

PELAKSANAAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN CITRA SEKOLAH
(Studi Kasus di SD Kristen Anak Panah Surabaya)

Yuning Swastiti 11010714050

Program Studi Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
E-mail: yuningswastiti@gmail.com

Karwanto

Program Studi Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
E-mail: karin_haidar@yahoo.com

Abstrak

Sekolah memiliki berbagai macam cara untuk mempromosikan sekolahnya, sehingga sekolah tersebut memiliki ciri khas tersendiri dan itu juga menjadi poin penting dalam memajukan kualitas dari sekolah. Fokus dalam penelitian ini adalah (1) Proses membangun citra di SD Kristen Anak Panah Surabaya, (2) Pelaksanaan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah Surabaya, (a) Media-media yang digunakan dalam pelaksanaan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah Surabaya, (b) Usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan pelaksanaan hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah di SD Kristen Anak Panah Surabaya

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan rancangan penelitian menggunakan studi kasus. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) wawancara terstruktur, (2) observasi partisipatif, dan (3) studi dokumentasi. Teknik untuk keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi teknik. Teknik keabsahan data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian di lapangan mengenai pelaksanaan hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah (studi kasus di SD Kristen Anak Panah Surabaya) dapat dijelaskan sebagai berikut (1) proses membangun citra di SD Kristen Anak Panah Surabaya lebih difokuskan pada peningkatan kualitas sekolah, (2) Pelaksanaan hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah, menggunakan media program sekolah seperti pelaksanaan *Creative Writing Program*, *Reading Challenge Program*, dan Anak Asuh. Usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan pelaksanaan hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah di SD Kristen Anak Panah Surabaya dengan mengembangkan program tersebut dan lebih menarik perhatian peserta didik dalam mengikuti program *Creative Writing Program* dan *Reading Challenge Program*.

Kata Kunci: *Pelaksanaan Hubungan Masyarakat, Citra Sekolah*

Abstract

The school has many ways to promote their school, so that the school has characteristic and it could be the important point to increase school's quality. This research take focus on (1) Building image process of Anak Panah Christian Elementary School Surabaya, (2) Implementation of public relations in AnakPanah Christian Elementary School Surabaya, (a) Media that used in implementation of public relations at AnakPanah Christian Elementary School Surabaya, (b) Efforts that done to increase implementation of public relations at Anak Panah Christian Elementary School Surabaya.

This research using qualitative approach with case study research planning. Technique that used in this research are (1) structural interview, (2) pasif participation observation, and (3) documentation study. Technique for data validity using triangulation source and triangulation technique. Data validity technique using data reduction, data presentation, and data verification. Result of this research about implementation of public relation to build school image (case study in AnakPanah Christian Elementary School Surabaya) can be explained below (1) building image process in AnakPanah Christian Elementary School Surabaya focused on increasing the school quality, (2) Implementation of public relations in bulding school image by using school's program as media such as *Creative Writing Program*, *Reading Challenge Program*, dan *Foster Child*. Efforts that been done to increase the implementation of public relations to build the school image in Anak Panah Christian Elementary School Surabaya by

develop interesting program to take the students interest in following Creative Writing Program and Reading Challenge Program

Keywords: *implementation of public relation, school image.*

PENDAHULUAN

Untuk dapat menuntut ilmu peserta didik memerlukan tempat dan fasilitas yang dapat membantunya, hal tersebut adalah sekolah. Lembaga ini merupakan salah satu dari fasilitas umum yang mempunyai fungsi sebagai tempat untuk menuntut ilmu bagi para peserta didik. Pada jaman globalisasi ini, sebuah sekolah dituntut untuk bersaing dengan sekolah-sekolah yang ada di sekitarnya. Untuk menuntut ilmunya, biasanya peserta didik memilih sekolah yang berkualitas. Sehingga sekolah yang berkualitas menjadi banyak dicari oleh peserta didik dan orang tua peserta didik. Sekolah yang berkualitas adalah sekolah yang mampu mengelola maupun mengatur sekolahnya dengan baik, terutama untuk pengelolaan hubungan masyarakat (public relations). Dengan adanya pengelolaan hubungan masyarakat ini, sekolah memiliki perantara untuk dapat mengetahui keinginan atau kebutuhan dari peserta didik. Membangun citra terhadap sekolah serta dapat menyelesaikan masalah apabila terjadi masalah terhadap pihak sekolah dengan masyarakat ataupun pihak sekolah dengan orang tua peserta didik. Begitu juga dengan adanya citra sekolah dapat membantu meningkatkan prestasi dari sekolah.

