

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM PEMBENTUKAN CITRA POSITIF SDIT *GLOBAL ISLAMIC SCHOOL (GIS)* PERMATA UMMI KERTASEMAYA INDRAMAYU

PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN FORMING POSITIVE IMAGE OF SDIT GLOBAL ISLAMIC SCHOOL (GIS) PERMATA UMMI KERTASEMAYA INDRAMAYU

Oleh : Alif Lam Mim Huda, 14419144030, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta
aliflammimhuda@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui strategi *public relations* dalam pembentukan citra positif sekolah; (2) mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pembentukan citra positif SDIT GIS Permata Ummi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian di SDIT GIS Permata Ummi Kertasemaya Indramayu. Informan penelitian dipilih secara *purposive* mencakup pengurus yayasan, kepala sekolah, guru, tenaga kependidikan dan orang tua siswa. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Selanjutnya, teknik keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber. Analisis data menggunakan metode analisis interaktif dengan tahap pengumpulan data, reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi diwujudkan dalam kegiatan internal *public relations* yang meliputi rapat rutin, *rihlah*, pelatihan guru dan penghargaan *teacher of the month*. Sementara eksternal *public relations* meliputi kegiatan sosialisasi, *open house*, seminar *parenting*, pawai, *field trip* dan publikasi. Dalam penelitian ini diketahui beberapa faktor pendukung pelaksanaan strategi *public relations* ialah kurikulum dan aksi *word of mouth*, sementara faktor penghambat meliputi fasilitas, kompetensi guru, kendala komunikasi dan struktur dan sistem *public relations* yang belum ada di sekolah. Pelaksanaan *public relations* ini juga berdampak pada beberapa hal meliputi terbentuknya citra positif sekolah, peningkatan siswa baru dan eksistensi sekolah di wilayah Indramayu.

Kata Kunci: Strategi *Public Relations*, Citra, Sekolah

Abstract

This research aimed: (1) to know the public relations strategy that implemented in establishing the positive image of the school; (2) to know the supporting and inhibiting factors in the formation of positive image of SDIT GIS Permata Ummi This research was a descriptive research with qualitative approach. The location of this research was located at SDIT GIS Permata Ummi Kertasemaya Indramayu. The research informants were chosen purposively including foundation management, principals, staffs, teachers and parents. The data collection was done by interview, observation and documentation. Furthermore, the data trustworthiness was done by using triangulation of sources. The data analysis used interactive analysis method including data collection, data reduction, data presentation and conclusion. The results of the research showed that public relations strategy of SDIT GIS Permata Ummi were realized in intenal public relations activities covering routine meeting, rihlah, teacher training and teacher of the month awards. Meanwhile external public relations covered socialization activities, open houses, parenting seminars, parades, field trips and publications. In this research, it was known that several factors supporting the implementation of public relations strategy were the curriculum and the word of mouth, while the inhibiting factors including the facilities, the teacher competence, the communication constraints and the absence of public relations structure and system in the school. The implementation of public relations also affected several things, which were the establishment of a positive image of the school, the increase of new students and the existence of schools in Indramayu region.

Keywords: *Public Relations Strategy, Image, School*

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam kemajuan dan pembangunan kualitas sumber daya manusia. Pendidikan juga dapat membentuk kepribadian diri dan karakter yang berguna baik bagi kehidupan pribadi maupun kehidupan sosial di masyarakat. Beberapa upaya yang dilakukan untuk mendapatkan pendidikan salah satunya melalui lembaga pendidikan atau sekolah.

Seiring perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat, banyak bermunculan sekolah-sekolah yang menghadirkan konsep-konsep pendidikan yang baru. Secara tidak langsung muncul persaingan yang cukup ketat dan terbuka antar sekolah baik negeri maupun swasta terutama dalam hal kualitas maupun proses pendidikan. Menurut data yang diperoleh dari laman *kemendikbud.co.id*, Kabupaten Indramayu tercatat memiliki 871 sekolah negeri dan 164 sekolah swasta. Meskipun jumlah keberadaan sekolah swasta masih sangat kecil dibandingkan dengan sekolah negeri, lembaga sekolah swasta tak kalah gencar dalam mengikuti arus persaingan. Salah satunya sekolah islam terpadu.

