

Peran Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Branding Sekolah

Oleh:

Siti Fatimah

Budi Haryanto

Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Januari, 2025

Pendahuluan

Kemajuan teknologi memberikan peluang bagi sekolah untuk memanfaatkan media sosial, website, dan platform digital dalam membangun komunikasi, meskipun tantangan dalam mengelola brand dan reputasi tetap ada. Branding yang kuat, melibatkan pengalaman pelanggan, layanan, serta program unggulan seperti tafzih, sains, atau olahraga, menjadi kunci menarik perhatian masyarakat. Humas memainkan peran strategis dalam sosialisasi, pemasaran, dan menciptakan hubungan positif antara sekolah dan masyarakat. Dengan manajemen humas yang efektif, berbagai program kerja, baik internal maupun eksternal, dapat memperkuat citra sekolah. Studi kasus SMPIT Imam Bukhari menunjukkan bahwa branding berbasis nilai Islami, program unggulan, dan budaya belajar yang positif mampu menciptakan reputasi yang baik. Faktor pendukung keberhasilan branding meliputi manajemen yang kuat, keterlibatan humas, budaya khas, dan program relevan, dengan kolaborasi internal sebagai elemen penting. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran humas dalam branding sekolah dan faktor keberhasilannya untuk meningkatkan kualitas pendidikan.



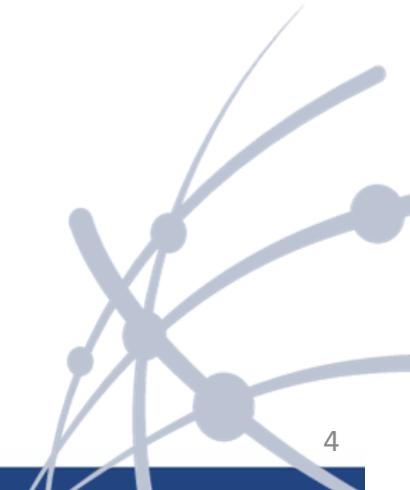
Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana peran Manajemen Humas dalam membangun *branding* sekolah di SMPIT Imam Bukhari ?
2. Apa faktor pendukung dari peran Manajemen Humas dalam membangun *branding* sekolah di SMPIT Imam Bukhari ?



Metode

Penelitian ini menerapkan metodologi studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian akan melibatkan beberapa pihak yang terkait antara lain: Kepala sekolah, Petugas humas sekolah, Guru, Orang tua siswa. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara mendalam dengan subjek penelitian untuk mengeksplorasi peran kehumasan, dan faktor pendukungnya. Observasi partisipatif di lingkungan sekolah untuk mengamati secara langsung pelaksanaan peran kehumasan. Studi dokumentasi terhadap dokumen-dokumen terkait.



Hasil

Di SMPIT Imam Bukhari, humas berfungsi menyampaikan informasi, mempromosikan program unggulan, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Faktor pendukungnya meliputi kolaborasi yang solid antara humas, guru, dan wali kelas, pemanfaatan media sosial untuk promosi; serta keterlibatan orang tua melalui kegiatan seperti parenting session dan pengajian.

Keunikan sekolah, seperti program Tahfizh Al-Qur'an dan buku amalan yaumiyah, juga memperkuat branding sekolah.

Pembahasan

Manajemen Humas di SMPIT Imam Bukhari telah menunjukkan efektivitas dalam berbagai aspek, terutama dalam publikasi dan branding. Meski demikian, ada peluang untuk memperbaiki sistem komunikasi yang lebih terstruktur, mengoptimalkan media digital, serta membangun kerja sama dengan media massa guna memperkuat kehadiran sekolah di masyarakat. Keunggulan identitas unik sekolah menjadi modal penting dalam menciptakan kepercayaan publik dan daya saing yang berkelanjutan.



Temuan Penting Penelitian

Peran Strategis Humas: Hubungan masyarakat (humas) di SMPIT Imam Bukhari berperan dalam menciptakan citra positif sekolah melalui komunikasi yang terstruktur, pengelolaan media sosial, dan kegiatan publikasi.

Humas juga bertindak sebagai mediator antara elemen internal (guru, staf, siswa) dan eksternal (orang tua, komunitas) untuk menciptakan hubungan harmonis.

Faktor Pendukung: Kolaborasi Internal: Sinergi antara tim humas, guru, dan wali kelas menjadi fondasi penting dalam menyampaikan visi, misi, dan nilai sekolah.

Keterlibatan Orang Tua dan Masyarakat: Program seperti parenting session dan pengajian keluarga memperkuat hubungan emosional antara sekolah dan masyarakat.

Keunikan Identitas Sekolah: Program unggulan seperti Tahfizh Al-Qur'an dan buku amalan yaumiyah menciptakan diferensiasi yang kuat.



Manfaat Penelitian

Secara Teoretis, Penelitian ini memperluas wawasan akademik tentang strategi manajemen humas dalam membangun citra sekolah. Memberikan panduan untuk studi lanjutan terkait peran humas dalam meningkatkan kualitas pendidikan.

Secara Praktis, Memberikan wawasan kepada lembaga pendidikan tentang cara efektif dalam membangun citra positif. Menjadi pedoman bagi sekolah untuk mengoptimalkan fungsi humas, terutama dalam menghadapi tantangan seperti pengelolaan media sosial dan keterlibatan masyarakat.



Referensi

- B. Haryanto, E. F. Fahyuni, and M. T. Alimova, *Branding Matters: Private Islamic Schools Struggle to Attract Students Under Educational Zoning*, vol. 1. Atlantis Press SARL, 2023. doi: 10.2991/978-2-38476 048-0_36.
- M. J. Susilo, "Strategibrandingsekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswadan Awarenessmasyarakat," *urnal Pendidik. Dompet Dhuafa*, vol. 12, pp. 1–6, 2022.
- E. Greaves, D. Wilson, and A. Nairn, "Marketing and School Choice: A Systematic Literature Review," *Rev. Educ. Res.*, vol. 93, no. 6, pp. 825–861, 2023, doi: 10.3102/00346543221141658.
- M. Nastain, "Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk)," *CHANNEL J. Komun.*, vol. 5, no. 1, pp. 14–26, 2017, doi: 10.12928/channel.v5i1.6351.
- Á. J. Rojas-Lamorena, S. Del Barrio-García, and J. M. Alcántara-Pilar, "A review of three decades of academic research on brand equity: A bibliometric approach using co-word analysis and bibliographic coupling," *J. Bus. Res.*, vol. 139, pp. 1067–1083, 2022, doi: 10.1016/j.jbusres.2021.10.025.