Manajemen hubungan masyarakat (public relations) sangat dibutuhkan dalam sebuah sekolah supaya sekolah tersebut dapat berjalan dengan lancar dalam melakukan kegiatan pembelajaran serta kegiatan peningkatan kualitas sekolah sesuai dengan kebutuhan dari lingkungan sekitarnya.

Menurut Maria (2002:7), pengertian public relations dapat dijelaskan sebagai berikut: *Public relation* adalah: Interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena public relation merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan. (Maria, 2002:7)

Selain itu menurut Bonham, Vice Chairman, American National Red Cross (Siswanto, 1992:5) menyatakan *public relations* sebagai berikut: *Public Relations* adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi/badan. (Siswanto, 1992:5)

Keberhasilan program pencitraan sangat dipengaruhi oleh manajemen hubungan masyarakat (public relations) yang ada di sekolah. Semakin baik pengelolaan manajemen hubungan masyarakat (public relations) maka segala potensi yang dimiliki oleh sekolah dapat memberikan pencitraan yang baik dan dapat memajukan mutu kualitas dari sekolah. Maisyaroh (2004:3), mendefinisikan hubungan lembaga pendidikan dan masyarakat sebagai berikut: hubungan lembaga pendidikan dan masyarakat adalah suatu proses komunikasi antara lembaga pendidikan dan masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kebutuhan dan praktek pendidikan dan pada akhirnya bekerjasama untuk meningkatkan kualitas pendidikan di lembaga pendidikan. (Maisyaroh, 2004:3)

Dalam memajukan kualitas di sekolah sangat memerlukan pencitraan dari masyarakat terhadap sekolah. Pencitraan yang sudah ada harus dioptimalkan oleh pihak sekolah untuk dapat menambah lagi pencitraan yang telah ada sebelumnya. Pencitraan yang dilakukan oleh manajemen hubungan masyarakat digunakan untuk membantu program-program yang dilakukan oleh pihak sekolah serta meningkatkan kualitas sekolah dalam persaingan jaman sekarang.

Dalam manajemen pendidikan di sekolah, manajemen hubungan masyarakat mempunyai kedudukan. Yang mana kedudukan manajemen hubungan masyarakat tersebut dalam organisasi sekolah sebagaimana dikemukakan oleh Suryosubroto (2012:15) sebagai berikut: Pertama, jika dilihat dari sudut pandang manajemen, humas adalah suatu realisasi fungsi komunikasi sementara tugas humas itu sendiri merupakan salah satu fungsi manajemen. Kedua, jika ditinjau dari sudut pandang administrasi pendidikan, humas adalah bagian atau salah satu komponen kegiatan administrasi pendidikan, dalam hal ini di sekolah. Realisasinya adalah kegiatan yang dilakukan sekolah bersama-sama dengan masyarakat. Kegiatan sekolah yang berhubungan dengan masyarakat diarahkan pada terciptanya kerja sama yang harmonis antara sekolah dan masyarakat.

Manajemen hubungan masyarakat (public relations) harus diadakan dalam proses pendidikan, hal ini berfungsi untuk menjaga kepercayaan dari pihak peserta didik, orang tua peserta didik, stakeholder, serta masyarakat. Supaya pihak sekolah mampu memenuhi kebutuhan pendidikan pada jaman ini serta sekolah dapat bersaing pada jaman globalisasi ini. Tidak hanya itu saja, sebuah pencitraan yang dilakukan oleh manajemen

hubungan masyarakat (public relations) dapat bermanfaat untuk pihak peserta didik, orang tua peserta didik, stakeholder, serta masyarakat dapat mendukung program-program pendidikan yang ada di sekolah. Agar semua pencitraan dapat berjalan secara optimal, maka diperlukan pengelolaan yang baik dari pihak manajerial sekolah. Kegiatan pengelolaan suatu pencitraan di sekolah meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian.

