

Peran *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan

The Public Relations Role in Enhancing the Image of Educational Institutions

Mutiara Cendekia Sandyakala

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Syamsul 'Ulum Gunungpuyuh
Sukabumi, Jawa Barat, Indonesia

Cendekiazaenalabidin@gmail.com

Abstrak

Lembaga pendidikan diharapkan untuk meningkatkan citra atau image positifnya melalui *public relations*. Masalah yang muncul adalah peran dan fungsi seorang praktisi *public relations* dirasakan tidak cukup berperan penting sehingga tidak banyak lembaga pendidikan yang mendirikan departemen tersendiri untuk departemen hubungan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peran *public relations* dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kepustakaan. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Kemudian data dianalisis dengan teknik analisis isi. Untuk menjaga ketepatan pengkajian dan mencegah kesalahan informasi dalam analisis data maka dilakukan pengecekan antar pustaka dan membaca ulang pustaka. Hasil dari berbagai telaah literatur digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis mengenai peran *public relation* dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan. Berdasarkan kajian ditemukan bahwa *public relations* berperan dan bertugas untuk mewakili keberadaan dan citra lembaga pendidikan, selain untuk mengatasi semua bentuk masalah yang terkait dengan hubungan masyarakat. Untuk mendapatkan citra yang baik diperlukan strategi yaitu salah satunya adalah meningkatkan hubungan yang baik dengan semua pihak yang dalam hal ini diwakili oleh *public relations*. Mengingat pentingnya peran *public relations* dalam meningkatkan citra lembaga maka sudah sepatutnya bahwa kehadirannya sangat dibutuhkan di lembaga pendidikan.

Kata Kunci : Image Positif, Lembaga Pendidikan & *Public Relations*

Abstract

The educational institutions were expected to enhance their positive image through public relations. The problem is the role and function of a public relations practitioner felt not to be important enough, so that not many educational institutions have set up separate departments for the public relations department. The aims of this research to describe the role of public relations in improving the image of educational institutions. The research method used the library method. Data collected by the documentation method.

Then the data and analysis with content analysis techniques. To maintain the accuracy of the assessment and prevent misinformation in data analysis, checking was done between libraries and rereading the libraries. The results of various literature reviews used to identify and analyze the role of public relations in improving the image of educational institutions. Based on the research found that public relations has a role and duty to represent the existence and image of educational institutions, in addition to overcoming all forms of problems related to public relations. To get a good image, a strategy is needed, one of which is to improve good relations with all parties, in this case represented by public relations. Based on the important role of public relations in improving the image of an institution, it is fitting that its presence is needed in educational institutions.

Keywords: Positive Image, Educational Institutions & Public Relations

I. PENDAHULUAN

Pada dasarnya lembaga pendidikan merupakan organisasi sosial yang memiliki publik internal dan eksternal. Lembaga pendidikan merupakan agen perubahan dan tempat untuk menyalurkan ilmu kepada generasi penerus bangsa, terutama di era globalisasi seperti sekarang ini, dimana persaingan semakin meningkat dan perkembangan teknologi yang semakin pesat mengharuskan terlahirnya generasi penerus bangsa yang mampu berfikir kritis dan yang lebih pintar sesuai dengan perubahan yang terjadi. Lembaga pendidikan baik formal maupun non formal dituntut untuk menjadi pengemban amanat ilmu pengetahuan untuk menjawab.

Peranan hubungan masyarakat (humas) atau *public relation* sangat dibutuhkan oleh hampir semua bentuk organisasi atau lembaga, bersifat komersial maupun tidak komersial dan perusahaan industri, organisasi sosial budaya sampai pemerintahan. Secara garis besar humas merupakan salah satu ujung tombak dari suatu organisasi. Bagi sebuah organisasi, humas sangat diperlukan untuk menjalin komunikasi dengan para stakeholder ataupun untuk mengkomunikasikan visi, misi, tujuan, dan program organisasi kepada publik (Kasali, 2003).

