahayu, mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta Program Studi Adminitrasi Perkantoran.³⁰ Berdasarkan deskripsi, analisis, dan pembahasan data maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan dilaksanakannya peran kehumasan dalam rangka meningkatkan citra sekolah di SMK YPKK 3 Sleman Yogyakarta belum memperoleh hasil yang baik, hal tersebut dilihat dari jumlah murid yang mendaftar ke SMK YPKK 3 Sleman Yogyakarta masih kurang dari target yang ditentukan oleh sekolah. Peran kehumasan dalam rangka meningkatkan citra sekolah meliputi:

³⁰ Ira Dwi Rahayu, Peran Humas dalam Rangka Meningkatkan Citra Sekolah di SMM YPKK 3 Sleman Yogyakarta, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014),h.i (<http://eprints.uny.ac.id/23252/1/SKRIPSI/LENGKAP/IRA-DWI-RAHAYU.pdf>)

- a. Sebagai pembentuk citra untuk public internal
 - 1. Menciptakan suasana nyaman di sekolah
 - 2. Pelayanan terhadap Publik
- b. Sebagai pembentuk citra untuk publik eksternal
 - 1. Bakti Sosial
 - 2. Partisipasi dalam kegiatan masyarakat