

Peran Komunikasi dan Organisasi Humas Pada Lembaga Pendidikan

Wellty Mely Betesda Br Sinaga, Nur Hidayati Gultom, Bradley Setiyadi

Universitas Jambi

Correspondence: welltymbsinaga06@gmail.com, nurh69303@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran komunikasi humas di lembaga pendidikan. Penelitian ini menggunakan berbagai metode penelitian, salah satunya adalah penelitian kepustakaan. Penelitian yang dilakukan di perpustakaan dengan menggunakan buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan sumber lain disebut dengan penelitian perpustakaan. Langkah-langkah penetapan tujuan dan tahapan mengetahui arah komponen sasaran harus dipahami manusia sebelum memilih strategi yang akan digunakan di dalam kelas. Pada kenyataannya, ada banyak kendala yang harus diatasi dalam menciptakan komunikasi humas. Institusi pendidikan tinggi berfungsi sebagai alat yang berharga bagi pembangunan manusia dan penciptaan masa depan yang lebih baik. Setiap anggota lembaga akan mengalami perkembangan dan perubahan sesuai dengan warna dan pola organisasinya. Humas dapat digunakan untuk menjalankan inisiatif komunikasi strategis suatu organisasi, namun manajemen harus mendukung sepenuhnya hubungan masyarakat. Tujuan artikel ini membahas tentang peran humas dalam organisasi pendidikan secara global. Praktek humas atau hubungan masyarakat telah berkembang dan terus berkembang, entah secara sadar atau tidak, sebagai akibat dari persaingan yang semakin ketat untuk merebut perhatian masyarakat. Banyak cara yang dilakukan oleh institusi atau perusahaan untuk memaparkan program atau kebijakannya, bahkan keunggulannya, tetapi tujuan utamanya adalah tersampainya kepada masyarakat dengan memberdayakan humas atau humas, yang dalam hal ini bertugas untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Kata kunci : komunikasi humas, organisasi humas, humas pendidikan

Abstract. This research aims to determine the role of public relations communication in educational institutions. This research uses various research methods, one of which is library research. Research carried out in libraries using books, journals, previous research and other sources is called library research. The steps for setting goals and the stages of knowing the direction of the target components must be understood by humans before choosing strategies to be used in the classroom. In reality, there are many obstacles that must be overcome in creating public relations communications. Higher education institutions serve as valuable tools for human development and the creation of a better future. Each member of the institution will experience development and change according to the color and pattern of the organization. Public relations can be used to carry out an organization's strategic communications initiatives, but management must fully support public relations. The purpose of this article is to discuss the role of public relations in educational organizations globally. The practice of public relations or public relations has developed and continues to develop, whether consciously or not, as a result of increasingly fierce competition to win public attention. There are many ways used by institutions or companies to explain their programs or policies, even their advantages, but the main goal is to convey them to the public by empowering public relations or public relations, who in this case are tasked with conveying information to the public.

Keywords : public relations communication, public relations organization, educational public relations

PENDAHULUAN

Investasi terbesar dalam pertumbuhan dan produksi manusia seutuhnya terhadap manusia lainnya adalah pendidikan. (Mundiri, 2016). Hubungan masyarakat adalah alat strategis untuk secara strategis membangun citra positif atau negatif dalam suatu institusi, maka hal ini sangat penting bagi lembaga atau institusi mana pun. Manusia dalam situasi ini mempunyai interaksi yang kompleks, dan partisipasinya dalam evolusi pendidikan sangatlah penting,

terutama dalam menentukan program pendidikan yang paling sesuai dengan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, termasuk kebutuhan peserta didik. Untuk berkomunikasi secara efektif dengan opini publik internal dan eksternal yang semakin beragam, diperlukan strategi komunikasi yang unik (Puspokusumo, 2011). Kegiatan yang berkaitan dengan strategi komunikasi organisasi yang harus diselesaikan disebut dengan kegiatan komunikasi organisasi. Hubungan masyarakat

dan manajemen bersama-sama membentuk tim pengambil keputusan yang penting dalam aktivitas komunikasi. Tanpa mereka, inisiatif komunikasi strategis organisasi tidak akan berhasil.

