

STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH DI ERA PANDEMI COVID 19

Dinda Septiana Elyus
Muhamad Sholeh

Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
dinda.17010714008@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Pandemi covid 19 saat ini berdampak besar dalam segala bidang salah satunya pada bidang pendidikan. Pada bidang pendidikan kebijakan yang telah dilakukan adalah penerapan pembelajaran jarak jauh (PJJ) atau pembelajaran daring. Dengan adanya kondisi tersebut perlu adanya strategi baru yang harus dilakukan oleh sekolah yaitu menciptakan citra atau membangun kepercayaan orang tua agar anaknya tetap bisa memperoleh pendidikan yang bagus dan berkualitas meskipun adanya pembelajaran secara daring dan penerapan sosial distancing. Penerapan sosial distancing merupakan mengurangi pembatasan kontak fisik antara sesama manusia namun tidak mengurangi kegiatan bersosial tanpa bertatap muka. Dalam hal tersebut peran humas dibutuhkan untuk menjalin komunikasi baik antara sekolah dengan masyarakat tanpa menggunakan kontak fisik. Artikel ini menggunakan metode studi literatur dengan jenis kajian pustaka yang menggunakan sumber 11 artikel nasional dan 10 artikel internasional. Dari hasil telaah jurnal dan buku di temukan bahwa strategi humas yang dibutuhkan dengan pemanfaatan media sosial yang sangat dibutuhkan untuk mempromosikan atau meningkatkan citra sekolah dan kepercayaan masyarakat dalam era pandemi covid 19.

Kata Kunci: humas, citra sekolah, pandemi covid 19

Abstract

The current covid 19 pandemic has a major impact in all fields, one of which is in the field of education. In the field of education, policies that have been carried out are the application of distance learning (PJJ) or online learning. With these conditions, it is necessary to have a new strategy that must be carried out by schools, namely creating an image or building the trust of parents so that their children can still get a good and quality education despite online learning and the application of social distancing. The application of social distancing is to reduce restrictions on physical contact between humans but does not reduce social activities without meeting face to face. In this case, the role of public relations is needed to establish good communication between schools and the community without using physical contact. This article uses a literature study method with the type of literature review using 10 national articles and 10 international articles. From the results of a review of journals and books, it was found that the public relations strategy needed by the use of social media is very much needed to promote or improve the image of schools and public trust in the era of the COVID-19 pandemic.

Keywords: public relations, school image, covid pandemic 19

PENDAHULUAN

Hingga saat ini dunia sedang berada pada keadaan yang kritis, akibat muncul dan mewabahnya *corona virus Disease* (covid 19) yang dirasakan hampir seluruh belahan dunia. Virus tersebut pertama kali muncul dikota Wuhan, Cina akhir tahun 2019 dan telah diumumkan oleh WHO sebagai pandemi global awal tahun 2020. Berbagai negara telah melakukan upaya untuk mengurangi penyebaran virus ini salah satunya dengan menerapkan sosial distancing dan isolasi diri. Pandemi covid 19 ini menimbulkan dampak pada berbagai sektor kehidupan meliputi sektor kesehatan, ekonomi, politik dan khususnya di sektor pendidikan yang salah satunya mengalami dampak besarnya.

Keadaan pandemi covid 19, secara umum menuntut peranan pihak lembaga pendidikan untuk memberikan pelayanan yang profesional terhadap masyarakat. Masyarakat berperan sebagai konsumen lembaga pendidikan, yang bersikap kritis dan realitis dalam menentukan lembaga pendidikan bagi anak-anaknya. Lembaga pendidikan diharapkan lebih berorientasi pada kebutuhan masyarakat dan di upayakan selalu melibatkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam lembaga pendidikan.

Keberhasilan pendidikan dalam membentuk generasi penerus bangsa yang baik, tidak hanya ditentukan oleh kegiatan pendidikan yang ada di sekolah saja seperti tersedianya sarana prasarana, guru yang berkualitas, *stakeholders* yang peduli, tetapi juga ditentukan dengan lingkungan keluarga dan masyarakat. Pada undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003 pasal 6 bahwa “setiap warga negara memiliki tanggung jawab dalam keberlangsungan penyelenggaraan pendidikan”. Oleh sebab itu pendidikan merupakan tanggung jawab bersama antara sekolah (pemerintah), keluarga dan masyarakat. Hal tersebut menjelaskan bahwa adanya hubungan masyarakat sangat penting untuk memperkenalkan dan mempromosikan lembaga pendidikan. Dalam memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat, sekolah perlu membentuk humas atau public relation.

