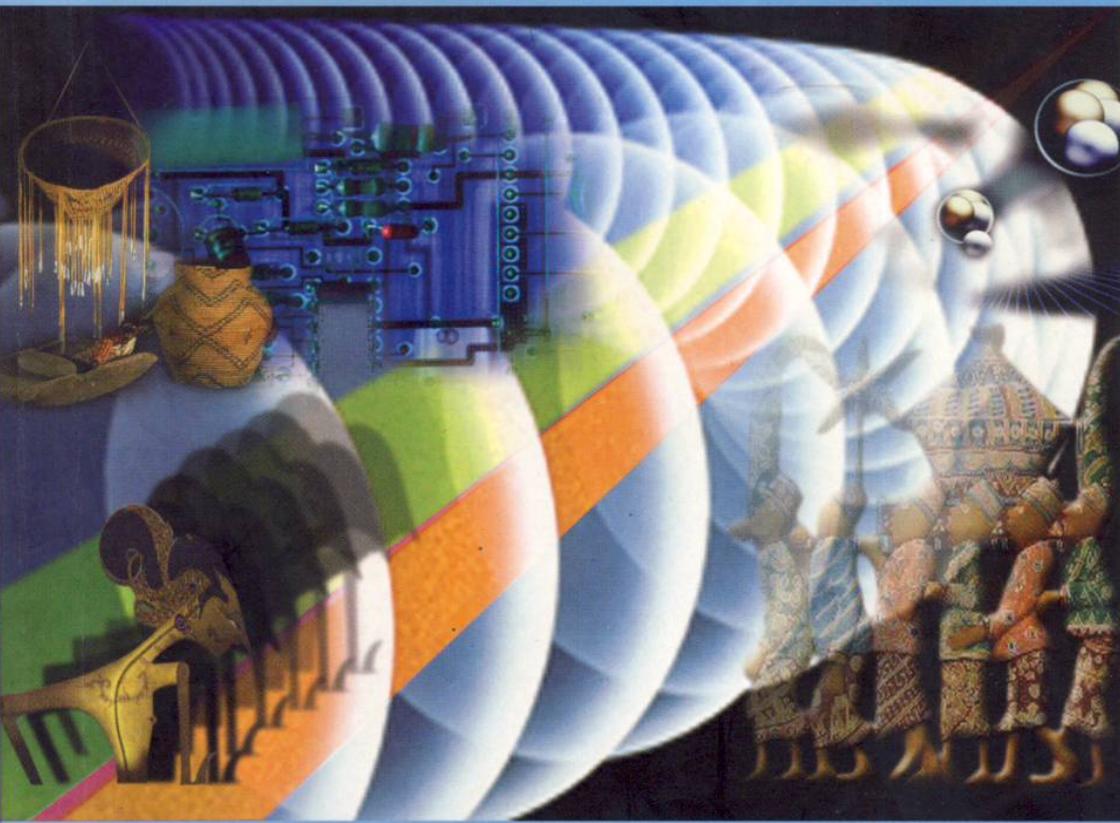


Tahun XIV, Nomor 2, Mei 2012

ISSN : 0126 - 3854

WUNY

MAJALAH ILMIAH POPULER



LEMBAGA PENGEMBANGAN DAN PENJAMINAN MUTU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA

WUNY

Tahun XIV, Nomor 2, Mei 2012

DAFTAR ISI

- ◆ **Strategi Mengajar Ranah Afektif melalui Pendidikan Jasmani**
Oleh: Dimiyati/Staf Pengajar FIK UNY 3
- ◆ **Pemanfaatan Teknologi Pembelajaran sebagai Upaya untuk Meningkatkan Tugas Guru**
Oleh: Said Alhadi/Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta 16
- ◆ **Pembelajaran Kooperatif STAD sebagai Alternatif Model Pembelajaran untuk Pengetahuan Deklaratif**
Oleh: Hewi Murdaningsih/SMPN 2 Ngemplak, Sleman, DIY .. 27
- ◆ **“Tahu.....oh....Tahu”, Aku Perlu Banyak Mengetahuimu**
Oleh: Insih Wilujeng/FMIPA, UNYY 38
- ◆ **Toondoo Maker untuk Pembuatan Media Pembelajaran Kartun**
Oleh: Retno Subekti/Pendidikan Matematika FMIPA UNY 50
- ◆ **“Sekup” Sereal Limbah Kulit Pisang sebagai Alternatif Asupan Gizi Bagi Balita**
Oleh: Laela Mukaromah, Eko Budiyanto, Ainun Afif/Mahasiswa Pendidikan Kimia FMIPA UNY 61
- ◆ **Tomcat, si Mungil yang Menghebohkan!**
Oleh: Rachmah Laksmi Ambardini/Staf Pengajar FIK UNY 71