Tujuan humas adalah menumbuhkan komitmen, pemahaman, dan dukungan dari masyarakat dan lembaga lainnya (Suryosubroto (2012). Kolaborasi antara institusi dan masyarakat dipandang penting mengingat pentingnya pendidikan. Kerja sama meningkatkan hasil belajar siswa dan mengefektifkan proses pendidikan di sekolah. Secara khusus, membangun hubungan masyarakat yang kuat memerlukan pengetahuan dan pemahaman yang dibutuhkan masyarakat guna mendukung reputasi positif lembaga. Dalam kehumasan, lembaga atau organisasi kehumasan bisa berperan sebagai penasihat ahli (Ruslan, 2010). Dalam kapasitas ini, seorang humas perlu memiliki kemampuan pemecahan masalah yang kuat agar dapat membantu menemukan jawaban atas permasalahan kehumasan. Selain itu, Humas pemerintah dapat berperan sebagai teknisi komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah, penasihat ahli, dan fasilitator komunikasi (Ishak, 2012).

Humas mempunyai 3 (tiga) peran, yaitu sebagai berikut: 1) expert appraiser (konsultan manajemen atau spesialis). Seorang praktisi hubungan masyarakat dipandang sebagai otoritas yang dapat menawarkan solusi terhadap permasalahan hubungan masyarakat suatu organisasi atau manajemen; 2) fasilitator komunikasi: seorang praktisi hubungan masyarakat memfasilitasi komunikasi dua arah antara organisasi dan audiensnya dengan bertindak sebagai penghubung, penerjemah, mediator, dan perantara; 3) fasilitator proses pemecahan masalah: praktisi humas ikut serta dalam penyelesaian masalah organisasi meskipun fungsi utamanya berada pada koridor komunikasi.

Dukungan penuh dari manajemen sangat diperlukan agar Humas dapat menjalankan kewajibannya. Dalam sebuah organisasi, hubungan masyarakat yang sering kita sebut sebagai humas memiliki peranan yang sangat penting. Peran humas di dalam perusahaan antara lain berkomunikasi dengan masyarakat. Bisa dikatakan masyarakat stabil karena merupakan kesatuan yang dibangun atas dasar ikatan yang teratur (Baharun, 2017). Bagian humas suatu lembaga atau instansi berperan sebagai mediator (jembatan) antara masyarakat

dan organisasi. Tujuan pengembangan hubungan masyarakat adalah untuk memastikan bahwa semua organisasi di masyarakat memiliki hubungan yang harmonis dengan mendesain ulang interaksi mereka dengan berbagai aspek masyarakat. Di era globalisasi saat ini, humas semakin dikenal sebagai sumber informasi yang paling dapat diandalkan (Apriyanti, 2013). Jika seluruh instansi yang ada di dalam suatu lembaga pendidikan berkolaborasi untuk mensukseskan lembaga tersebut, maka komunikasi humas di dalam lembaga tersebut akan berfungsi secara efisien (Harini, 2014).

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis studi literatur tertentu. Analisis teoritis serta banyak kutipan dari literatur ilmiah diperlukan untuk studi literatur. Beberapa proses dalam penelitian kepustakaan akan diselesaikan dalam penelitian ini, antara lain menyiapkan alat, membuat bibliografi kerja, menjadwalkan tugas, membaca, dan membuat catatan penelitian. Informasi yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari buku-buku terkait, jurnal, dan publikasi ilmiah mengenai subjek yang dipilih. Metode pengumpulan data untuk studi kepustakaan ini melibatkan pencarian melalui bahan-bahan seperti catatan, buku, makalah, artikel, jurnal, dan sebagainya untuk informasi tentang berbagai objek atau variabel. Peneliti mengkategorikan bahan penelitian menurut skema penulisan/peta, format catatan penelitian, dan fokus penelitian dengan menggunakan checklist. Analisis isi merupakan salah satu teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian literatur ini. Literatur diperiksa dan dibaca kembali guna menjaga proses penelitian serta mencegah dan mengatasi disinformasi yang dapat timbul karena peneliti kurang memahami atau kekurangan materi. Karena peneliti tidak dapat melakukan tinjauan pustaka secara menyeluruh, maka penelitian ini disusun dengan menggunakan prinsip kemudahan dan kesederhanaan. Selain itu, tujuan penggunaan konsep yang mendasar dan lugas adalah untuk memudahkan pemahaman pembaca mengenai fungsi humas dalam lembaga pendidikan.