Humas merupakan singkatan dari hubungan masyarakat. Dalam bahasa Inggris humas disebut juga public relation. (Juhji, 2020) Humas merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam menyebarkan informasi sesuai tujuan.

Dalam pengertian tersebut dijelaskan bahwa humas bisa dilakukan secara individu maupun kelompok. Humas yaitu usaha sadar mempengaruhi orang lain melalui komunikasi yang disampaikan agar dapat berpikir baik, menghargai, mendukung serta bersimpati terhadap sesuatu (Bonar, 1993). Sedangkan menurut (Herimanto, 2007) humas merupakan proses interaksi yang bertujuan untuk menciptakan opini publik yang saling menguntungkan, menanamkan kepercayaan yang baik serta menumbuhkan citra yang positif dari publik.

Merujuk dari beberapa pengertian humas menurut para tokoh, dapat disimpulkan bahwa humas adalah kegiatan yang berlangsung secara tersusun, terprogram dan berkelanjutan, serta dilakukan oleh orang yang ahli dalam tata kelola komunikasi yang baik sehingga dapat menciptakan citra positif di masyarakat.

Kegiatan humas pada sekolah tidak hanya meliputi hubungan sekolah dengan orangtua siswa saja, akan tetapi harus menjalin komunikasi dengan masyarakat luas seperti menjalin relasi dengan masyarakat sekitar sekolah dan juga pemerintahan (Hasanah, 2008) sebab kegiatan humas bisa berjalan dengan baik karena adanya jalinan komunikasi kerjasama yang dibentuk dengan seluruh lapisan masyarakat.

Dalam masa pandemi humas menjadi salah satu harapan dalam meningkatkan citra sekolah. Sehingga humas harus menciptakan strategi yang tepat dan efektif untuk memperoleh hasil yang maksimal dan sesuai harapan masyarakat.

Karena adanya pandemi ini permasalahan di masyarakat yaitu adanya penerapan social distancing. dimana social distancing ini bertujuan untuk mengurangi kegiatan kontak fisik antar sesama masyarakat namun dalam pembatasan tersebut tidak ada aturan dari pemerintah maupun WHO tentang pembatasan bersosial dengan metode tanpa bertatap muka. Sebab itu humas memiliki peran penting dalam era pandemic ini.

Peran humas sekolah yaitu untuk menyelesaikan permasalahan tersebut, dengan strategi yang tepat seperti melakukan kegiatan promosi dan menciptakan citra yang baik di era pandemi ini dengan memanfaatkan media sosial.

Artikel merupakan kajian tentang pengertian strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah, perencanaan strategi humas dalam sekolah, strategi humas dalam

meningkatkan citra sekolah di masa pandemi covid-19.

METODE

Artikel ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research). Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang berasal dari sumber-sumber tertulis seperti, buku, jurnal, artikel dan sejenisnya yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Studi pustaka berhubungan dengan kajian teoritis serta beberapa referensi dari literatur-literatur ilmiah.

Mirzaqon dan Purwoko mengutip Kuhltau (2002) langkah-langkah metode penelitian kepustakaan yaitu pemilihan topik, eksplorasi informasi, menentukan fokus penelitian, mengumpulkan sumber data, persiapan penyajian data, penyusunan laporan.

Peneliti melakukan metode analisis kondisi lapangan (ANAKOLING) terlebih dahulu. Kemudian dengan adanya situasi kondisi saat ini dan didukung dengan adanya data sekunder (dengan mendengarkan radio, berita dan mengali informasi melalui internet) maka peneliti mengambil topik dan judul artikel ini. Selanjutnya penulis melakukan telaah 21 artikel. Terdiri dari 11 artikel nasional dan 10 artikel internasional. Dari 21 sumber yang digunakan oleh peneliti semua sumber memuat hal tentang strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis 21 jurnal terdahulu yang telah dipilih oleh peneliti menggunakan metode studi kepustakaan/studi literatur yang akhirnya akan menghasilkan temuan baru. Dari temuan-temuan tersebut, akan bermuara dengan munculnya gagasan baru berupa masukan serta saran peneliti atau usaha yang dilakukan terkait dengan judul artikel.