Pengelolaan pencitraan yang baik, diharapkan dapat bermanfaat bagi semua komponen-komponen yang ada sebuah sekolah. Pihak sekolah memerlukan pengertian dari masyarakat tentang tujuan dari kegiatan pendidikan yang ada di sekolah, memberikan fasilitas pertukaran informasi antara orang tua dan guru yang memberikan pemecahan terhadap pendidikan anak, serta pihak sekolah mendapatkan opini masyarakat tentang perencanaan pertemuan dengan orang tua untuk kebutuhan murid-murid. Pihak peserta didik dan orang tua peserta didik memerlukan fasilitas informasi untuk perkembangan pembelajaran dari peserta didik, serta mendapatkan pemecahan masalah terhadap hal-hal yang menghambat proses pembelajaran bagi pihak peserta didik.

SD Kristen Anak Panah Surabaya merupakan salah satu lembaga formal penyelenggara pendidikan yang ada di kota Surabaya. Sekolah ini merupakan sekolah yang baru berdiri pada tahun 2009 yang dulunya beralamat di Jalan Lebak Jaya 2 Tengah No 46 Surabaya, namun semenjak tahun 2012 sekolah tersebut pindah di Jalan Kenjeran 440 Surabaya. Tempat yang baru memiliki letak yang lebih strategis karena dekat dengan jalan raya dan gedung yang baru memiliki lahan yang lebih luas dibandingkan dengan gedung yang lama yang beralamat di Jalan Lebak Jaya Tengah No. 46 Surabaya. Faktor ini juga dapat meningkatkan kualitas dari sekolah, terutama untuk pencitraan sekolah. Karena dengan adanya gedung yang baru semakin lengkap fasilitas yang dibutuhkan oleh sekolah dan juga semakin strategis letak sekolah yang dekat dengan jalan raya sehingga mempermudah peserta didik untuk datang ke sekolah. Dengan gedung baru ini SD Kristen Anak Panah lebih terlihat karena memiliki gedung yang lebih besar dan luas dibandingkan dengan sekolah-sekolah SD yang berada di kawasan Kenjeran. Dengan usia sekolah yang masih baru, pelaksanaan hubungan masyarakat membutuhkan pelaksanaan yang lebih aktif dan optimal lagi dalam memperkenalkan SD Kristen Anak Panah kepada masyarakat.

SD Kristen Anak Panah Surabaya merupakan sekolah yang belum lama berdiri sehingga untuk pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat berfokus pada peningkatan kualitas sekolah secara akademik

maupun non-akademik. Untuk mengembangkan kualitas sekolah tersebut memiliki 3 program unggulan. Program tersebut yaitu *Reading Challenge Program*, *Creative Writing Program*, dan Anak Asuh. Program tersebut dilakukan oleh pihak sekolah pada akhir bulan. Program tersebut sebenarnya dilakukan oleh Pemerintah pada tahun ini. Namun SD Kristen Anak Panah telah memiliki program itu sebelum pemerintah mencanangkannya, sehingga SD Kristen Anak Panah Surabaya telah siap saat program dari pemerintah tersebut dilaksanakan. SD Kristen Anak Panah juga memiliki tambahan kurikulum Cambridge, sehingga kelas dibedakan menjadi dua yaitu kelas nasional plus yang memiliki kurikulum Cambridge dan kurikulum nasional, serta kelas nasional untuk kurikulum yang sesuai dengan kurikulum nasional. SD Kristen Anak Panah memiliki keunikan dalam pengelolaan hubungan masyarakat yaitu dalam mempromosikan sekolah hanya menggunakan brosur dan kualitas sekolah. Berbeda dengan sekolah Kristen pada umumnya yang menggunakan media koran dalam mempromosikan sekolah. Namun SD Kristen Anak Panah ini tidak menggunakan media koran karena pihak sekolah lebih memikirkan uang yang digunakan untuk memasang promosi melalui media koran lebih baik dipergunakan untuk membantu peserta didik dengan program anak asuh. Meskipun peserta didik tersebut diberikan bantuan dari sekolah, namun orang tua peserta didik masih tetap diberikan tanggung jawab untuk membayar kebutuhan peserta didik di sekolah dengan biaya yang murah. Hal tersebut diinginkan sekolah supaya orang tua memiliki tanggung jawab terhadap pendidikan dari peserta didik. Dengan adanya berbagai program yang diadakan oleh SD Kristen Anak Panah Surabaya diharapkan mampu memberikan pencitraan terhadap sekolah dan mampu memajukan kualitas SD Kristen Anak Panah Surabaya.