Pada dekade akhir tahun 1980-an, sekolah islam terpadu mulai bermunculan. Sekolah yang berada di bawah Jaringan Sekolah Islam Terpadu (JSIT) merupakan sekolah yang cukup menjadi perbincangan banyak orang tua dalam pemilihan lembaga pendidikan bagi anak-anaknya. Dilansir dalam laman *republika.co.id*, hingga 2013 jumlah sekolah yang berada dalam Jaringan Sekolah Islam Terpadu (JSIT) Indonesia mencapai 1.926 unit sekolah. Jumlah sekolah tersebut terdiri atas 879 unit taman kanak-kanak (TK), 723 unit sekolah dasar (SD), 256 unit sekolah menengah pertama (SMP), dan 68 unit sekolah menengah (SMA). Persebaran sekolah yang demikian pesat menunjukkan bahwa Sekolah Islam Terpadu menjadi tren baru pendidikan Islam di Indonesia khususnya bagi kalangan menengah ke atas.

Salah satu lembaga pendidikan sekolah dasar swasta berbasis Islam terpadu di Kabupaten Indramayu, yakni SDIT Global Islamic School (GIS) Permata Ummi merupakan sekolah memiliki konsep sistem pendidikan *full-day school* serta menerapkan kurikulum pendidikan nasional yang dipadukan dengan muatan agama Islam,

muatan lokal, dan *life-skill*. Berbeda halnya dengan sekolah islam terpadu di kota lain, SDIT GIS Permata Ummi yang baru saja didirikan pada tahun 2013 memiliki tantangan tersendiri untuk menarik perhatian masyarakat. Dalam hal ini, SDIT GIS Permata Ummi sebagai sebuah sekolah swasta yang belum lama terbentuk telah melakukan strategi *public relations*. Melalui wawancara dengan Kepala Sekolah, beberapa strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi diwujudkan dalam kegiatan sosialisasi, *open house* dan penyebaran brosur.

Dengan adanya strategi *public relations* yang tepat, potensi dan kualitas yang dimiliki SDIT GIS Permata Ummi dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Hal ini tentunya akan membentuk citra positif di benak masyarakat dan meningkatkan minat para orang tua untuk menyekolahkan anak-anaknya di sekolah tersebut.

Tabel 1. Jumlah penerimaan siswa baru SDIT GIS Permata Ummi Tahun 2013-2017

Tahun Ajaran	2013	2014	2015	2016	2017
Jumlah Siswa	4 siswa	26 siswa	58 siswa	83 siswa	118 siswa

Sumber: Administrasi penerimaan siswa baru SDIT GIS Permata Ummi 2018

Berdasarkan table diatas, pada tahun-tahun berikutnya, SDIT GIS Permata Ummi mulai mendapat respon baik dari masyarakat dengan jumlah penerimaan siswa baru yang semakin meningkat. Peningkatan penerimaan siswa baru ini menunjukkan adanya kepercayaan masyarakat. Menurut Triwiyanto (2015) yang dilansir dari *mbscenter.or.id* mengatakan bahwa salah satu indikator utama untuk mengukur keberhasilan membangun citra suatu sekolah adalah berapa jumlah peserta didik yang mendaftar dan diterima di suatu sekolah, berapa tinggi peran serta masyarakat, serta bagaimana prestasi siswa di suatu sekolah. Jumlah peserta didik yang mendaftar di suatu sekolah dipengaruhi oleh kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, kepercayaan yang terbentuk ini terkait dengan citra SDIT GIS Permata Ummi yang positif yang diperoleh melalui strategi *public relations* yang telah dilakukan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deksripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2014:6).

Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif untuk menganalisa permasalahan yang timbul kemudian digambarkan dengan kata-kata atau bahasa secara rinci dan mendalam.

Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SDIT *Global Islamic School* (GIS) Permata Ummi. Pemilihan lokasi tersebut berdasarkan pertimbangan bahwa instansi ini merupakan sekolah rintisan yang sedang tumbuh dan berkembang ditengah masyarakat dengan latar belakang yang berbeda-beda. Penelitian ini dimulai sejak bulan April hingga Juni 2018.

Sumber Data

Sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan atau tempat penelitian melalui metode wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini, pemilihan informan menggunakan metode *purposive*, karena didasarkan pada pertimbangan bahwa beberapa pihak di bawah ini memiliki kompetensi terkait fungsi *public relations* dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Informan penelitian ini mencakup:

- a. Kepala Sekolah SDIT GIS Permata Ummi
- b. Tenaga Akademik (tendik) SDIT GIS Permata Ummi
- c. Guru SDIT GIS Permata Ummi
- d. Pengurus Yayasan Permata Madani Kertasemaya
- e. Orang tua siswa SDIT GIS Permata Ummi

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, melalui catatan-catatan lapangan hasil observasi di SDIT GIS Permata Ummi. Dari semua data yang telah didapatkan, kemudian dipilah untuk digunakan oleh peneliti guna memperkuat data primer yang telah didapatkan di lapangan.

Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Dimana metode wawancara digunakan sebagai data utama yang dilengkapi dengan data pendukung berupa hasil observasi dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, peneliti merupakan instrumen utama. Menurut Moleong (2014), dalam suatu penelitian, seorang peneliti merupakan tokoh yang merencanakan, melaksanakan, mengumpulkan data, menganalisis, menginterpretasikan data, dan melaporkan hasil penelitiannya. Dikarenakan peneliti merupakan instrumen dalam penelitian itu sendiri oleh karenanya harus dilakukan validasi kepada dirinya sendiri terkait kesiapan dalam melakukan penelitian ini.

Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan hal penting dalam penelitian karena menjadi tolak ukur seberapa jauh penelitian tersebut dapat dibuktikan kebenarannya. Dalam penelitian ini, uji keabsahan data menggunakan model triangulasi sumber dimana peneliti menggunakan beragam sumber data yang tersedia. Artinya, data yang sama atau sejenis lebih mantap kebenarannya, bila digali dari beberapa sumber data yang berbeda.

Analisis Data

Analisis data digunakan untuk memilah data mana saja yang dapat digunakan untuk mendukung hasil penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan analisis interaktif menggunakan model Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2007:246). Berdasarkan model Miles dan Huberman, terdapat tiga langkah dalam melakukan analisis data, antara lain:

1. Reduksi Data
2. Penyajian Data
3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi *Public Relations* dalam Pembentukan Citra Positif SDIT GIS Permata Ummi

Strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi diwujudkan dalam beberapa program kegiatan antara lain: program *public relations* internal dan eksternal. Kegiatan eksternal bertujuan untuk membangun hubungan dengan *stakeholder* dan membentuk citra positif lembaga, sedangkan kegiatan internal bertujuan untuk mengelola publik internal agar dapat membangun hubungan kerja yang kondusif diantara karyawan dan meningkatkan produktifitas kerja.

Public relations internal terbagi kedalam beberapa kegiatan, antara lain: 1) Pertemuan Rutin setiap hari senin untuk melakukan rapat kegiatan, laporan siswa, dan evaluasi; 2) Pelatihan untuk meningkatkan kompetensi guru; 3) Rihlah/perjalanan merupakan bentuk perhatian sekolah kepada para guru dan karyawan dengan melakukan rekreasi bersama; 4) Penghargaan *teacher of the month* sebagai bentuk apresiasi terhadap kinerja guru untuk meningkatkan loyalitas dan produktifitas kerja karyawan dan guru.

Griswold (1948) dalam Abdurachman (1995, 34) mengatakan bahwa mencapai karyawan yang memiliki kegairahan kerja merupakan tujuan dari internal *public relations*. Temuan ini sesuai dengan teori pendekatan Humas yang dikemukakan Ruslan (2012: 278-279) bahwa kegiatan *employee relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam aktivitas dan program, antara lain sebagai berikut: 1) Program Pendidikan dan Pelatihan; 2) Program Motivasi Kerja Berprestasi; 3) Program Penghargaan; 4) Program Acara Khusus (Special Events); 5) Program Media Komunikasi Internal;

Pelaksanaan program *employee relations* (hubungan masyarakat internal) yang tepat dalam suatu organisasi merupakan sarana teknis atau suatu kegiatan metode komunikasi yang memiliki kekuatan mengelola sumber daya manusia dan lain sebagainya demi pencapaian tujuan komunikasi. Menurut Ruslan (2012:250), komunikasi internal melalui program *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang

positif, yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan.

Secara umum, teori yang dikemukakan Ruslan sejalan dengan kegiatan yang dilakukan oleh Internal *Public Relations* SDIT GIS Permata Ummi. *Pertama*, SDIT GIS Permata Ummi melakukan program pendidikan melalui pelatihan yang diberikan kepada para guru dan karyawan. *Kedua*, sekolah mengadakan program motivasi dan prestasi kerja serta penghargaan melalui penghargaan *teacher of the month*. Dimana penghargaan ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan produktifitas para guru dan karyawan SDIT GIS Permata Ummi. Apresiasi yang diberikan sekolah melalui penghargaan *teacher of the month* ini akan menumbuhkan produktifitas bagi para guru dan karyawan yang lain.