Dalam penelitian Setyawan (2020) menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari peneliti mengatakan bahwa kegiatan manajemen humas yang ada di SDIT Nur Rohman Slogohimo Wonogiri dalam membangun citra sekolah terdapat beberapa proses. Proses yang dilakukan oleh pihak sekolah terdiri dari perencanaan humas dalam menetapkan tujuan, pembuatan program kerja humas, pengorganisasian program kerja humas seperti membagi kedalam 2 sub bidang yaitu program kerja humas internal dan eksternal,

melaksanakan program kerja humas untuk membangun citra sekolah, evaluasi program kerja humas.

Selanjutnya dalam penelitian Hasanah (2008) bahwa kemajuan dan perkembangan yang dialami SD Insan Terpadu Sumberanyar Paiton Probolinggo sebagai lembaga pendidikan islam, tidak lepas dari peran dan dukungan masyarakat. Dalam setiap pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh sekolah selalu berusaha menjalin komunikasi dan kerjasama yang baik dengan masyarakat. Beberapa program humas melibatkan semua pihak sehingga terbentuknya hubungan baik antara sekolah dengan masyarakat maupun orang tua siswa.

Berikutnya hasil penelitian dari Dhuhani (2016) Manajemen Humas di MIT As-Salam ambon dilakukan secara umum terintegral dengan pengelolaan manajemen berbasis madrasah. Kegiatan kehumasan dilakukan secara solid dibawah koordinasi kepala madrasah dengan staff dewan madrasah serta memperoleh dukungan dari beberapa SDM sekolah yang memiliki motivasi dan kinerja yang tinggi.

Hasil penelitian Faishal (2020), pandemi covid 19 sangat berdampak pada lembaga pendidikan. Dalam hal tersebut lembaga harus melakukan perbaikan sistem pemasaran dengan memaksimalkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi berupa radio, televisi dan internet, karena sebagian besar waktu masyarakat saat ini di masa pandemi covid lebih banyak beraktivitas di rumah. Untuk pemanfaatan media seperti radio, tv dan sosial media (Facebook, twitter, instagram, youtube, skype, whatsapp, we chat, line, path, BBM, be talk dan lainnya akan sangat tepat.

Kemudian penelitian menurut Umar (2016) sekolah dan masyarakat memiliki hubungan yang saling membutuhkan, dimana sekolah dan masyarakat dua lingkungan yang tidak terpisahkan. Sekolah sebagai tempat belajar masyarakat dan masyarakat sebagai tempat penerapan dan memetik hasil dari proses pembelajaran. Hubungan masyarakat dan sekolah dalam pendidikan merupakan serangkaian mitra kerja dalam menyukseskan proses pendidikan dan pengajaran sehingga tepat sasaran serta dapat sesuai kebutuhan masyarakat.

Berikutnya penelitian yang dilakukan Faishal (2019) temuan memperoleh hasil bahwa banyaknya jumlah sekolah saat ini dan

kritisnya masyarakat dalam menilai kualitas sekolah maka pentingnya peran humas sekolah yang memiliki tugas menjalin komunikasi dengan masyarakat dapat membentuk good image (citra baik) di masyarakat sebab humas merupakan ujung tombak dalam sekolah, dimana saat humas berperan dengan baik sesuai tugasnya maka akan menghasilkan sekolah yang bercitra baik dimasyarakat.

Selanjutnya penelitian dari Syamsuddin (2018) hasil penelitiannya adalah dalam menumbuhkan image sekolah strategi humas yaitu menumbuhkan loyalitas dan kesadaran kepada semua pihak terkait, menumbuhkan kesan kualitas sekolah, menumbuhkan asosiasi citra dengan serangkaian aktivitas untuk bisa meningkatkan brand image sekolah yang baik.