Untuk media yang digunakan dalam pelaksanaan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah terbatas, dengan melalui media pemasaran brosur, dan media online yaitu website dan facebook.

Kenyataan yang ada di lapangan menunjukkan. Pertama, usia sekolah yang belum lama berdiri sehingga SD Kristen Anak Panah Surabaya lebih memfokuskan pelaksanaan hubungan masyarakat pada peningkatan kualitas sekolah secara akademik maupun non-akademik, sehingga sekolah memiliki 3 program yang menjadi andalan di SD Kristen Anak Panah Surabaya. Kedua, kurangnya media hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah Surabaya. Ketiga, manajemen hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah Surabaya dikelola oleh kepala sekolah. Keempat, pada umumnya belum populer mengenai pekerjaan-pekerjaan yang melibatkan

komunikasi dengan pihak luar. Komunikasi yang ada hanya bersifat kedinasan ataupun dengan orang tua.

Berdasarkan kondisi dan uraian-uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui tentang pelaksanaan hubungan masyarakat (public relations) sekolah. Sehingga peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Pelaksanaan Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Sekolah (Studi Kasus di SD Kristen Anak Panah Surabaya)”.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) Proses membangun citra di SD Kristen Anak Panah Surabaya, (2) Pelaksanaan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah Surabaya (a) Media-media yang digunakan dalam pelaksanaan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah Surabaya, (b) Usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan pelaksanaan hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah di SD Kristen Anak Panah Surabaya.

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus. penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan mengenai bagaimana pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah di SD Kristen Anak Panah Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan yaitu *data reduction*, *data display*, *conclusion drawing/verification*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa: (a) Filosofi nama SD Kristen Anak Panah Surabaya, (b) Citra yang diharapkan SD Kristen Anak Panah yaitu siswa siapapun bisa bersekolah di SD Kristen Anak Panah, (c) Gedung yang baru mendukung pelaksanaan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah, (d) Dengan umur sekolah yang belum lama SD Kristen Anak Panah memfokuskan pada pengembangan kualitas sekolah secara akademik maupun non-akademik. Dalam mengembangkan kualitas sekolah, SD Kristen Anak Panah memiliki 3 program unggulan, yaitu *Reading Challenge Program*, *Creative Writing Program* dan *Anak Asuh*, (e) *Reading Challenge Program* dan *Creative Writing Program* melibatkan guru kelas dan guru bahasa, karena program tersebut diwajibkan untuk semua siswa, (f) *Reading Challenge Program* dan *Creative Writing Program* mendapatkan fasilitas buku bacaan oleh sekolah, (g) Untuk program *Anak Asuh*, hanya orang yang terlibat mengetahui jalannya program ini. Orang-orang yang terlibat antara lain pihak sekolah, yayasan, orang tua

penerima bantuan dan donator. Jadi orang tua yang lain hanya mengetahui ada bantuan keringanan sekolah, (h) Tujuan dari proses membangun citra di SD Kristen Anak Panah yaitu untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan orang tua calon peserta didik dalam melayani di bidang pendidikan dan menyiapkan peserta didik dalam menghadapi tantangan zaman.

Hal ini sesuai dengan pendapat Harlow (Aedi, 2011:21) yang mengemukakan bahwa hubungan masyarakat (public relation) merupakan suatu fungsi dari manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya terutama menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam persoalan permasalahan, membantu manajemen menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan mempergunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Maria (2002:7), yang menyatakan bahwa pelaksanaan hubungan masyarakat melakukan interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena public relation merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Oliver (2007:4) menyebutkan. Humas mengidentifikasi persepsi yang dipegang oleh organisasi dan memberi informasi mengenai kinerja organisasi kepada semua audiens yang relevan. Manajemen humas menyangkut pengembangan reputasi yang pantas untuk sebuah organisasi, yang didasarkan pada kinerja. Reputasi ini tidak harus baik, tetapi yang pantas diperoleh organisasi ini.