HASIL

Peran Komunikasi Humas di Lembaga Pendidikan

Makna humas sangat penting bagi suatu bisnis untuk mengembangkan hal-hal positif (Sinatra & Darmastuti, 2008). Menurut May

(2005) humas merupakan suatu strategi atau cara yang digunakan untuk menjelaskan sesuatu secara lebih baik kepada masyarakat agar dapat mempengaruhi rasa percaya masyarakat tersebut terhadap topik tersebut. Hubungan masyarakat dan hubungan manusia diperlukan tidak hanya di sektor korporasi tetapi juga di organisasi sosial seperti lembaga pendidikan yang berfungsi sebagai wadah untuk mendidik generasi penerus warga negara (Ruslan, 2010).

Pegawai di lembaga pendidikan bekerja keras untuk mempromosikan citra yang baik dan berkembang dengan baik agar masyarakat luas mengetahui tujuan lembaga tersebut. Selain itu, departemen sumber daya manusia di lembaga pendidikan harus berupaya membina dan memperkuat hubungan baik dengan pemangku kepentingan internal, seperti asosiasi karyawan. Karena hubungan yang sehat dengan pemangku kepentingan internal sangat penting bagi pertumbuhan dan kemajuan lembaga pendidikan secara keseluruhan. Manusia juga berupaya membangun dan menjaga hubungan baik dengan individu yang bukan anggota kelompoknya selama mereka bersama. Manusia harus mampu menjunjung tinggi itikad baik masyarakat dan menghormati keinginan serta pendapat masyarakat umum agar dapat merebut kepercayaan dan kepercayaan masyarakat. Sudut pandang Asosiasi Hubungan Masyarakat Internasional (IPRA) (Effendy, 2002). Sebuah lembaga pendidikan merencanakan hubungan masyarakat sebagai sarana untuk mendapatkan dukungan masyarakat demi kelancaran pengajaran di kelas dan meningkatkan standar sekolah.

Komunikasi humas menurut Jones (2018) dapat mendukung manajemen krisis yang efektif, menjunjung tinggi hubungan yang solid dengan media, dan menumbuhkan citra mereka yang baik di mata masyarakat. Lebih lanjut, Smith et al (2020) menekankan pentingnya komunikasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan internal dan eksternal, termasuk anggota staf, pelanggan, dan investor. Menjalin dan memelihara hubungan yang erat dengan masyarakat, sekolah, madrasah, dan lembaga lain khususnya lembaga pendidikan membutuhkan komunikasi yang efektif (Hidayat, 2016).

Tanpa dukungan lembaga pendidikan maka masyarakat akan stagnan, dan lembaga pendidikan tidak dapat maju tanpa dukungan masyarakat. Komunikasi yang efektif sangat

penting untuk mencapai tujuan bersama antara anggota masyarakat yang terafiliasi dengan lembaga pendidikan tersebut dan manajemen lembaga tersebut. Hal ini sudah menjadi hal yang lumrah, apalagi jika menilik sejarah perkembangan lembaga pendidikan Islam yang bermula dari inisiatif lingkungan sekitar. Kepentingan masyarakat harus menjadi pedoman bagi perkembangan lembaga pendidikan adalah lembaga. Tidak mudah untuk mengkomunikasikan keinginan masyarakat kepada lembaga pendidikan dan sebaliknya. Persiapan yang efektif dan perencanaan yang matang sangat penting untuk menghindari miskomunikasi di antara keduanya. Oleh karena itu, *public relations* (hubungan masyarakat) begitu berperan penting dalam menjembatani harapan masyarakat sebagai pengguna layanan dengan rencana dan program yang telah diatur oleh lembaganya (Alipi, 2019). Pola hubungan antara sekolah dan masyarakat yang terencana dan matang akan lebih efisien, fokus, dan efektif. Mengembangkan hubungan yang harmonis antara siswa dan dosen serta ikatan eksternal antara sekolah dan pemangku kepentingan terkait merupakan proses mendasar dalam membangun komunikasi yang efektif di sekolah.