◆ Phytoestrogen dalam Bahan Makanan Alami untuk Mencegah Sindrome Menopause <i>Oleh : Yuliati/Staf Pengajar Biologi FMIPA UNY</i>	79
◆ Peran Humas dalam Membangun Citra Sekolah <i>Oleh: Lia Yuliana, M.Pd./Staf Pengajar FIP UNY</i>	86
◆ Pendidikan Karakter: Historis, Konsep, dan Nilai <i>Oleh: Sujarwo/Staf Pengajar di POR/PJKR Fakultas Ilmu Keolahragaan</i>	95

Peran Humas dalam Membangun Citra Sekolah

Oleh: Lia Yuliana, M.Pd.

Staf Pengajar FIP UNY

e-mail: lia_yuliana@uny.ac.id

Pendahuluan

Sekolah adalah sebuah lembaga pendidikan yang merupakan suatu wadah atau tempat dimana proses pendidikan itu berlangsung. Pendidikan di semua jenjang sangat penting, baik dari SD/ MI, SMP/ MTs , maupun SMA/SMK/MA. Sosialisasi mengenai potensi yang dimiliki sekolah dapat memberi persepsi kepada masyarakat tentang kondisi sekolah tersebut. Oleh karena itu diperlukan usaha untuk dapat menarik minat masyarakat agar mendapatkan kepercayaan bahwa sekolah tersebut. Untuk itu diperlukan suatu fungsi humas di dalam sekolah sebagai media sosialisasi. Pentingnya peran humas di sekolah untuk mempertahankan eksistensinya. Pelaksanaan peran humas dimaksudkan agar pihak internal dan eksternal mengenal dan bertambah pengetahuannya mengenai sekolah. Setelah mengenal tersebut diharapkan dapat tercipta opini publik yang positif terhadap sekolah dan terdorong memberikan dukungan terhadap berbagai kegiatan yang dilaksanakan sekolah.

Pengertian Hubungan Masyarakat

Menurut Haris Munandar (1992:9) menerjemahkan definisi humas dari Frank Jefkins yaitu “humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Abdurrachman, (2000: 5) mengartikan “humas sebagai suatu kegiatan usaha yang berencana yang menyangkut itikad baik, rasa

simpati, saling mengerti, untuk memperoleh pengakuan, penerimaan dan dukungan masyarakat melalui komunikasi dan sarana lain (media massa) untuk mencapai manfaat dan kesepakatan bersama. Selanjutnya Rosady Ruslan (2005:10) menjelaskan secara rinci empat peran utama humas adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
- b. Membina *Relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
- c. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
- d. Membentuk *corporate image*, artinya peranan public relations berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaga.

Dalam berbagai situasi dan kondisi yang penuh tantangan di era globalisasi humas mempunyai peran utama yaitu bertindak sebagai komunikator, mediator dan bertindak sebagai pendukung manajemen (*back up manajemen*). Dari pendapat di atas, fungsi utama dari hubungan masyarakat adalah menumbuhkan hubungan baik dengan publiknya baik intern maupun ekstern sehingga tercipta opini publik yang menguntungkan lembaga/organisasi terkait.

Menurut Rachmadi (2002: 23) dijelaskan beberapa tugas pokok humas adalah:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis atau melalui gambar (*visual*) kepada publik, sehingga publik mempunyai pengertian yang hal ikhwal perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.

2. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum/masyarakat.
3. Mempelajari dan melakukan analisis reaksi publik terhadap kebijakan perusahaan/lembaga, maupun segala macam pendapat (*public acceptance dan non-accaptance*)
4. Penyelenggaraan hubungan baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh penerimaan publik (*public favour*), pendapat umum (*public opinion*) dan perubahan sikap.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa tugas pokok dari humas adalah bertanggung jawab atas segala informasi yang diberikan kepada publiknya kemudian menganalisis reaksi publik terhadap suatu lembaga atau organisasi.

Media Hubungan Masyarakat

Menurut Rachmadi (2002: 87) menjelaskan tentang media komunikasi yang digunakan oleh organisasi *public relations* meliputi:

- 1). Media berita (*news media*)
- 2). Media siaran (*broadcast media*)
- 3). Media komunikasi tatap muka atau komunikasi tradisional.