Menurut Reck (Abdurahman,2001:25) hubungan masyarakat dapat dijelaskan sebagai berikut: *Public relations is the continued process of keying policies, services and actions to be the best of interest of those individual and groups whose confidence and goodwill an individual or institutions covets and secondly, it's the interpretation of these policies, services and actions to assure complete understanding and appreciation.*

Sejalan dengan pendapat tersebut Menurut Siedel (Suryobroto, 2004:156) “*Public relation is the continuing proces by which management*

endeavors to obtain the goodwill and understanding of its costumer, its emplyees and the public at large, inwardly throught self analysis and corretcion, outwardly thought all means of expression."

Menurut pendapat peneliti terkait dengan proses membangun citra di SD Kristen Anak Panah Surabaya bahwa dalam proses membangun citra membutuhkan manajemen hubungan masyarakat/*public relations*. Sesuai dengan pendapat Maria (2002:7) bahwa pada dasarnya proses membangun citra sekolah memerlukan manajemen hubungan masyarakat. Karena manajemen hubungan masyarakat merupakan ilmu yang bertujuan untuk membantu sekolah memberikan kesan maupun citra kepada masyarakat. Tugas dari manajer hubungan masyarakat (Kepala Sekolah) membuat dan melaksanakan program yang menarik maupun yang dibutuhkan bagi masyarakat. Pelaksanaan hubungan masyarakat juga harus dikondisikan sesuai dengan kebutuhan dari sekolah dan masyarakat. Karena sebagai fasilitator/mediator manajer hubungan masyarakat (Kepala Sekolah) dapat melayani kepentingan umum dibidang pendidikan, dan masyarakat juga dapat membantu dan mendukung program-program yang diadakan sekolah, sehingga dari hal tersebut sekolah mendapatkan pencitraan dari masyarakat.

SD Kristen Anak Panah Surabaya, memiliki nama yang unik dan gedung yang tinggi sehingga dapat menarik perhatian masyarakat tentang adanya SD Kristen Anak Panah. SD Kristen Anak Panah Surabaya merupakan sekolah yang masih baru, karena belum memiliki lulusan peserta didik. Sehingga SD Kristen Anak Panah, melaksanakan hubungan masyarakatberfokus pada pengembangan kualitas sekolah secara akademik maupun non-akademik. Manajer hubungan masyarakat berpendapat bahwa masyarakat dapat mempercayai sekolah, apabila sekolah mampu memberikan pelayanan pendidikan yang terbaik bagi peserta didiknya. Jadi kualitas sekolah mempengaruhi citra yang akan diberikan oleh sekolah. Hal ini dapat dibuktikan dengan peserta didik yang mendaftar tiap tahunnya di SD Kristen Anak Panah Surabaya.

Program anak asuh memang sangat dibutuhkan oleh siswa yang kurang mampu namun masih ingin sekolah. Bahkan yayasan memberikan sarana transportasi untuk siswa yang tinggal di tempat penampungan anak-anak yang tidak mampu. Dengan adanya siswa yang memiliki pengetahuan dan keterampilan serta adanya keringanan biaya untuk anak yang kurang mampu, maka akan menghasilkan citra sekolah.

B. Pelaksanaan Hubungan Masyarakat Di SD Kristen Anak Panah Surabaya

1. Media-media yang digunakan dalam melaksanakan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah Surabaya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa: (a) SD Kristen Anak Panah Surabaya memiliki media humas yang terbatas, (b) SD Kristen Anak Panah Surabaya memiliki media humas melalui brosur, (c) SD Kristen Anak Panah memiliki media online yang bisa mengenalkan sekolah ke masyarakat yaitu media *website* dan *facebook*. (d) Untuk media online *facebook* bekerja sama dengan pihak yayasan, (e) Pelaksanaan *Reading Challenge* dan *Creative Writing*, guru bisa berkonsultasi dengan manajer humas dalam membantu permasalahan yang guru alami saat membimbing peserta didik, (e) Selain diberikan keringanan biaya, anak yang tinggal di tempat penampungan yayasan diberikan fasilitas alat transportasi untuk bisa ke sekolah.