Humas atau *public relations* dalam lembaga pendidikan dapat membantu dalam menjaga citra suatu perusahaan atau lembaga

pendidikan. Namun sayangnya pada masa sekarang peran humas dalam dunia pendidikan belum difungsikan secara maksimal oleh lembaga-lembaga pendidikan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pelaksana dan pengelola lembaga tersebut terhadap arti penting peran humas yang sesungguhnya. Humas mempunyai posisi yang amat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama apabila perusahaan tersebut sering berinteraksi dengan khalayak luas.

Pada dasarnya humas berfungsi sebagai alat menyebarkan informasi, menumbuhkan, memelihara, membangun hubungan baik harmonis sehingga mendapatkan citra positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Suatu organisasi memerlukan humas agar mampu mencapai tujuan organisasi tersebut. Suatu organisasi memerlukan humas untuk dapat mencapai tujuan organisasi tersebut, karena rancangan komunikasi yang dibuat oleh humas akan mempengaruhi pencitraan dan reputasi yang baik dari organisasi maupun institusi pendidikan (Effendy, 2002)

Berkaitan dengan konsep citra yang baik yang ingin dibangun oleh sebuah lembaga pendidikan dalam upaya memberikan layanan mutu pendidikan, maka penting kiranya lembaga pendidikan memperhatikan dan mengupayakan peningkatan citra lembaganya. Sejalan dengan hal ini agar lembaga pendidikan mendapatkan kepercayaan, pengertian, dukungan dan kerjasama dari publik, sehingga lembaga pendidikan dapat memberikan jasa pendidikan berkualitas sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya pengguna jasa pendidikan.

Citra sebuah lembaga merupakan salah satu harta yang bernilai tinggi bagi lembaga manapun. Karena citra merupakan cara pandang atau persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut. Baik buruknya citra suatu lembaga tersebut ditentukan oleh lembaga itu sendiri. Citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap juga akan menghasilkan citra yang tidak sempurna (Oktavianingsis, 2012).

Citra lembaga bisa diwujudkan dengan memberikan pemahaman kepada publik melalui pemberian informasi yang dapat dipahami, masuk akal dan dapat dipercaya. Citra yang baik dimaksudkan agar lembaga dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya dapat terus mengembangkan kreativitas serta nantinya terjalin relasi yang harmonis dengan publik. Sebaliknya jika citra lembaga di publik kurang baik, hal ini menunjukkan adanya ketidakpuasan yang dapat menimbulkan ketidakpercayaan, selanjutnya publik melakukan penarikan diri, tentu hal ini akan merugikan lembaga.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, maka citra yang baik sangatlah penting dan harus dimiliki oleh lembaga manapun, karena citra yang baik mampu memberikan manfaat bagi sebuah lembaga. Begitu pula dengan lembaga pendidikan (sekolah) harus mampu membangun serta mempertahankan citra lembaga yang positif dimasyarakat. Berkaitan hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran *public relations* dalam

meningkatkan citra lembaga pendidikan.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kepustakaan. Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi. Kemudian data dianalisis dengan teknik analisis isi. Untuk menjaga ketepatan pengkajian dan mencegah kesalahan informasi dalam analisis data maka dilakukan pengecekan antar pustaka dan membaca ulang pustaka. Hasil dari berbagai telaah literatur ini akan digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis mengenai peran *public relation* dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum *Public Relations* atau Humas

Menurut definisi kamus terbitan *Institute of Public Relation (IPR)*, sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan November 1987, "Humas 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". Jadi

humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang terorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Tujuan humas itu sendiri adalah untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan (khalayak atau publiknya)

“*Internasional Public Relations Assosiation* (IPRA) memberikan definisi kinerja *public relations* (humas) adalah fungsi manajemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama, melibatkan penerangan dan tanggapan dalam hubungan dengan opini publik; menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; menopang manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan yang dini dalam membantu kecenderungan dan

melakukan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Rumanti, 2001).” Humas harus mampu menghadapi segala perubahan dan ikut serta dalam menangani permasalahan yang terjadi pada suatu perusahaan dan membangun *image* yang baik sehingga sebuah perusahaan mapu mendapatkan reputasi yang baik dari publiknya.