Selanjutnya menurut Suharsimi Arikunto & Lia Yuliana (2008; 364) ada beberapa media yang dapat digunakan yaitu:

- 1). Media Langsung
 - a). Rapat-rapat formal
 - b). Pekan pendidikan
 - c). Hari ulang tahun sekolah
 - d). Karyawisata atau widyawisata
 - e). Kunjungan rumah anak didik

- 2). Media Tidak Langsung
 - a). Media cetak
 - b). Media elektronika

Dari dua pendapat tersebut, dapat diketahui bahwa pada intinya media komunikasi merupakan saluran untuk menyampaikan suatu ide atau informasi yang digunakan suatu organisasi *public relations* terhadap publiknya melalui saluran media komunikasi tertentu maupun secara langsung.

Pengertian Citra

Citra dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif terhadap suatu organisasi/lembaga. Citra itu sendiri merupakan aset terpenting dari suatu organisasi. Rosady Ruslan (2004:80) “secara garis besar citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu obyek tertentu. Sedangkan citra menurut Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto (2008:113) “citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.” Dari dua pendapat di atas pada dasarnya citra mempunyai pengertian yang sama yaitu suatu pandangan seseorang terhadap sebuah objek misalnya suatu organisasi atau lembaga.

Proses pembentukan citra menurut Soleh Soemirat & Elvinaro, (2008:115) yaitu “...proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai mental *representation* (citra) dari stimulus”. Dari pendapat tersebut dapat diketahui bahwa proses pembentukan citra menunjukkan peran stimulus (rangsang) yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respon. Empat komponen

persepsi, kognisi, motivasi, sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.

Citra Organisasi Menurut Frank Jefkins (1992:19) yang diterjemahkan oleh Haris Munandar menjelaskan tentang “apa yang dimaksud dengan citra perusahaan (ada pula yang menyebutnya sebagai citra lembaga) adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya. Selanjutnya M. Linggar Anggoro (2005:59) menjelaskan tentang lima jenis citra (*image*) yakni:

- 1). Citra bayangan (*mirror image*), citra bayangan adalah citra yang dianut oleh dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
- 2). Citra yang berlaku (*current image*), citra berlaku adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
- 3). Citra yang diharapkan (*wish image*), citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
- 4). Citra perusahaan (*corporate image*), adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan bukan citra atas produk dan pelayanannya saja.
- 5). Citra majemuk (*multiple image*), citra majemuk adalah citra yang disebabkan oleh masing-masing unit dan individu suatu organisasi yang memiliki perilaku tersendiri sehingga secara sengaja atau tidak mereka memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Dari penjelasan tersebut di atas dapat diketahui bahwa citra suatu organisasi/lembaga adalah pandangan publik terhadap suatu organisasi atau lembaga itu sendiri.

Peran Humas dalam Rangka Membangun Citra Positif Sekolah

M.Linggar Anggoro. (2005: 65) Pelaksanaan humas di sebuah lembaga pendidikan memiliki peranan sebagai berikut:

Bagi Sekolah/lembaga pendidikan:

- 1). Memperbesar dorongan mawas diri.
- 2). Memudahkan/meringankan beban sekolah dalam memperbaiki serta meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan di tingkat sekolah.
- 3). Memungkinkan upaya peningkatan profesi mengajar guru.
- 4). Opini masyarakat tentang sekolah akan lebih positif/benar.
- 5). Masyarakat akan ikut serta memberikan kontrol/koreksi terhadap sekolah, sehingga sekolah akan lebih hati-hati.
- 6). Dukungan moral masyarakat akan tumbuh terhadap sekolah sehingga memudahkan mendapatkan bantuan material.

Rosady Ruslan. (2004: 34) peranan humas bagi masyarakat:

- 1). Masyarakat/orang tua murid akan mengerti tentang berbagai hal yang menyangkut penyelenggaraan pendidikan di sekolah
- 2). Keinginan dan harapan masyarakat terhadap sekolah akan lebih mudah disampaikan dan direalisasikan oleh pihak sekolah.
- 3). Masyarakat akan memiliki kesempatan memberikan saran, usul maupun kritik untuk membantu sekolah menciptakan sekolah yang berkualitas.

Dari uraian di atas yang menjelaskan tentang peran pelaksanaan humas di dalam sebuah lembaga pendidikan sekolah mencakup dua hal yaitu peran humas bagi sekolah atau lembaga pendidikan dan peran humas bagi masyarakat yang menjadi publik eksternal dalam hubungan masyarakat yang keduanya bertujuan untuk menciptakan citra positif opini publik yang baik terhadap sekolah tersebut.