Hal ini sesuai dengan pendapat Hidayat (2014:65-66) mengatakan bahwa media PR berdasarkan bentuknya terdiri dari media cetak seperti surat kabar, tabloid dan majalah. Bentuk lain dari media yakni media elektronik yang meliputi: televisi, radio siaran, film, internet. Untuk media internet terdiri dari: Pertama, media massa online, seperti *magazine online*, *newspaper online*, *digital television* dan *digital radio*; Kedua, media non-massa online, meliputi *video conference*, *chatting*, *teleconference*, *e-mail*, *youtube*, dan *blog*; Ketiga, sosial media online meliputi: *facebook*, *twitter*, dan *instagram*.

Pendapat yang sama juga dikatakan Philip Lesly (1991:7) bahwa media relations adalah hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi.

Sejalan dengan pendapat tersebut Yosali Iriantara (2005:32) mengatakan bahwa media relations merupakan bagian dari Public Relations Eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi.

Dari pendapat para ahli dapat diketahui bahwa media-media pelaksanaan hubungan masyarakat mempengaruhi kinerja dari hubungan masyarakat yang ada di SD Kristen Anak Panah Surabaya. Berdasarkan media-media yang digunakan dalam pelaksanaan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah Surabaya, menurut peneliti media-media yang digunakan belum maksimal dan terbatas karena untuk melalui pengenalan sekolah terhadap masyarakat hanya melalui media brosur dan media

online seperti website dan facebook. Media website SD Kristen Anak Panah tidak memperbaharui lagi, dan untuk facebook masih bekerja sama dengan pihak yayasan. Sehingga hanya sebagian masyarakat yang mengetahui SD Kristen Anak Panah Surabaya. Untuk pelaksanaan 3 program unggulan memang sudah tepat karena sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan kondisi dari sekolah. Untuk bisa mengoptimalkan media-media yang digunakan sebaiknya sekolah berkoordinasi dengan guru komputer untuk bisa memperbaharui website, sehingga masyarakat yang lebih luas mengetahui sekolah SD Kristen Anak Panah dan kualitas dari sekolah.

2. Usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan pelaksanaan hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah di SD Kristen Anak Panah Surabaya

Temuan penelitian menunjukkan bahwa: (a) Menjadi Mediator saat terjadi permasalahan. Sepeti pada permasalahan pemindahan gedung, (b) Konsisten dengan pengembangan kualitas sekolah untuk mencapai citra yang diinginkan melalui 3 program unggulan, (c) Mempublikasikan kebijakan manajer hubungan masyarakat, serta menjelaskan manfaat yang diperoleh dari kebijakan yang dibuat tersebut.

Hal ini sesuai dengan pendapat Hidayat (2014:71) mengatakan bahwa prinsip kegiatan PR harus selalu bertumpu pada komunikasi dan relasi serta menggunakan media-media PR secara maksimal.

Pendapat yang sama juga dikatakan Rosady Ruslan (Suparmo, 2011:91) mengemukakan bahwa aktifitas *Public Relations* meliputi: *Communicator* (Komunikasi), *Relationship* (Membangun hubungan), *Back-up Management* (Kemampuan melaksanakan dukungan), *Good Image Maker* (Kemampuan menciptakan citra), *Creator* (Menciptakan program), *Problem Solver* (Memecahkan Masalah). Namun untuk usaha-usaha yang dilakukan manajer hubungan masyarakat, aktifitas yang sesuai dengan pendapat dari Rosady Ruslan yaitu sebagai *Creator* dan *Problem Solver*.

Sejalan dengan pendapat tersebut Rachmadi (1992:7) menyebutkan bahwa humas merupakan usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara satu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbale balik atau dua arah. Hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya *mutual understanding*, *mutual confidence*, dan *image* yang baik. Ini semua merupakan langkah-langkah yang harus ditempuh oleh Humas untuk mencapai hubungan yang harmonis.