Untuk selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sholihah (2018) penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari temuan yaitu strategi manajemen humas dalam menciptakan school branding pada sekolah dasar islam terpadu Al-Furqan palangkaraya dan sekolah menengah pertama islam terpadu Al- Ghazali palangkaraya sukses dalam membangun citra positif karena melalui perencanaan strategi, diimplementasikan sesuai perencanaan, dan didukung dengan SDM didalam sekolah maka menghasilkan kemajuan diantara kedua sekolah tersebut.

Selanjutnya dalam penelitian Setyaningsih (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas dalam mengkomunikasikan branding Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) kepada masyarakat dapat melalui media sosial meliputi (facebook, instagram, dan twitter). Kemudian untuk membuktikan branding sekolah terhadap masyarakat dengan bukti prestasi yang diperoleh oleh siswa di SDMT.

Berikut penelitian yang dilakukan oleh Faridah (2020) bahwa strategi humas yang dilakukan untuk meningkatkan citra publik lembaga pendidikan di masa pandemi meliputi melaksanakan pameran pendidikan, layanan konten website dan sosial media, adanya program virtual kehumasan (internal) dan bimbingan konseling online.

Kemudian penelitian menurut Sofiyana dan Trihantoyo (2012) bahwa cara humas menjalin kerjasama guna membangun citra sekolah meliputi dengan menjalin kerjasama dengan beberapa lembaga/ instansi, menjaga kualitas siswa atau output siswa dan memperluas

jaringan kerjasama yang dilakukan oleh pihak MAN Denanyar Jombang dengan mengirimkan siswa yang telah lulus untuk bekerja di negara Jepang ataupun Korea.

Selanjutnya hasil penelitian menurut Hu dan Wu (2020) bahwa hubungan komunikasi pihak sekolah dengan orang tua berperan penting. Adanya komunikasi dari guru kepada pihak orang tua akan meningkatkan integrasi yang baik bagi sekolah, orang tua dan siswa.

Untuk selanjutnya penelitian dari Salmon et al. (2019) peran orang ketiga dalam suatu komunikasi sering kali menimbulkan persepsi yang berbeda dan berlebihan di masyarakat. Humas berperan untuk menjadi orang kedua dalam suatu lembaga untuk menjelaskan dan membangun citra yang baik.

Hasil penelitian yang dilakukan Rushek (2019) adalah Website mampu menjadi media sosial yang dapat digunakan untuk membantu sekolah dalam mempublikasikan lembaga. Dengan adanya dukungan kepala sekolah dalam menuliskan sapaan di website sekolah menjadi sorotan baik bagi sekolah karena pemimpin ikut serta dalam meningkatkan citra sekolah.

Sedangkan menurut Tam (2007) memaparkan hasil penelitiannya bahwa dalam keadaan tekanan dan persaingan yang banyak saat ini. Sekolah harus mampu melakukan perubahan dalam hal manajemen promosi. Dengan mengembangkan hubungan produktif dengan masyarakat sekitar.

Kemudian penelitian menurut Polat dan Bayındır (2020) hasil penelitian menunjukkan bahwa pentingnya hubungan antara kesiapan sekolah dan keterampilan regulasi anak-anak prasekolah serta keterlibatan orang tua terhadap pendidikan anak-anak prasekolah mereka.

Dalam penelitian Auta dan Noleen (2018) strategi humas sekolah vokasi yang bisa diterapkan dengan cara penggunaan media secara efektif (seperti: siaran pers, program radio, iklan berbayar) serta humas sekolah dan pihak administrator sekolah harus memiliki saluran telepon yang dapat dihubungi oleh masyarakat saat ada keperluan mendadak.

Kemudian penelitian Borup dan Holstein (2015) memaparkan bahwa hubungan baik buruknya siswa dengan orang tua dipengaruhi dengan peran humas dan sekolah dalam mengadakan mediasi bersama.