Peran humas sebagai pembentuk citra (*corporate image*) diwujudkan melalui beberapa kegiatan menurut Soleh Soemirat. & Elvinaro, Ardianto. (2008: 44) sebagai berikut: **Pertama**, sebagai pembentuk citra untuk publik internal yaitu (a) menciptakan suasana kondusif di sekolah. Pelaksanaan peran humas sebagai pembentuk citra sekolah dilakukan dengan cara menciptakan suasana atau kondisi yang kondusif di lingkungan sekolah. Dengan suasana atau kondisi yang kondusif di sekolah maka siswa-siswa serta warga sekolah lainnya akan merasa nyaman dalam menjalankan tugas dan kewajibannya masing-masing, dengan rasa nyaman yang mereka rasakan maka dengan sendirinya mereka akan terbentuk menjadi informan-informan yang menguntungkan pihak sekolah, mereka akan menceritakan, memberikan kesan-kesan kepada publik yang positif tentang sekolah tersebut, (b) pelayanan terhadap publik yang berkiatkan memberi dan sebagai salah satu upaya untuk membentuk citra sekolah dengan tujuan membentuk citra positif sekolah di mata masyarakat, (c) meningkatkan kualitas pendidikan dan kinerja guru dengan meningkatkan kualitas pendidikan dan mengajar guru melalui penataran maupun diklat-diklat yang ada, dimaksudkan agar kinerja guru dapat secara maksimal dalam menjalankan tugas dan tanggungjawabnya.

Kedua, sebagai pembentuk citra untuk publik eksternal melalui, (a) bakti sosial, kegiatan tersebut dimaksudkan humas untuk menunjukkan partisipasi warga sekolah dalam kegiatan kemasyarakatan dalam upaya membentuk opini publik yang positif, (b) partisipasi dengan masyarakat, kegiatan-kegiatan tersebut meliputi partisipasi dalam perayaan HUT RI didalam masyarakat, Bakti sosial, melayat apabila ada warga masyarakat yang meninggal, mengunjungi warga yang terkena musibah. Merayakan Hari Raya Korban yang diadakan masyarakat, memberikan bantuan kepada warga yang kurang mampu yang biasanya dilakukan pada bulan

puasa serta kegiatan yang lainnya.

Ketiga, penggunaan media komunikasi, penggunaan media komunikasi langsung dan Media tidak langsung dapat membangun citra positif sekolah, (a) media komunikasi langsung dapat dilakukan dengan: rapat formal, pekan pendidikani, hari ulang tahun sekolah, presentasi profil sekolah, bazaar, kunjungan industri, uji coba, pengajian bersama, (b) media komunikasi tidak langsung juga dapat membangun citra positif sekolah melalui, media cetak meliputi: surat resmi. poster, surat kabar, booklet, poster, spanduk, kalender dan media elektronik (telepon, e-mail dan fax)

Penutup

Peran humas dalam membangun citra sekolah adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (*opini public*) yang menguntungkan lembaga/organisasi.” Dalam berbagai situasi dan kondisi yang penuh tantangan di era globalisasi humas mempunyai peran utama yaitu bertindak sebagai komunikator, mediator, dan bertindak sebagai pendukung manajemen.

Sekolah harus memberikan informasi yang terpadu kepada masyarakat, sehingga masyarakat mengetahui seluruh program-program yang diadakan sekolah. Hubungan sekolah dengan masyarakat harus dilakukan secara terus menerus, sehingga masyarakat tidak akan beranggapan bahwa mereka hanya dibutuhkan pada saat pembiayaan saja. Setiap program yang diadakan oleh sekolah harus menyesuaikan karakteristik masyarakat dengan cara mengkonsultasikan dengan tokoh masyarakat. Dalam melaksanakan hubungan tersebut, tidak hanya membahas finansial sekolah melainkan membahas secara kompleks

masalah pendidikan yang terkait dengan pengembangan sekolah secara akurat dan *terkini*.

Hubungan masyarakat dalam suatu lembaga pendidikan (sekolah) dapat berupa hubungan dengan publik eksternal maupun hubungan dengan publik internal, serta kegiatan yang dilakukan humas dalam menjalankan tugasnya mencakup kegiatan internal yang merupakan kegiatan publisitas ke dalam, sasarannya orang-orang yang berada didalam suatu badan atau organisasi, dan kegiatan eksternal yang merupakan kegiatan publisitas keluar yang sasarannya adalah masyarakat di luar organisasi.

Daftar Pustaka

- Abdurrachman. (2005). *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Haris Munandar. (1992). *Public Relations* (Frank Jefkis. Terjemahan) London: Pitman Publishing, Co.
- Rachmadi (2002). *Public Relation Dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Gramedia.
- Rosady Ruslan. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Soleh Soemirat. & Elvinaro, Ardianto. (2008). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suharsimi Arikunto & Lia, Yuliana. (2008). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta : Aditya Media