Ketiga, sekolah mengadakan program acara khusus dengan mengajak karyawan dan guru beserta para pimpinan untuk berlibur bersama. Sekolah mengadakan *rihlah* atau perjalanan sebagai bentuk rehat dan rekreasi bagi para guru dan karyawan dengan mengajak serta keluarganya untuk memperat hubungan sesama karyawan dan pimpinan. Hal ini juga dilakukan sekolah agar terbentuk hubungan yang baik, sehingga dapat meningkatkan adanya kepercayaan, pengertian, dan penghargaan satu sama lain. *Keempat*, sekolah mengadakan program media komunikasi internal dengan memanfaatkan teknologi melalui media sosial yakni grup *whatsapp* dan *facebook*. Kedua media komunikasi ini mampu membuat komunikasi internal sekolah semakin lancar dengan penyebaran informasi yang lebih cepat dan mudah apabila dibandingkan dengan surat edaran maupun buletin.

Selain itu, sekolah juga secara rutin melakukan komunikasi internal dengan mengadakan pertemuan antar guru karyawan dan pimpinan. Pertemuan rutin ini dilaksanakan untuk membahas mengenai kegiatan sekolah serta untuk menampung aspirasi guru dan karyawan. Hal ini dapat menumbuhkan rasa saling menghargai antara pimpinan dan karyawan. Di samping itu, melalui pertemuan rutin sekolah dapat mengetahui potensi maupun peluang yang baru bagi kemajuan sekolah baik dari para guru maupun karyawan.

Sementara itu, eksternal *public relations* SDIT GIS Permata Ummi meliputi beberapa kegiatan yakni: 1) Sosialisasi ke

taman kanak-kanak (TK) dan pendidikan anak usia dini (PAUD) setempat; 2) *Open House*; 3) Seminar Parenting bagi guru, orang tua dan masyarakat; 4) Bakti Sosial bagi masyarakat yang membutuhkan; 5) Pawai hari besar; 6) *Field trip*; dan 5) Publikasi melalui media sosial, media iklan dan media cetak.

Public Relations dalam sebuah sekolah berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan partisipasi internal dan eksternalnya untuk mewujudkan tujuan bersama. Temuan ini sejalan dengan teori yang disampaikan Ruslan (2012, 142), fungsi *public relations* tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek pendekatan atau strategi Humas antara lain: 1) Strategi operasional; 2) Pendekatan persuasif dan edukatif; 3) Pendekatan tanggung jawab sosial; 4) Pendekatan kerja sama; 5) Pendekatan koordinatif dan integratif.

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) GIS Permata Ummi merupakan sebuah sekolah yang sedang berkembang dan mendapat perhatian dari masyarakat karena perbedaan yang dimilikinya dengan sekolah lain. Mulai dari kurikulum, sitem *full-day school*, hingga pembiasaan-pembiasaan ibadah wajib sunah dan hafalan Quran yang diterapkan kepada para siswanya. Sekolah perlu memberikan informasi secara jelas mengenai keunggulan kurikulum kepada masyarakat secara keseluruhan agar dapat terbentuk suatu citra yang positif. Upaya SDIT GIS Permata Ummi dalam membentuk citra dilakukan dengan melakukan strategi *public relations*. Strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi secara garis besar hampir sama dengan beberapa pendekatan atau strategi Humas yang dikemukakan oleh Ruslan di atas.

Dari hasil penelitian, peneliti melihat bahwa strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi juga melakukan pendekatan dengan berbagai bentuk kegiatan untuk mencapai tujuannya. *Pertama*, strategi operasional SDIT GIS Permata Ummi yakni mengadakan *open house* untuk menjalin silaturahmi dan memperkenalkan masyarakat dengan SDIT GIS Permata Ummi. *Kedua*, sekolah mengadakan kegiatan seminar *parenting* dan sosialisasi sebagai bentuk pendekatan persuasif dan edukasi bagi orang tua dan masyarakat.

Ketiga, SDIT GIS Permata Ummi melakukan pendekatan tanggung jawab sosial

dengan mengadakan bakti sosial dan santunan bagi anak yatim. Bakti sosial ini juga ternyata mampu memberikan pemahaman dan edukasi untuk memiliki rasa empati dan berbagi kepada lingkungan dan sesama. Keempat, sekolah melakukan kerjasama baik dengan instansi pemerintah maupun swasta dan untuk memperoleh cira positif dan dukungan dari berbagai pihak tersebut tersebut.