Public relations dalam dunia pendidikan adalah proses komunikasi dua arah yang terencana dan sistematis antara organisasi pendidikan dengan lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk membangun nilai, ketertarikan, pemahaman, dan dukungan terhadap organisasi tersebut. *Public relations* atau humas menjadi gerbang terdepan yang menghubungkan lingkungan internal lembaga atau organisasi dengan publik atau masyarakat. Humas juga disebut-sebut sebagai corong suatu lembaga yang memiliki fungsi sebagai media penyalur informasi. Humas memiliki tanggungjawab membangun komunikasi internal maupun eksternal.

Public relations memang sering di anggap sama dengan humas dikarenakan terjebak atas

salah pengertian *public relations* diartikan sebagai hubungan masyarakat bukannya hubungan publik. *Public relations* yang diartikan sebagai humas merupakan suatu kegiatan yang dijalankan secara berkelanjutan oleh lembaga maupun perorangan untuk mengupayakan terbentuknya suatu hubungan yang baik dengan publik agar tercipta suatu pengertian dan penerimaan publik demi kelancaran dalam mencapai tujuan yang diharapkan oleh lembaga maupun perorangan yang bersangkutan.

Tugas-tugas yang dilakukan oleh seorang humas adalah berusaha menyampaikan pengertian dan pengetahuan akan seluruh fakta-fakta tentang runtutan situasi atau sebuah situasi dengan sedemikian rupa sehingga mendapatkan simpati akan kejadian tersebut. Maka dari penjelasan diatas dapat kita simpulkan bahwa humas mempunyai ruang lingkup yang terbatas. Peran humas hanya sebagai “pelengkap” yang bertanggung jawab dalam menjawab peristiwa yang terjadi dalam lembaganya sehingga menyebabkan timbulnya keresahan masyarakat atas lembaganya, hal

ini menyebabkan tidak adanya ruang khusus bagi humas untuk berkembang, tugasnya hanya untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Sedangkan *public relations* ruang lingkungannya luas, sangat berperan aktif baik urusan intern maupun urusan eksteren, yakni untuk membantu relasi dengan masyarakat luas. Hal tersebut menunjukkan bahwa *public relations* mempunyai ruang gerak yang luas yang akan membantu berkembangnya *public relations* dan lembaga tersebut. Persamaan antara keduanya yaitu baik *public relations* maupun humas sama-sama membangun komunikasi dua arah antara masyarakat dan suatu lembaga.

B. Peran *Public Relations* pada Lembaga Pendidikan

Pada dasarnya humas atau *public relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan untuk membangun *image* yang positif (Sinatra & Darmastuti, 2008). Tidak hanya dalam sebuah perusahaan, pada sebuah lembaga sosial seperti lembaga pendidikan yang merupakan tempat untuk untuk menyalurkan ilmu pada generasi penerus bangsa juga

memerlukan fungsi *public relations* atau humas.

Humas dalam sebuah lembaga pendidikan berperan untuk memasarkan dan membangun image yang baik, agar masyarakat percaya pada lembaga pendidikan tersebut. Selain itu humas dalam lembaga pendidikan juga berperan untuk membina dan mengelola hubungan yang baik dengan publik internal seperti antar karyawan karena hubungan yang baik dalam publik internal sangat dibutuhkan untuk membangun dan menjaga lembaga pendidikan itu sendiri. Di waktu bersamaan, humas juga berperan untuk membina dan menjaga hubungan yang baik dengan publik eksternal yaitu dengan masyarakat. Untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat humas harus mampu menjaga hubungan baik tersebut dan mendengar keinginan dan opini masyarakat.