Strategi Humas di Lembaga Pendidikan

Humas dapat digunakan baik di lembaga formal maupun informal dalam situasi ini. Pendidikan merupakan salah satu hal yang dapat dilakukan di fasilitas pendidikan. Menurut Ahmad (1990), strategi merupakan aspek perencanaan yang terintegrasi, sedangkan manajemen bertanggung jawab atas perencanaan. Sudut pandang ini memperjelas bahwa strategi adalah proses mencari tahu bagaimana mengambil keputusan yang mungkin mempunyai dampak jangka panjang (Nasution, 2010). Untuk mencapai tujuan sekolah yaitu, meningkatkan citra publik dan meningkatkan visibilitasnya strategi hubungan masyarakat harus diterapkan. Hal ini akan memungkinkan sekolah untuk memobilisasi dukungan masyarakat dengan lebih baik. Sangat penting untuk memahami tahapannya, termasuk penetapan tujuan dan arah komponen target, sebelum Humas mengembangkan rencana di institusi. Saat membuat rencana, humas sekolah dapat memperoleh manfaat dari informasi yang diperoleh dari dua tahapan-tahapan.

Sumber pengirim (komunikator), pesan, dan tujuan (penerima) merupakan tiga

komponen kunci komunikasi dalam program kehumasan, menurut Cutlip (2006) menyatakan bahwa prinsip-prinsip proses komunikasi mendasar berikut ini diperlukan untuk mengevaluasi komunikasi yang baik dalam hubungan masyarakat: kredibilitas, konteks, konten, kejelasan, kontinuitas, dan konsistensi. kontinuitas dan konsistensi), kapabilitas penonton (*audience's ability*), dan saluran.

1. Kredibilitas adalah sejauh mana masyarakat atau khalayak menganggap seorang komunikator dapat dipercaya. Rasa saling percaya adalah landasan komunikasi, dan lembaga menciptakan kepercayaan ini dengan bertindak sedemikian rupa sehingga menunjukkan komitmennya untuk melayani masyarakat dan pemangku kepentingan terkait.
2. Konteks program komunikasi harus selaras dengan fakta lingkungan. Lingkungan yang mendukung dan sangat dipengaruhi oleh media informasi diperlukan untuk komunikasi yang efektif.
3. Isi pesan harus masuk akal bagi penerima dan selaras dengan nilai-nilai mereka. Pesan yang disampaikan harus relevan dengan keadaan penerimanya.
4. *clarity* (kejelasan) kejelasan merupakan kemampuan untuk menyampaikan pesan menggunakan cara yang jelas, tepat, dan mudah dipahami oleh pendengar. Ini melibatkan penggunaan kata-kata yang sederhana, struktur yang teratur, lalu penghindaran dari kesalahan atau kebingungan. Kejelasan perlu memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pendengar tanpa kesalahan pahaman atau kebingungan.
5. Kontinuitas dan konsistensi: Pesan dikirimkan tanpa adanya unsur-unsur yang bertentangan, perbedaan dalam isi pesan, atau berbagai jenis informasi. Beritanya harus dapat dipercaya.
6. Saluran komunikasi adalah sarana penyampaian komunikasi; itu harus menjadi saluran yang dihormati dan digunakan oleh penerima. Memilih saluran yang selaras dengan tujuan pemirsa sangatlah penting.
7. *Capability of the audience* (kapabilitas atau kemampuan audien) penting untuk memahami bahwa setiap audiens memiliki tingkat kemampuan yang berbeda dalam memahami dan merespons pesan yang disampaikan. Ini termasuk kemampuan mereka dalam memahami bahasa yang

digunakan, tingkat pengetahuan tentang topik yang dibahas, dan keterampilan dalam menerima atau mengolah informasi. Ketika berkomunikasi, penting untuk mempertimbangkan kemampuan audien agar pesan dapat disampaikan dengan efektif.