Menurut pendapat peneliti terkait dengan usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan pelaksanaan hubungan masyarakat dalam membangun citra sekolah di SD Kristen Anak Panah Surabaya, bahwa dalam usaha-usaha dalam meningkatkan pelaksanaan hubungan masyarakat berupa menjadi mediator saat terjadi permasalahan. Sepeti pada permasalahan pemindahan gedung, konsisten dengan pengembangan kualitas sekolah untuk mencapai citra yang diinginkan melalui 3 program unggulan serta mempublikasikan kebijakan manajer hubungan masyarakat, serta menjelaskan manfaat yang diperoleh dari kebijakan yang dibuat tersebut. Usaha-usaha meningkatkan pelaksanaan hubungan masyarakat harus mempunyai prinsip sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan sesuai dengan kondisi dari sekolah. Maka usaha-usaha peningkatan pelaksanaan hubungan masyarakat bisa berjalan secara efektif dan efisien.

Saran

1. Kepala SD Kristen Anak Panah Surabaya
Dalam proses membangun citra sekolah, diharapkan Kepala Sekolah mampu memberikan dukungan dalam pelaksanaan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah Surabaya.
2. Wakil Kepala Sekolah Bidang Kehumasan SD Kristen Anak Panah Surabaya
Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan dan Kehumasan diharapkan mampu menjalin komunikasi yang baik dengan guru, orang tua serta masyarakat sehingga pihak guru, orang tua dan masyarakat mampu mendukung program yang dilaksanakan di SD Kristen Anak Panah Surabaya. Mengembangkan media-media pelaksanaan hubungan masyarakat supaya masyarakat yang lain bisa mengenal SD Kristen Anak Panah sehingga pencitraan yang diharapkan dapat terpenuhi.
3. Staf pengajar
Staf pengajar diharapkan mampu membantu dan mendukung program kerja dari pelaksanaan hubungan masyarakat yang telah dirancang oleh manajer humas.
4. Orang tua peserta didik
Orang tua peserta didik diharapkan untuk selalu memantau serta membantu jalannya pelaksanaan hubungan masyarakat di SD Kristen Anak Panah.
5. Peneliti lain
Peneliti lain diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi untuk mengembangkan penelitian yang sejenis dalam bidang manajemen hubungan masyarakat yang mempunyai kelemahan dalam pelaksanaan media humas yang terbatas. Bagi kepala

Dinas Pendidikan setempat hendaknya lebih melakukan pengawasan dan monitoring terhadap kinerja guru yang bersertifikasi agar guru yang bersertifikasi tidak lupa terhadap tanggung jawab nya yakni agar selalu meningkatkan kompetensinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Bungin, M. Burhan. 2008. *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Coulsan, Colin dan Thomas. 2002. *Public Relations Pedoman Praktis untuk Public Relation*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Effendy, Onong, U. 2005. *Ilmu Komunikasi: teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Griffin, Ricky W. 2004. *Manajemen. Edisi ketujuh, jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Handoko, Hani T. (2003). *Manajemen*. Yogyakarta. Penerbit: BPFE.
- Hidayat, Dasrun. 2014. *Media Public Relations; Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode kerja PR Digital*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kurnia, Indhira H. 2013. *Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)*. Surakarta: Jurnal Penelitian UNS.
- Maisyaroh. 2004. *Buku Ajar Manajemen Hubungan Masyarakat*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Malayu S.P. Hasibuan. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia: dasar kunci keberhasilan*. Jakarta: Haji Masagung.
- Manullang, M. 1983. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Masyhuri, dan Zainuddin. 2009. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Moleong, J. Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: GP Press Group.
- Mulyono. 2008. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nasution, Zulkarnain. 2006. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Nawawi, Hadari. 2000. *Manajemen Sumberdaya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Rahardjo, Susilo & Gudnanto. 2011. *Pemahaman Individu Teknik Non Tes*. Kudus: Nora Media Enterprise
- Riduwan. 2004. *Metode Riset*. Jakarta : Rineka Cipta
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Siswanto, H.B. 2005. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Bumi Aksara.
- Soemirat dan Ardianto. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Suryosubroto, B. 2004. *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ulfiatin, N. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Fakultas Ilmu Pendidikan. Universitas Negeri Malang.
- Yadien. 2003. *Public Relations*. Jakarta: ErlanggaS