Public relations merupakan suatu hal yang vital dalam lembaga karena berhubungan dengan kemampuan membentuk opini. Dalam hal ini seorang *public relations* harus memiliki keterampilan dalam memberikan opini, pandangan yang berkaitan dengan bidangnya dan

berhubungan dengan citra perusahaan. *Public realtions* juga sangat menentukan perwajahan lembaga tersebut di mata masyarakat luas karena *public relations* merupakan salah satu front liner penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Dengan kata lain, *public relations* juga berperan dalam membangun hubungan, khususnya hubungan komunikasi, antara lembaga dengan masyarakat luas. Untuk itu, di dalam sebuah *public relations* sangat penting untuk bisa mengelola manajemen komunikasi dan menjadi penggerak terbangunnya citra dalam suatu lembaga atau perusahaan.

Bila sebuah lembaga tidak memiliki *public relations*, sebenarnya bukan tidak mungkin lembaga tersebut bisa menjalin hubungan komunikasi dengan masyarakat. Namun tanpa keberadaan *public relations*, biasanya fungsi-fungsi hubungan masyarakat akan tidak tertangani dengan baik, akhirnya hal tersebut kadang kala menyebabkan terjadinya hubungan komunikasi yang kurang baik, bahkan bisa menyebabkan *miss communication* dengan masyarakat. Oleh karena itulah keberadaan *public relations*

sangat dibutuhkan dalam hal spesialisasi mengurus hubungan dengan masyarakat luas.

C. Fungsi *Public Relations* atau Humas pada Lembaga Pendidikan

Fungsi *public relations* dalam pendidikan berdasarkan paparan di atas diartikan sebagai rangkaian kegiatan organisasi instansi untuk menciptakan relasi yang harmonis dengan masyarakat atau pihak-pihak tertentu di luar instansi ataupun organisasi tersebut, agar dapat mendukung terhadap efektifitas dan efisiensi implementasi kerja secara sukarela. Berikut uraian fungsi *public relations* secara lebih rinci (Nasution, 2006):

1. Mengembangkan pengertian masyarakat tentang semua aspek pelaksanaan program pendidikan di sekolah.
2. Untuk dapat menetapkan apa harapan-harapannya mengenai tujuan pendidikan di sekolah dan bagaimana harapan para masyarakat terhadap lembaga/sekolah.
3. Untuk mendapatkan bantuan secukupnya dari para masyarakat kepada lembaganya, baik material, finansial maupun moril.

4. Menimbulkan rasa tanggung jawab yang lebih besar terhadap kualitas pendidikan.

5. Mengikuti sertakan masyarakat luas secara kooperatif dalam usaha mengatasi persoalan pendidikan dan meningkatkan kerjasama antara sekolah dengan masyarakat.

6. Memperkuat sebuah peningkatan serta tujuan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat.

7. Meningkatkan gairah masyarakat untuk menjalin sebuah hubungan dengan sekolah.

Tujuan humas dan *public relations* dalam pendidikan adalah terbentuk dan terpeliharanya saling pengertian (aspek kognisi), membentuk dan menjaga saling percaya (aspek afeksi), menciptakan dan memelihara kerjasama (aspek psikomotoris). Hubungan lembaga dengan penduduk/ masyarakat bertujuan yang diantaranya untuk memajukan kualitas suatu pertumbuhan dan pembelajaran anak, memperkuat tujuan serta meningkatkan kualitas penghidupan dan hidup masyarakat, dan meningkatkan gairah masyarakat untuk menjalin sebuah hubungan dengan sekolah.