Fungsi dan Tujuan Humas pada Lembaga Pendidikan

Humas dalam bidang pendidikan mengacu pada serangkaian kegiatan yang dilakukan organisasi untuk menumbuhkan itikad baik dengan masyarakat atau dengan pihak tertentu yang tidak terafiliasi dengan organisasi. Tujuan humas dalam pendidikan adalah membina dan mendorong kerjasama tim (aspek psikomotorik), mengembangkan dan melatih siswa berpikir kritis (aspek kognisi), serta mengembangkan dan melatih siswa berpikir kritis (aspek kasih sayang). Menetapkan dan memperkuat tujuan, meningkatkan kualitas hidup masyarakat, dan meningkatkan kualitas pertumbuhan dan pembelajaran anak merupakan tujuan interaksi antara lembaga dan masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan minat masyarakat dalam mengembangkan hubungan baik dengan pihak sekolah. Meningkatkan hubungan masyarakat dengan sekolah berupaya untuk menjaga kesinambungan kehidupanbsekolah, meningkatkan kualitas pendidikan di lembaga atau sekolah, mempercepat proses belajar mengajar, dan mendapatkan dukungan dari masyarakat luas untuk pelaksanaan dan kemajuan inisiatif sekolah (Ruslan, 2010). Teknologi akan merevolusi kehidupan sehari-hari di era pendidikan global, dimana segala sesuatunya bergerak maju dengan lebih cepat. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus mampu mewaspadai perubahan ini. Di era global ini, institusi pendidikan juga harus mewaspadai isu-isu global yang dapat muncul akibat perubahan gaya hidup masyarakat. Hal ini terutama berlaku dalam upaya memerangi misinformasi dari media. Untuk memerangi ide-ide negatif dalam lembaga pendidikan dan mengubah persepsi global, hubungan masyarakat adalah pekerjaan manajerial yang penting.

Selain itu, humas berupaya meningkatkan mutu pendidikan dengan membina komunikasi di lingkungan internal lembaga. Bisa dikatakan itu adalah tujuan utama hubungan masyarakat adalah membantu institusi pendidikan dalam mencapai tujuannya, termasuk pengembangan kualitas dan kelangsungan

institusi melalui upaya menarik minat masyarakat umum dan klien pendidikan. Sekolah dan lembaga pendidikan lainnya hendaknya dapat melaksanakan tugas organisasinya dalam rangka penyelenggaraan administrasi pendidikan dengan memperhatikan pertimbangan-pertimbangan. Salah satu unsur kunci dalam pendidikan adalah lingkungan, baik internal maupun eksternal. Dari segi fungsi, tujuan utama humas lembaga pendidikan adalah mempererat dan membina hubungan positif dengan masyarakat baik di dalam maupun di luar lembaga. Hal ini dilakukan dalam upaya meningkatkan partisipasi, pemahaman, dan motivasi masyarakat sekaligus menumbuhkan suasana berpendapat yang menguntungkan lembaga. Peran humas sebagai mata, telinga, dan tangan kanan bagi manajemen tingkat atas di dunia usaha atau lembaga pendidikan seharusnya sudah jelas (Chotimah, 2017)

Tantangan dalam Praktik Komunikasi Humas

Selain itu, terdapat kesulitan atau hambatan yang sering muncul dalam proses implementasi kehumasan di lembaga pendidikan. Humas dituntut untuk menyediakan forum publik yang memfasilitasi interaksi dan komunikasi yang seimbang antara masyarakat, pemerintah, dan lembaga pendidikan, dan sebaliknya. Namun pada kenyataannya, humas masih kesulitan memenuhi tanggung jawabnya secara efektif. Banyaknya tantangan yang dihadapi, antara lain terkait infrastruktur, kompetensi SDM, kelembagaan, pola koordinasi, dan rendahnya komitmen pimpinan senior menjadi penyebab rendahnya upaya humas. Meskipun memiliki peran yang penting, praktisi komunikasi humas juga dihadapkan pada berbagai tantangan dalam praktiknya. Menurut Brown (2019), globalisasi dan perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap komunikasi, sehingga praktisi komunikasi humas harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tersebut. Selain itu, Wong (2021) menyoroti pentingnya transparansi dan kejujuran dalam komunikasi humas, namun hal ini dapat menjadi tantangan terutama dalam mengelola krisis yang sensitif.