Kelima, SDIT GIS Permata Ummi melakukan pendekatan koordinatif dan intergratif dengan melakukan pawai. Pawai dilakukan berkenaan dengan adanya perayaan hari besar maupun peringatan momen bersejarah tertentu. Seperti halnya yang baru saja dilakukan sekolah menjelang Ramadhan dengan melakukan pawai berkeliling desa sambil melantunkan *solawat*. Melalui pawai ini, sekolah berusaha membangun interaksi agar masyarakat di Desa Kertasemaya dan sekitarnya dapat lebih familiar dengan keberadaan SDIT GIS Permata Ummi.

Selain beberapa pendekatan tersebut, peneliti menemukan adanya kegiatan lain yang dilakukan SDIT GIS Permata Ummi dalam strategi *public relations*nya yakni publikasi. Publikasi tersebut dilakukan melalui media cetak, media sosial dan media iklan kepada target sasarnya yakni masyarakat untuk memperoleh pengenalan, pengetahuan dan pengertian sehingga dapat membentuk citra positif bagi lembaga yang diwakilinya, dalam hal ini SDIT GIS Permata Ummi.

B. Pihak-pihak yang terlibat dalam Pembentukan Citra Positif SDIT GIS Permata Ummi

Pihak-pihak yang berperan dalam pembentukan citra positif SDIT GIS Permata Ummi yakni Pengurus Yayasan, Kepala Sekolah, Guru, Tenaga Kependidikan, hingga siswa. Pihak-pihak tersebut berkontribusi sesuai dengan perannya masing-masing. Temuan penelitian ini juga sejalan dengan pendapat Alifahmi (2008: 73) bahwa strategi *public relations* sebuah lembaga sekolah dalam pembentukan citra (image) adalah dengan memberdayakan seluruh warga sekolah turut berperan serta dalam memajukan sekolah, karena citra (image) terhadap sekolah terbentuk berdasarkan banyak unsur dalam berbagai bentuk komponen.

Sebagai sebuah sekolah yang memiliki sumber daya yang masih terbatas, SDIT GIS

Permata Ummi belum memiliki fungsi Humas secara jelas dalam struktur organisasinya. Akibatnya, sekolah belum dapat merumuskan secara jelas bagaimana langkah-langkah perencanaan atau strategi *public relations* yang dilakukan SDIT GIS Permata Ummi. Dari hasil wawancara bersama Kepala Sekolah, beliau mengatakan secara umum tugas *public relations officer* dalam membangun hubungan dan menangani krisis sekolah, masih cenderung dikelola oleh Kepala Sekolah dengan dibantu oleh para guru dan karyawannya. Jadi dalam hal ini, SDIT GIS Permata Ummi mendapat bantuan dari warga sekolah dalam membentuk citra positif sekolah.

Dengan demikian SDIT GIS Permata Ummi memiliki potensi untuk dapat membentuk citra positif sekolah dengan memaksimalkan peran para warga sekolah meskipun belum memiliki struktur dan sistem *public relations* di sekolah. Dari hasil penelitian, peneliti menemukan adanya kontribusi dari setiap warga sekolah sesuai dengan perannya masing-masing. Pengurus yayasan berperan dengan melakukan strategi pendekatan langsung terhadap *top management* yakni Kepala Dinas Pendidikan Indramayu untuk berdiskusi terkait pendidikan dan mengurus izin operasional SDIT GIS Permata Ummi. Kepala Sekolah sebagai pimpinan memiliki tanggung jawab dan peran yang besar dalam perencanaan dan evaluasi setiap kegiatan *public relations* di sekolah.

Guru-guru berperan dalam membangun komunikasi yang terbuka dan mengajar dengan tulus sehingga para siswa nyaman dalam belajar. Tenaga Kependidikan berkontribusi dengan memberikan pelayanan dan menjalin komunikasi yang baik dengan orang tua dan karyawan. Serta para siswa yang berperan sebagai corong *public relations* dengan menjadi teladan bagi lingkungan sekitarnya. Siswa yang telah terbentuk menjadi siswa yang saleh/salehah akan turut menjadi wajah bagi SDIT GIS Permata Ummi di masyarakat.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam pelaksanaan strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi

Faktor pendukung dari pelaksanaan strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi antara lain: 1) aksi *word of mouth* dari para orang tua yang merasakan kepuasan akan

perkembangan anak-anaknya; 2) kurikulum SDIT GIS Permata Ummi yang unik dan berbeda dengan sekolah lain di wilayah Kertasemaya Indramayu yakni memberikan pendidikan umum, agama dan karakter secara berkesinambungan.