Penelitian yang dilakukan oleh Tikerperi (2018) menghasilkan penelitian bahwa sekolah

di Estonia memanfaatkan saluran online dalam media komunikasi. Dengan mengembangkan web sekolah sebagai komunikasi publik sekolah disertai pengelolaan konten yang menarik.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hia et al. (2020) hasil penelitiannya bahwa pemanfaatan komunikasi dan teknologi informasi melalui website dan media sosial sebagai hubungan masyarakat sangat dibutuhkan. Peran komunikasi dan teknologi informasi melalui website dan media sosial di SD Islam As-Salam, Malang, Indonesia sebagai media penyampaian informasi sekolah dan sarana komunikasi antar sekolah dan orang tua dan masyarakat.

Selanjutnya penelitian Ariyanti et al. (2020) strategi hubungan sekolah dengan masyarakat yang memanfaatkan aplikasi berbasis online seperti web sekolah dan aplikasi yang ada di telepon genggam membantu masyarakat mengetahui kegiatan dan program sekolah tanpa harus bertatap muka ataupun bertemu.

Pembahasan Strategi Humas Di Sekolah

Menurut beberapa para ahli yang dapat digunakan sebagai rujukan. beberapa pendapat para ahli antara lain Sari (2017) mengatakan bahwa Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama. Menurut Ruslan (2017) mengemukakan bahwa humas adalah kegiatan komunikasi dua arah timbal balik untuk kepentingan tertentu dengan memiliki kegiatan yang jelas. Kusumastuti (2004) berpendapat bahwa humas adalah bagian dari manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. Menurut Iriantara (2004) humas adalah proses membangun relasi, kepercayaan, dan kerjasama antara individu dengan individu dan organisasi dengan publiknya melalui strategi komunikasi yang dialogis dan partisipatif.

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut dipahami bahwa humas merupakan kegiatan didalam manajemen komunikasi baik secara individu dengan individu, lembaga dengan masyarakat, yang memiliki tujuan tertentu untuk suatu kepentingan.

Dalam hal ini humas dapat diterapkan di lembaga manapun baik lembaga formal maupun nonformal. Salah satunya dapat

diterapkan di lembaga pendidikan yaitu sekolah.

Sekolah adalah sebuah lembaga yang didalamnya terdapat kegiatan belajar mengajar untuk peserta didik dan guru, serta menjadi tempat untuk memperoleh ilmu yang kelak bisa diterapkan untuk kemajuan bangsa dan negara. Keberadaan sekolah sangat dibutuhkan untuk membantu orang tua dalam membimbing anaknya secara lebih sempurna. Mulyadi (2019) mengatakan bahwa keberadaan sekolah merupakan suatu yang hidup bersama-sama dengan warga masyarakat. Dimana masyarakat membutuhkan binaan dan sekolah membutuhkan masyarakat untuk proses belajar mengajar berjalan dengan baik.

Dalam peranannya humas memiliki peran penting dalam suatu organisasi ataupun lembaganya. Ruslan (2017) mengatakan bahwa "Peranan humas dikategorikan menjadi 4 yaitu penasihat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, teknisi komunikasi". Namun salah satu kunci penting dalam peranan humas yaitu peranan manajerial dan peranan teknis. Dimana kedua peranan tersebut menjadi ciri khas kehumasan dalam suatu lembaga maupun organisasi.

Nasution (2010) menjelaskan bahwa pentingnya peranan humas dalam lembaga sekolah ada 3 yaitu pengelolaan pendidikan masa yang akan datang semakin otonom, persaingan yang sehat dan dinamis antar sesama lembaga sekolah dalam memperoleh siswa, dan perkembangan media massa didaerah yang semakin meningkat.

Kondisi tersebut menjadikan humas disekolah berperan membina hubungan harmonis kepada public internal, melakukan komunikasi dua arah dengan public internal, mengidentifikasi opini dan permasalahan yang ada disekolah maupun di masyarakat, mampu terampil dalam mendengarkan aspirasi-aspirasi masyarakat bagi sekolah, dan terampil dalam menerjemahkan kebijakan pemimpin. Dengan adanya peran tersebut maka humas harus memiliki strategi yang jelas di dalam sekolah.

Rosady mengutip Ahmad (1990) menjelaskan bahwa strategi merupakan bagian terpadu dalam suatu perencanaan, dimana perencanaan fungsi dari manajemen. Dari pendapat tersebut dapat dimengerti bahwa strategi merupakan proses menentukan langkah dalam suatu pengambilan keputusan dan dapat berdampak jangka panjang.