Secara teoritis, kemampuan seorang humas dapat dipisahkan menjadi dua kelompok: kemampuan komunikasi manajerial dan kemampuan komunikasi teknis. Sebagai ahli resep, mengidentifikasi isu dan permasalahan, memediasi atau memfasilitasi komunikasi dua

arah antara lembaga dan masyarakat, dan memfasilitasi penyelesaian masalah yaitu, membantu pemimpin dalam memecahkan masalah dan mengawasi penerapan solusi tersebut adalah contoh keterampilan manajerial (Kriyantono, 2014; Grunig, dkk, 2002). Kemahiran dalam strategi komunikasi, seperti menulis siaran pers, menulis pidato, berbicara di depan umum, dan desain grafis, merupakan prasyarat untuk kemampuan komunikasi teknis (Kriyantono, 2014; Grunig dkk, 2002).

Peran Humas dalam Komunikasi Organisasi Pendidikan

Fungsi Humas dalam Organisasi Pendidikan Seperti telah disebutkan sebelumnya mengkaji aktivitas komunikasi internal saja tidak cukup untuk memahami komunikasi organisasi. Komunikasi internal dan eksternal dalam suatu organisasi harus dipahami secara bersamaan. Komunikasi organisasi adalah alat yang dapat digunakan oleh bisnis untuk mengkomunikasikan tujuan dan kebijakan mereka kepada audiens internal dan eksternal. Selain itu, dengan melakukan hal ini, mereka dapat mengukur opini publik dan mengambil tindakan berkelanjutan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi. Sebuah bisnis tidak bisa berkembang jika tidak berinteraksi dengan masyarakat. Penting untuk menjalankan tugas komunikasi dengan benar. Divisi yang tepat untuk menangani hal ini adalah humas. Menurut Grunig & Hunt (1984), humas adalah manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. Jelas sekali bahwa hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam perusahaan. Ia mengelola korespondensi antara perusahaan dan masyarakat umum. Manajemen organisasi berinteraksi dengan publik internal dan eksternal, seperti konsumen dan karyawan, melalui komunikasi. Penyelenggaraan membangun dan memelihara hubungan positif dan ramah antara organisasi dan masyarakat umum adalah tugas dan tujuan hubungan masyarakat. Public Relations merupakan fungsi penting yang berperan sebagai jembatan untuk membantu perusahaan mencapai tujuannya, dan hal ini dapat dipengaruhi oleh keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi. Empat kategori posisi hubungan masyarakat diidentifikasi Ruslan (2010) penasihat ahli, teknisi komunikasi, fasilitator pemecahan masalah, dan fasilitator komunikasi.

Public relations atau humas yang lebih luas berperan dalam bidang pendidikan dengan