Dengan adanya aksi *word of mouth* yang dilakukan orangtua yang disertai dengan testimoninya ini ternyata cukup memengaruhi citra positif sekolah di mata masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2009: 174) bahwa pemasaran dari mulut ke mulut adalah komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa. *Word of mouth* dapat membentuk kepercayaan para pelanggan dalam hal ini ialah orang tua dan siswa.

Aksi *word of mouth* yang dilakukan orangtua ini juga merupakan dorongan dari pengalaman yang telah mereka rasakan. Jadi dalam hal ini *word of mouth* yang dilakukan termasuk kedalam jenis *Organic word of mouth* menurut Sernovitz (2009) dalam Hasan (2010) yakni pembicaraan yang bersemi secara alami dari kualitas positif dari SDIT GIS Permata Ummi. Hal ini dapat menjadi strategi pemasaran alami yang didukung oleh kepuasan para orang tua yang menyekolahkan anak-anaknya di SDIT GIS Permata Ummi. Hasan (2010) juga menambahkan *Word of mouth* antar konsumen muncul secara alami dan jujur yang membuat pesan pemasaran yang dihasilkan jauh lebih efektif dibanding dengan media lain. Apalagi dengan adanya sumber *word of mouth* yang memiliki reputasi yang baik tentunya penyebaran *word of mouth* ini semakin dapat dijamin kebenarannya.

Selain itu, hal lain yang cukup menjadi pertimbangan bagi para orang tua untuk menyekolahkan anaknya di SDIT GIS Permata Ummi ialah kurikulum SDIT GIS Permata Ummi yang berbeda dengan sekolah lainnya di wilayah Kertasemaya Indramayu. Kurikulum SDIT GIS Permata Ummi menggunakan perpaduan dari beberapa sumber antara lain kurikulum nasional (kurikulum 2013), Kurikulum Jaringan Islam Terpadu, dan Kurikulum Tahfidz & Tahsin Al-Qur'an Kurikulum SDIT GIS Permata Ummi yang berbeda dengan sekolah lain di Desa

Kertasemaya inilah yang kemudian dapat menarik atensi masyarakat dan orang tua.

Sementara itu, faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi *public relations* yang dilakukan antara lain: 1) Kompetensi guru yang belum memenuhi standar kualifikasi pedagogik, standar, kepribadian, dan sosial; 2) Fasilitas sekolah yang masih terbatas dan seadanya; 3) Kendala komunikasi antara sekolah, orangtua, dan masyarakat yang seringkali menimbulkan kesalahpahaman dan salah persepsi.

Temuan ini sesuai dengan teori yang disampaikan Abdurachman (1995), bahwa penilaian eksternal publik terhadap suatu lembaga bukan hanya mengenai pelayanannya, kegiatan-kegiatannya, dan para anggotanya, tapi juga mengenai keseluruhan yang meliputi badan tersebut. Jadi, gedung sekolah, lokasi sekolah, fasilitas dan lainnya yang nampak dari lembaga tersebut akan memberi kesan kepada mereka dan membentuk opininya kemudian menentukan sikapnya terhadap lembaga tersebut.

Selain itu, kompetensi guru juga seringkali menjadi kendala bagi terbentuknya citra positif SDIT GIS Permata Ummi. Saat sekolah telah melakukan standarisasi terhadap suatu program pembelajaran seringkali menemui hambatan, karena guru belum memenuhi kualifikasi tersebut. Oleh karenanya, SDIT GIS Permata Ummi telah melakukan upaya untuk mengatasi beberapa faktor tersebut dengan terus melakukan perbaikan seperti pembangunan gedung dan perbaikan fasilitas sekolah serta mengadakan pelatihan untuk meningkatkan kualifikasi guru.