Strategi humas perlu dilakukan untuk mencapai tujuan sekolah yaitu meningkatkan citra sekolah agar dikenal oleh kalangan masyarakat dan umum. Dengan hal tersebut sekolah bisa lebih mampu memperoleh dukungan dari masyarakat. Sebelum humas menentukan strategi yang akan dilakukan di sekolah, perlu tahapan-tahapan yang harus dipahami yaitu tahapan menentukan tujuan dan tahapan memahami arah komponen sasaran. Kedua tahapan tersebut mampu untuk memberikan sudut pandang bagi seorang humas sekolah dalam membuat strategi.

Strategi humas sekolah dapat mengalami berbagai dampak seperti dampak positif dan dampak negatif. Sebab itu humas harus memahami bagaimana kondisi dari berbagai aspek dan juga menyiapkan berbagai strategi untuk proses menyiapkan kemungkinan terburuk apabila 1 strategi tidak dapat berjalan dengan baik atau optimal.

Pentingnya Meningkatkan Citra Sekolah

Persaingan antar sekolah semakin ketat dan luas. Upaya sekolah untuk memenangkan persaingan dengan bisa membangun citra sekolah dimata masyarakat (publik).

Citra atau dalam bahasa inggris yaitu image. Ruslan (2017) mengatakan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, gagasan, dan kesan masyarakat terhadap suatu objek tertentu. Sedangkan menurut Moore (2005) citra adalah perasaan, impresi, atau konsepsi publik mengenai suatu objek, lembaga maupun organisasi.

Citra sekolah bisa dikategorikan sebagai gambaran suatu sekolah. Dimana hal tersebut memberikan kesan kuat pada masyarakat terhadap lembaga sekolah tersebut maka sekolah tidak dapat mengatur citra seperti apa dimasyarakat. Membangun gambaran suatu keadaan sekolah memang tidak mudah. Juhji (2020) mengatakan bahwa dalam membangun citra tidak mudah karena komunikasi dan informasi tidak secara langsung membuat perilaku seseorang akan tetapi lebih mudah memengaruhi cara pandang terhadap lingkungan atau objek tertentu. Dalam hal tersebut sekolah dapat bercitra positif maupun negatif di lingkungan masyarakat.

Keberadaan humas utamanya sangat erat dengan pencitraan dalam lembaga termasuk lembaga pendidikan yaitu sekolah. Maskur (2018) menjelaskan bahwa selain humas sebagai media komunikasi antara lembaga

pendidikan humas juga berperan sebagai pencitraan kualitas lembaga sekolah. Maka dengan demikian pencitraan positif bisa dibangun dengan mengaktifkan peran manajemen humas dalam memberikan image dan citra yang baik dan positif terhadap sekolah.

Meningkatkan citra sekolah sangat penting karena dengan adanya citra sekolah dapat dikenal oleh masyarakat secara baik dan buruknya. didukung pernyataan dari Maskur (2018) bahwa kekuatan suatu lembaga terdapat dalam pencitraan yang berhubungan dengan puncak kesuksesan atau tujuan tersebut.

Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19

Wabah covid 19 belum diketahui akan berakhir kapan namun telah menciptakan pola kehidupan baru. Dengan semua hal menjadi berbasis online baik dalam lingkup proses kerja, jual beli dan juga proses belajar mengajar terutama. Dalam hal tersebut menjadikan sekolah harus memiliki strategi baru dalam melakukan promosi sekolah yang bertujuan untuk meningkatkan citra sekolah.

Mulawarman (2020) mengatakan bahwa "saat ini masyarakat lebih banyak beraktivitas daring dengan banyak motif dan tujuan yang mendasari salah satunya dengan mencari informasi". Dengan aktivitas daring tersebut penggunaan media sosial saat ini sangat penting dalam semua proses.