membicarakan masalah pendidikan. Oleh karena itu, komunikasi merupakan bagian dari upaya kehumasan. Meskipun demikian, manajemen humas juga diperlukan bagi lembaga sosial seperti sekolah, yang meneruskan ilmu pengetahuan kepada generasi berikutnya. Untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat, humas lembaga pendidikan harus memasarkan dan membangun reputasi yang positif. Selain itu, karena hubungan yang kuat sangat penting dalam pendirian dan pemeliharaan lembaga pendidikan, humas lembaga pendidikan juga bertugas membina dan mengawasi hubungan positif dengan masyarakat internal, termasuk staf. Selain masyarakat internal, humas pada lembaga pendidikan bertugas menjalin dan memelihara hubungan positif dengan masyarakat, yaitu masyarakat eksterior. Untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat, humas harus mampu menjaga hubungan positif. Selain itu, humas juga harus mampu mempertimbangkan tujuan masyarakat. Dengan segala sesuatu yang berkembang semakin cepat di era sekarang, kemajuan pendidikan dan teknologi akan mentransformasi setiap elemen kehidupan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan juga harus mampu beradaptasi dengan perkembangan tersebut.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa tujuan dari hubungan masyarakat (*public relations*) adalah untuk membujuk masyarakat agar mempercayai sesuatu dengan memberikan mereka lebih banyak informasi. Komunikasi melalui hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam manajemen krisis, hubungan media, dan membangun persepsi publik terhadap merek. Komunikasi hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam membina hubungan positif antara sekolah dan pemangku kepentingan eksternal. Strategi hubungan masyarakat sekolah merupakan komponen penting dari manajemen dan perencanaannya. Untuk meningkatkan reputasi sekolah di mata masyarakat, hal ini penting dilakukan. Menetapkan tujuan dan memahami komponen target merupakan langkah awal sebelum memilih strategi. Ada banyak kendala yang dihadapi strategi komunikasi humas, khususnya mengingat globalisasi dan kemajuan teknologi. Dalam lanskap komunikasi yang terus berkembang, praktisi humas harus mampu mendorong perubahan dan beradaptasi dengan cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, S. 1990. *Marketing Public Relations*. Jakarta: Lembaga Manajemen FEUI.
- Alipi, A. 2019. Komunikasi Eksternal Efektif Sebagai Kunci Keberhasilan Hubungan Masyarakat. *Jurnal Ibriez: Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains*, 4(1), 21-30.
- Apriyanti, M. 2013. Pelaksanaan Fungsi Public Relations oleh Binamitra di Kantor Polsekta Samarinda Ulu. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(4), 235–250.
- Baharun, H. 2017. Pendidikan Multikultural dalam Menanggulangi Narasi Islamisme di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies)*, 5(2), 224–243.
- Brown, C. 2019. Challenges Facing Public Relations Practitioners in the Age of Globalization. *Public Relations Review*, 45(2), 301-309.
- Chotimah, C. 2017. *Strategi komunikasi lembaga pendidikan dengan masyarakat*. Ebook Lingkar Media Yogyakarta.
- Cutlip, C. & Broom, 2006, *Effective Public Relations*. Kencana Media Group
- Effendy, O. 2002. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT. Remaja.
- Grunig, J.E. & Hunt, T. 1984. *Managing Public Relations*, New York : Holt, Rinehart & Winston.
- Harini, I. N. 2014. Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP Al Hikmah Surabaya). *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(4), 8–20.
- Hidayat, R. 2016. Manajemen Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam di Kota Medan. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 1(1).
- Ishak, A. 2012. Peran public relations dalam komunikasi organisasi. *Jurnal Aspikom*, 1(4), 373-380.
- Jones, A. 2018. The Role of Public Relations in Crisis Management. *Journal of Communication Management*, 22(3), 245-260.
- Kriyantono, R. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- May, R. 2005. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: Refika Aditama.

- Mundiri, A. 2016. Strategi Lembaga Pendidikan Islam dalam Membangun Branding Image. *Pedagogik*, 3(2), 58–72.
- Nasution, Z. 2010. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: UMM Press.
- Puspokusumo, A. 2011. Peranan Management Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Jasa Perhotelan: Studi Kualitatif Pada Re-Opening Hotel Mandarin Oriental. Jakarta. *Binus Business Review*, 2(1), 202–215.
- Ruslan, R. 2010. *Manajemen. Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persad
- Sinatra, L & Darmastuti, R. 2008. Kajian Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perguruan Tinggi Swasta di Jawa Tengah. *Jurnal Scriptura*, 2(2).
- Smith, B. E. 2020. Stakeholder Engagement and Corporate Reputation: Insights from the Field of Public Relations. *Corporate Communications: An International Journal*, 25(4), 574-589.
- Suryosubroto, B. 2012. *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relation)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Wong, D. 2021. Transparency and Honesty in Public Relations: Challenges and Opportunities. *Journal of Public Relations Research*, 33(1), 45-55