Kendala komunikasi yang seringkali menyebabkan kesalahpahaman dan persepsi antara sekolah dan masyarakat harus mendapat perhatian yang baik dari sekolah. Apabila kendala komunikasi tersebut dibiarkan, dikhawatirkan akan menjadi *boomerang* dan masalah bagi sekolah dikemudian hari. Oleh karenanya, sekolah perlu secara aktif membangun dialog bersama orang tua dan masyarakat agar tercipta hubungan saling pengertian dan kejelasan informasi bagi sekolah maupun orang tua. Selain itu, yang turut menjadi penghambat dalam pembentukan citra positif sekolah ialah belum adanya struktur dan sistem *public relations* yang dimiliki sekolah, sehingga sekolah belum memiliki langkah-langkah yang jelas dalam

melakukan strategi *public relations*. Kepala Sekolah sebagai top manajemen di sekolah juga terkadang kewalahan mengurus berbagai kegiatan *public relations* dan krisis yang dialami oleh sekolah. Oleh karena itu, diharapkan SDIT GIS Permata Ummi dapat membentuk struktur dan sistem *public relations* secara jelas dan lebih baik di kemudian hari.

D. Dampak strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi

Sebagai sekolah baru dengan kurikulum yang berbeda dengan sekolah lainnya di wilayah Kertasemaya Indramayu tentu memiliki tantangan tersendiri dalam proses perjalanannya. Hal tersebut juga dialami oleh SDIT GIS Permata Ummi yang melalui berbagai kendala dan tantangan yang dihadapi mulai dari persepsi masyarakat, fasilitas dan lainnya. Akan tetapi hal tersebut tidak menghalangi sekolah untuk terus membentuk citranya di masyarakat melalui strategi *public relations* yang diwujudkan dalam berbagai kegiatan yang dilakukan bersama *stakeholder*. Hal ini kemudian berdampak pada beberapa hal antara lain, terbentuknya citra positif, adanya peningkatan jumlah siswa baru dan eksistensi sekolah di wilayah Indramayu.

Ruslan (2012: 75) mengungkapkan secara garis besar citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu obyek tertentu. Ardianto (2011) menambahkan bahwa citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi, atau lembaga; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Sedangkan menurut Sutojo (2014), citra lembaga dianggap sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri lembaga atau organisasi.

Citra lembaga akan terbentuk menjadi positif ataupun negatif akan tergantung pada bagaimana sebuah lembaga tersebut memberikan pemahaman informasi dan hubungan baik dengan publiknya. Citra merupakan buah hasil dari strategi *public relations* yang dilakukan oleh sebuah lembaga. Citra sebuah lembaga yang sudah direncanakan dengan matang akan dapat menjadi gambaran umum maupun ciri khas sebuah lembaga apabila strategi *public relations* dilakukan secara benar.

Temuan penelitian ini sejalan dengan proses pembentukan citra menurut Soleh Soemirat & Elvinaro (2008: 115) yang mengutip pendapat dari Nimpoeno, dalam Danasaputra (1995: 36) yaitu proses-proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen-komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu diartikan sebagai *mental representation* (citra) dari stimulus. Dalam hal ini, dampak strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi sesuai dengan komponen-komponen pembentuk citra yang dikemukakan oleh Nimpono. Komponen-komponen yang meliputi persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen yang dalam penelitian ini merupakan orang tua dan siswa merupakan sebuah proses terbentuknya citra.

Dalam melakukan strategi *public relations*, SDIT GIS Permata Ummi berusaha menyampaikan pesan dan informasi dengan harapan dapat membentuk persepsi masyarakat. Menurut Suranto (2011: 60), persepsi memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan komunikasi.

Sesuai dengan model pembentukan citra yang dikemukakan oleh Soemirat dan Elvinaro bahwa citra merupakan sebuah proses input output. Dimana stimulus rangsang yang dilakukan oleh sekolah melalui berbagai kegiatan *public relations*, ternyata mampu menghasilkan respon perilaku pada orang tua. Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Oleh karena itu, sebuah citra diharapkan dapat mendorong seseorang untuk melakukan perilaku maupun sikap yang menjadi tujuan dari sebuah perusahaan atau lembaga. Semakin meningkatkan jumlah siswa baru yang mendaftar di SDIT GIS Permata Ummi kemudian secara tidak langsung ikut mempengaruhi eksistensinya di wilayah Kertasemaya Indramayu sehingga keberadaannya cukup diperhitungkan oleh masyarakat.