Sekolah dapat menggunakan peluang media sosial tersebut dalam meningkatkan citra sekolah di era pandemic covid 19 ini. Penerapan pembelajaran daring dengan metode pendidikan jarak jauh (PJJ) membuat banyak orang tua merasa pendidikan yang diterima anaknya kurang efektif. Namun karena keadaan menuntut untuk melakukan jaga jarak saat ini hingga waktu yang belum bisa ditentukan menjadi kan pembelajaran daring atau memanfaatkan media sosial sangat diperlukan.

Sebagai langkah awal sekolah harus bisa menyiapkan program-program yang berbobot dan bisa dilaksanakan dengan proses daring atau online karena dengan adanya pandemi covid 19, peran media sosial sangat penting untuk digunakan.

Media sosial menurut Mulawarman (2020) merupakan alat komunikasi yang digunakan oleh seseorang untuk proses sosial. Dampak yang bisa diberikan dari media sosial itu sendiri adalah mampu mempermudah komunikasi

jarak jauh dengan smartphone yang dimana didalam nya terdapat banyak aplikasi yang digunakan.

Salah satu strategi yang bisa dilakukan pihak humas sekolah dengan memanfaatkan media sosial tersebut dengan berbagai aplikasi yang saat ini sedang trend atau baru dikalangan masyarakat meliputi aplikasi (whatsapp, facebook, twitter, website dan juga tiktok) namun tidak lupa tetap menggunakan strategi lama dengan adanya brosur dan pamflet sebagai gambaran sekolah bagi masyarakat sekitar.

Namun tidak hanya menggunakan media sosial untuk strateginya diperlukan, dukungan kepala sekolah sebagai pemimpin dalam mengambil keputusan yang tepat dan juga SDM guru yang memadai untuk proses promosi dimasyarakat serta guru yang mampu menggunakan media teknologi yang bisa mengelola website dan aplikasi terbaru dalam smartphone.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan paparan hasil dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial dapat digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan citra sekolah yang baik dalam masa era pandemi covid 19 baik sekolah negeri maupun sekolah swasta. Dengan adanya penggunaan teknologi media sosial akan memudahkan hubungan komunikasi dan pemberian sudut pandang masyarakat terhadap sekolah masih tetap berjalan meskipun dalam keadaan social distancing atau jaga jarak dari rumah.

Penggunaan media sosial ini perlu dukungan semua pihak tidak hanya humas sekolah namun juga kepala sekolah dan SDM sekolah salah satunya guru yang mampu memahami IT dalam pengelollan media sosial.

Saran

Saran yang akan diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian diatas meliputi:

1. Seluruh sumber daya manusia dalam sekolah baik sekolah negeri maupun swasta harus ikut berperan dalam meningkatkan citra sekolah, baik dalam menyiapkan program berbasis online, memahami media sosial yang akan digunakan serta mengambil keputusan yang mendukung proses berjalannya proses promosi daring.
2. Menggunakan strategi promosi 2 cara yaitu offline dan online dimana kedua strategi

tersebut sangat dibutuhkan untuk sekolah negeri maupun sekolah swasta. Secara offline bisa meliputi adanya poster dan brosur yang masih dicetak secara kertas serta adanya pemasangan baliho di depan sekolah untuk masyarakat sekitar memahami sekolah tersebut, seangkan secara online dapat meliputi menggunakan media sosial sesuai trend (Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok dan lainnya), mengelola website dengan semenarik mungkin, melakukan promosi melalui radio dan juga podcast kekinian.

3. Orang tua harus lebih memahami penggunaan teknologi informasi untuk mencari informasi mengenai situasi dan kondisi sekolah dan proses pembelajaran selama masa pandemi covid 19.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. (1990). *Marketing Public Relations*. Jakarta: Lembaga Manajemen FEUI.
- Ariyanti, N. S., Adha, M. A., Imron, A., Sobri, A. Y., & Bafadal, I. (2020). " School Relations Strategy with the Community through the Utilization of Online Applications in the Digital Era". *Prosiding dari 1st International Conference On Information Technology And Education (ICITE): 93-97*
- Autal, M. A. & Noleen, O. B. I. M. (2018). Validation of Strategies for Effective Vocational School Public Relations. *Bulgarian Journal of Science and Education Policy (BJSEP)*, 12(2), 303–314.
- Bonar. (1993). *Hubungan Masyarakat Modern (public relation)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Borup, I. K. & Holstein, B. E. (2015). Family relations and outcome of health promotion dialogues with school nurses in Denmark. *Nursing Science*, 31(science).
- Dhuhani, E. M. (2016). Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon. *Al- iltizam Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 31–54.
- Faishal. (2019). Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah. *Jurnal STAI Luqman al Hakim Surabaya*, 7(2), 1–20.
- Faishal. (2020). Pemasaran Lembaga