Ditinjau dari kepentingan sekolah, peningkatan penyelenggaraan suatu hubungan masyarakat dengan sekolah bertujuan agar memelihara kelangsungan hidup sekolah, meningkatkan suatu mutu pendidikan di lembaga/sekolah yang bersangkutan, memperlancar belajarmengajar, mendapatkan bantuan dan dukungan dari masyarakat luas yang diperlukan dalam pelaksanaan dan pengembangan program sekolah (Ruslan, 2010)

Pada era global dimana segala sesuatunya sudah meningkat lebih cepat baik dalam masalah pendidikan maupun teknologi akan menciptakan perubahan-perubahan pada aspek kehidupan. Oleh karena itu lembaga pendidikan juga harus mampu menyeimbangi perubahan tersebut. Pada era global lembaga pendidikan juga harus berani menghadapi persoalan global yang mungkin timbul akibat adanya perubahan pada aspek kehidupan masyarakat, khususnya mengantisipasi opini negatif dari masyarakat. Untuk menghadapi persoalan global dan mengantisipasi opini negatif suatu lembaga pendidikan diperlukan *public relations* sebagai fungsi

manajemen. Berkaitan dengan hal tersebut, *public relations* berfungsi juga sebagai berikut:

1. Seorang *public relations* mampu menjadi mediator komunikasi dalam sebuah lembaga pendidikan, baik secara langsung (tatap muka) maupun secara tidak langsung (melalui media/pers).
2. Menciptakan dan mendukung serta menunjang kegiatan yang dilakukan untuk proses mempublikasikan lembaga pendidikan. Dalam hal ini humas berfungsi untuk memasarkan atau mempromosikan lembaga pendidikan.
3. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat atau publik intern, serta menciptakan image positif pada lembaga pendidikannya. Menjaga hubungan baik dengan masyarakat dilakukan guna untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat.

D. Peran *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan

Pada dasarnya humas atau *public relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan untuk membangun *image* yang positif. Tidak hanya dalam sebuah perusahaan, pada sebuah lembaga sosial seperti lembaga pendidikan

yang merupakan tempat untuk untuk menyalurkan ilmu pada generasi penerus bangsa juga memerlukan fungsi manajemen humas.

Public relations dalam sebuah lembaga pendidikan berperan untuk memasarkan dan membangun *image* yang baik agar masyarakat mampu percaya pada lembaga pendidikan tersebut. Selain itu *public relations* dalam lembaga pendidikan juga berperan untuk membina dan mengelola hubungan yang baik dengan publik internal seperti antar karyawan karena hubungan yang baik dalam publik internal sangat dibutuhkan untuk membangun dan menjaga lembaga pendidikan itu sendiri. Selain dengan publik internal, humas dalam lembaga pendidikan juga berperan untuk membina dan menjaga hubungan yang baik dengan publik eksternal yaitu dengan masyarakat. Untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat seorang *public relations* harus mampu menjaga hubungan baik tersebut, juga harus mampu mendengar keinginan dan opini masyarakat.

Banyak yang menganggap peran humas atau *public relations* tidak penting bagi instansi

pendidikan. Terutama ini banyak dilakukan oleh sekolah-sekolah yang berada di bawah naungan pemerintah, mulai dari tingkat Sekolah Dasar (SD)/ Madrasah Ibtidaiyah (MI) sampai tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA)/Madrasah Aliyah (MA). Kecuali di tingkat Universitas, sudah ada staf atau petugas sendiri untuk bagian humas atau *public relations*. Memang untuk lembaga pendidikan swasta atau di bawah naungan yayasan tertentu sudah mulai digunakan cara-cara kehumasan tersebut, tapi biasanya kurang maksimal dan masih menjadi minoritas. Walaupun ada *job description* untuk itu tidak bisa bekerja dengan baik serta kurang bisa membawakan peran bagaimana semestinya seorang humas itu. Padahal dalam lembaga pendidikan peran humas atau *public relations* sangatlah penting untuk membangun dan menjaga *image* yang positif, mengingat lembaga pendidikan yang memiliki publik internal dan eksternal.