Dibuktikan dengan terpilihnya SDIT GIS Permata Ummi sebagai sekolah untuk melaksanakan kegiatan *Fit for School* yang diadakan oleh Puskesmas di Desa Kertasemaya. Terpilihnya SDIT GIS Permata Ummi untuk mengadakan kegiatan tersebut menunjukkan adanya eksistensi sekolah di Desa Kertasemaya. Hal tersebut menandakan

bahwa instansi baik swasta maupun pemerintah seperti Puskesmas, telah melihat SDIT GIS Permata Ummi sebagai sebuah sekolah yang berpotensi untuk menjadi teladan maupun percontohan bagi sekolah maupun anak-anak lainnya di Desa Kertasemaya.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian mengenai strategi *public relations* dalam pembentukan citra SDIT GIS Permata Ummi Kertasemaya maka dapat didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

1. Strategi *public relations* SDIT GIS Permata Ummi diwujudkan dalam kegiatan internal public relation dan eksternal *public relations*. *Public relations* internal terbagi kedalam beberapa kegiatan, antara lain: 1) Pertemuan Rutin setiap hari senin untuk melakukan rapat kegiatan, laporan siswa, dan evaluasi; 2) Pelatihan untuk meningkatkan kompetensi guru; 3) Rihlah/perjalanan merupakan bentuk perhatian sekolah kepada para guru dan karyawan dengan melakukan rekreasi bersama; 4) Penghargaan *teacher of the month* sebagai bentuk apresiasi terhadap kinerja guru untuk meningkatkan loyalitas dan produktifitas kerja. *Public relations* eksternal meliputi beberapa kegiatan yakni: 1) Sosialisasi ke taman kanak-kanak (TK) dan PAUD setempat; 2) *Open House* dengan mengundang warga dan orang tua serta murid taman kanak-kanak; 3) Seminar Parenting bagi guru, orang tua dan masyarakat; 4) Bakti Sosial yang disertai bazar dan santunan anak yatim; 5) Pawai untuk menyambut atau meperingati hari besar; 6) *Field trip* dan kerjasama dengan instansi pemerintah maupun swasta; dan 5) Publikasi melalui media sosial, media iklan dan media cetak.
2. Citra sekolah dapat terbentuk dengan peran dan kontribusi setiap warga sekolah dengan tugasnya masing-masing. Mulai dari Pengurus Yayasan, Kepala Sekolah, Guru, Tenaga Kependidikan, hingga siswa. Dengan adanya komitmen dan ketulusan dalam mendidik, akan menghasilkan siswa yang berkarakter. Serta dengan adanya komunikasi yang terbuka akan membangun suasana belajar yang lebih nyaman bagi para siswa. Siswa

- yang telah terbentuk menjadi siswa yang saleh/salehah akan turut menjadi wajah bagi SDIT GIS Permata Ummi di masyarakat.
3. Faktor pendukung dari pelaksanaan strategi *public relations* antara lain: 1) Aksi *word of mouth* dari para orang tua yang merasakan kepuasan akan perkembangan anak-anaknya dengan melakukan promosi kepada orang-orang terdekatnya ; 2) Kurikulum SDIT GIS Permata Ummi yang unik dan berbeda dengan sekolah lain di wilayah Kertasemaya Indramayu yakni memberikan pendidikan umum, agama dan karakter secara berkesinambungan membuat masyarakat tertarik untuk mendaftarkan anak-anaknya di sekolah ini. Sementara itu, faktor penghambat dalam pelaksanaan strategi *public relations* yang dilakukan antara lain: 1) Kompetensi guru yang belum memenuhi standar kualifikasi pedagogik, standar, kepribadian, dan sosial; 2) Fasilitas sekolah yang masih terbatas dan seadanya; 3) Kendala komunikasi antara sekolah, orangtua, dan masyarakat yang seringkali menimbulkan kesalahpahaman dan salah persepsi antara sekolah, orang tua dan masyarakat; 4) Belum adanya struktur dan sitem *public relations* di sekolah.
 4. Strategi *public relations* yang dijalankan SDIT GIS Permata Ummi berdampak pada beberapa hal antara lain, terbentuknya citra positif, adanya peningkatan jumlah siswa baru dan eksistensi sekolah di wilayah Indramayu.
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet.XXIII. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto, 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Cet.VI. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Suranto, Aw. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Sutojo, S. (2014). *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.

Jurnal

- Teguh, Triwiyanto. 2015. Membangun Citra Sekolah. *Manajemen Berbasis Sekolah*.
<http://mbscenter.or.id/site/page/id/390>, diakses pada tanggal 28 April 2017.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdurachman. (1995). *Dasar-Dasar Public Relations*. Cet. XI. Bandung: PT. Citra Adya Bakti.
- Alifahmi, Hifni. (2008). *Marketing Communications Orchestra*. Bandung: Examedia Publishing.