- Pendidikan Masa Pandemi Covid-19. *Ta'dibi : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(2), 25.
- Faridah, S. (2020). Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemi Covid-19. *EDUSIANA : Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, 7(2), 129–139.
- Hasanah, Uswatun. (2008). Aplikasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Sekolah Dasar Insan Terpadu Sumberanyar Paiton Probolinggo. *Skripsi*. Malang: UIN Malang.
- Herimanto. (2007). *Public Relation Dalam Organisasi*. Yogyakarta: Santusta.
- Hia, E. P. D., Prestiadi, D., Maisyaroh, Maghfiroh, S. I., & Oktaviani, V. M. (2020). *The Use of Information and Communication Technology Through Website and Social Media as Public Relations Information Media*. 487, 269–274.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201112.048>
- Hu, B., & Wu, W. (2020). Parental support in education and social integration of migrant children in urban public schools in China. *Cities*, 106.
<https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.102870>
- Iriantara, Y. (2004). *Manajemen Strategis Public Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Juhji. (2020). *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Kuhltau, C. C. (2002). *Teaching The Library Research*. USA: Scarecrow Press Inc.
- Kusumastuti, F. (2004). *Dasar - Dasar Humas*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Maskur. (2018). *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Moore, F. (2005). *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulawarman. (2020). *Problematika Penggunaan Internet*. Jakarta: Kencana.
- Mulyadi, S. (2019). *Manajemen Humas Dan Publik Opinion Building*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Nasution, Z. (2010). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan : Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: UMM Press.
- Polat, Ö. & Bayındır, D. (2020). The relation between parental involvement and school readiness: the mediating role of preschoolers' self-regulation skills. *Early Child Development and Care*, 191(2), 1–16.
<https://doi.org/10.1080/03004430.2020.1806255>
- Rushek, K. A. (2019). “We are looking forward to another great year!”: How principals' language-in-use reflect school quality ratings in Chicago Public Schools. *Linguistics and Education*, 53, 100756.
<https://doi.org/10.1016/j.linged.2019.100756>
- Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Salmon, C. T., Poorisat, T., & Kim, S. H. (2019). Third-person effect in the context of public relations and corporate communication. *Public Relations Review*, 45(4), 101823.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101823>
- Sari, A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setyaningsih, Desi Lestari. (2020). Strategi Humas Dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (Sdmt) Ponorogo). *Skripsi*. Ponorogo: IAIN PONOROGO.
- Setyawan, Ari. (2020). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah Di Sekolah Dasar Islam Terpadu Nur Rohman Slogohimo Wonogiri. *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Sholihah, T. (2018). Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 3(2), 72.

<https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>

- Sofiyana, A. N. dan Trihantoyo, S. (2012). Peran Hubungan Masyarakat Dalam Menjalinkan Kerjasama Guna Membangun Citra Sekolah (Studi Kasus di MAN Denanyar Jombang). *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 01(01), 1–9. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/download/16662/15133>
- Syamsuddin. (2018). Membangun Pelayanan Public Yang Prima: Strategi Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah. *Journal of Islamic Education Management*, 4(2), 160–170.
- Tam, F. W. M. (2007). Rethinking school and community relations in Hong Kong. *International Journal of Educational Management*, 21(4), 350–366. <https://doi.org/10.1108/09513540710749555>
- Tikerperi, M. L. (2018). Public Schools' websites in Estonia: Required communication channel but no shared knowledge. *Studies of Transition States and Societies*, 10(2), 66–81.
- Umar, M. (2016). Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat Dalam Pendidikan. *Jurnal Edukasi (Media Kajian Bimbingan Konseling)*, 2(1), 18. <https://doi.org/10.22373/je.v2i1.688>