Pengembangan pendidikan bukanlah pekerjaan sederhana karena pengembangan tersebut memerlukan adanya perencanaan secara terpadu dan menyeluruh. Terkait dengan fungsi lembaga

pendidikan sebagai salah satu tempat meningkatkan sosial budaya masyarakat, maka hubungan dengan masyarakat tidak dapat dipisahkan. Hubungan lembaga pendidikan sekolah dan masyarakat adalah bagian internal yang tidak dapat dipisahkan yaitu mempunyai substansi sebagai sarana komunikasi *two way traffic communication* dan bersama-sama untuk bertanggung jawab ke arah terciptanya tujuan pendidikan yang dicita-citakan bersama.

Kegiatan humas yang dilakukan di sekolah bertujuan untuk menjaga hubungan baik dengan semua lapisan masyarakat dan juga meningkatkan peran aktif dari masyarakat. Sementara keberadaan humas akan menguntungkan kedua belah pihak, yaitu pengelola pendidikan dan masyarakat. Dengan adanya kegiatan humas akan mendorong partisipasi aktif yang positif dari masyarakat, sehingga akan diikuti berbagai bantuan yang datang telah terciptanya respons yang baik dari masyarakat, baik dengan dukungan moral maupun material dengan melihat kesungguhan dari pengelola lembaga pendidikan ke arah yang lebih maju. Maka sudah sangat jelas bahwa lingkungan

pendidikan bukanlah suatu badan yang berdiri sendiri, melainkan suatu bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat luas juga sebagai sistem terbuka yang selalu mengadakan kerja sama yang baik dengan masyarakat, secara bersama-sama membangun pendidikan.

Keberadaan *public relations* atau hubungan masyarakat tidak hanya untuk membina hubungan dengan pihak luar. Namun sangat penting untuk memberikan informasi ke dalam, baik kepada pimpinan maupun sesama karyawan dan guru sendiri, jadi jelaslah bahwa dalam *public relations* terdapat suatu usaha untuk mewujudkan suatu hubungan yang harmonis antara sekolah dengan publik sehingga akan muncul opini publik yang menguntungkan bagi kehidupan sekolah tersebut. Dari beberapa faktor pembentuk citra, humas (*public relations*) merupakan ujung tombak sebuah lembaga dalam bermitra dan mengomunikasikan pesan kepada khalayak untuk membentuk sebuah citra positif karena citra adalah tujuan utama, sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia kehumasan.

Humas berperan untuk menghubungkan sekolah dengan para *stakeholders*, berusaha menginformasikan aktivitas lembaga secara terbuka ke hadapan publik, serta mengumpulkan saran dan harapan para *stakeholders* yang nantinya dijadikan acuan perumusan renstra dalam rangka pengembangan lembaga yang lebih baik. Berdasarkan dari penjelasan di atas, maka citra yang baik sangatlah penting dan harus dimiliki oleh lembaga manapun, karena citra yang baik mampu memberikan manfaat bagi sebuah lembaga. Begitu pula dengan lembaga pendidikan (sekolah) harus mampu membangun serta mempertahankan citra lembaga yang positif dimasyarakat.

Humas lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam membangun citra positif lembaga karena setiap humas lembaga pendidikan harus melakukan proses komunikasi antara lembaga pendidikan dengan publik luar (masyarakat) yang menjadi sasaran pengguna jasa lembaga pendidikan dimana dia bekerja. Proses komunikasi tersebut berupaya menanamkan pengertian publik luar tentang apa dan bagaimana lembaga pendidikan tersebut,

sehingga masyarakat memiliki pengetahuan tentang lembaga pendidikan. Selain itu, seorang *public relation* (humas) harus mampu memberikan kontribusinya melalui fungsi sebagai jembatan antara masyarakat (lingkungan eksternal) sebagai pengguna jasa, dengan lembaga sebagai penyedia jasa dalam membangun citra yang baik.

Citra suatu lembaga termasuk lembaga pendidikan dimulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinnya, nama lembaga, dan tampilan lainnya seperti pemanfaatan media publisitas baik yang visual, audio maupun audio visual. Identitas dan citra lembaga juga dalam bentuk non fisik seperti nilai-nilai dan filosofis yang dibangun, pelayanan, gaya kerja dan komunikasi internal maupun eksternal. Identitas lembaga akan memancarkan citra (*image*) kepada publik, antara lain dimata *user* (pengguna), komunitas, media, penyumbang dana, staff, dan juga pemerintah sehingga jadilah citra lembaga. Maka dari itu, citra lembaga pendidikan dibangun dari 4 area , yaitu:

1. produk / *service* (termasuk kualitas output, dan *costemer care*)

2. *Social responsibility, institution citizenship, etnical behaviour, dan community affair*

3. *Environments* (ruang kantor, ruang informasi, laborat, dan sebagainya)

4. *Communication*, (iklan, publishing, personal communication, brosur, dan program-program identitas lembaga)

Dengan demikian, berdasarkan hal di atas semua pihak mempunyai peran dalam membangun citra (*image*) lembaga dan *public relations* sangat berperan penting dalam meningkatkan citra lembaga tersebut. Hal ini didasarkan bahwa citra suatu lembaga merupakan tanggung jawab bersama untuk membangunnya. Peran yang diambil oleh masing-masing elemen dalam stakeholder harus mendasarkan pada peningkatan kualitas output, tanggungjawab sosial, lingkungan yang religius, serta komunikasi konstruktif antar anggota internal maupun eksternal.

E. Strategi Kegiatan *Public Relations* atau Humas di Lembaga Pendidikan

Dalam proses pencapaian untuk menciptakan *image* yang baik dan mendapatkan kepercayaan

dari masyarakat serta untuk mewujudkan visi dan misi yang dimiliki oleh suatu lembaga pendidikan, seorang *public relations* harus mempunyai strategi kegiatan humas dan *public relations*. Strategi kegiatan ini merupakan salah satu alternatif yang digunakan untuk mencapai tujuan *public relations*, strategi-strategi tersebut sebagai berikut (Andyretno, 2009):

1. Menentukan tujuan apa yang ingin dicapai oleh pihak yang terlibat dalam manajemen lembaga pendidikan.
2. *public relations* atau humas harus menentukan strat
3. Menyusun strategi apa yang akan digunakan untuk melaksanakan program perencanaan tersebut.
4. Menentukan program kerja yang akan digunakan dan dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang telah direncanakan atau dijadwalkan.
5. PR dapat menentukan anggaran dana yang telah dipersiapkan serta daya pendukung yang bersifat khusus.

IV. KESIMPULAN

Pada lembaga pendidikan *public relations* atau humas sangat dibutuhkan, apalagi pada era global

yang menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan pada aspek kehidupan masyarakat. Humas berperan penting untuk membangun *image* positif lembaga pendidikan, menciptakan dan menjaga hubungan yang harmonis baik secara internal maupun eksternal dalam lembaga pendidikan, dan mengelola informasi kepada publik terkait

dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada lembaga pendidikan karena lembaga pendidikan dituntut untuk menyesuaikan dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada era global. Mengingat pentingnya keberadaan humas pada lembaga pendidikan, maka lembaga pendidikan juga harus mulai mengfungsikan kembali peran humas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andyretno. (2009). *Maksimalkan Fungsi Humas dalam Lembaga Pendidikan*
Diakses dari
<http://andyretno.wordpress.com/2009/01/06/memaksimalkan-fungsi-humas-dalam-dunia-pendidikan/>. pada 12 Mei 2020.
- Effendy, O. U. (2002). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi komunikologis*.
Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations: Konsep & Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Nasution, Z. (2006). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Pers
- Rumanti, M. A. (2001). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ruslan, R. (2010). *Manajemen. Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada

Sinatra, L & Darmastuti, R. (2008). Kajian Peran *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Tengah. *Jurnal SCRIPTURA*, 2 (2).

Oktavianingsis, T. (2012). *Peran Humas Lembaga Negara dalam Menjaga Reputasi Organisasi*. Jakarta. Universitas Indonesia.