

STRATEGI CYBER PUBLIC RELATION UNTUK MENINGKATKAN CITRA POSITIF SEKOLAH MENENGAH ATAS

Oleh :

Adam Amir Uddin

Ferry Adhi Dharma

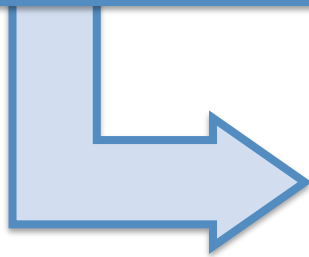
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SIDOARJO

JANUARI-2025

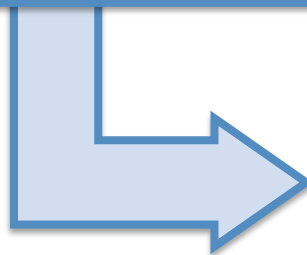


Pendahuluan

Citra positif sekolah sangat krusial karena mempengaruhi persepsi masyarakat, kepercayaan orang tua, dan daya tarik bagi calon siswa. Sekolah dengan citra baik dianggap sebagai tempat yang aman dan berkualitas, sedangkan citra buruk dapat berdampak negatif pada reputasi sekolah.



Strategi Cyber Public Relation mencakup penggunaan media sosial untuk membangun interaksi positif dan mengelola konten yang mencerminkan citra baik sekolah.



Tujuan Branding Sekolah, efektif membantu sekolah menonjol di antara kompetitor, mencakup penekanan pada kekuatan akademik, fasilitas, dan program unggulan yang dimiliki oleh sekolah untuk menarik perhatian calon siswa

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

“Bagaimana peranan cyber public relations dalam meningkatkan citra positif sebuah Sekolah Menengah Atas?”

Metode

Metode Kualitatif

Metode yang fokus pada kualitas data, bukan kuantitasnya. Seperti diskusi kelompok terfokus, wawancara mendalam, studi kasus, dan observasi, diketahui digunakan dalam pendekatan metodologi kualitatif

Metode Wawancara Mendalam

Wawancara dengan tim media sosial, humas, dan produser konten SMAMDA adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk memahami bagaimana strategi Cyber Public Relations (CPR) diterapkan di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo (SMAMDA)

Hasil

1. Peningkatan Citra Positif pada Jumlah siswa baru di SMAMDA meningkat sebesar 19% dalam satu tahun terakhir.
2. Implementasi Strategi CPR di SMAMDA sangat Aktif menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, YouTube)
3. Menggandeng kolaborasi dengan para influencer seperti Bella Kartika (parenting) dan Karim Sujatmiko (komedi) untuk meningkatkan visibilitas.

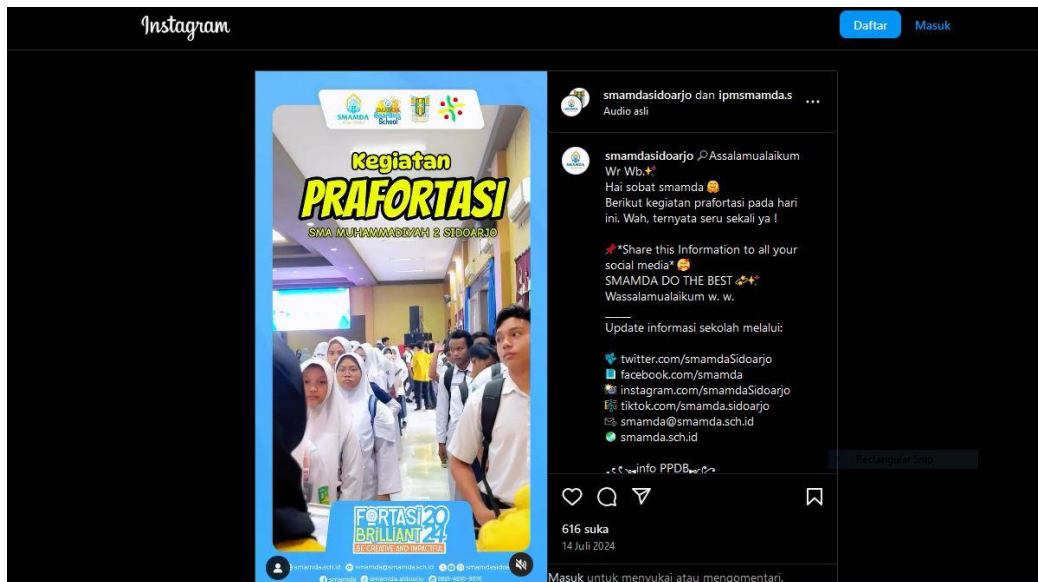
Pembahasan

Teori yang diterapkan dalam membangun sekolah SMAMDA menggunakan teori Excellence (Grunig dan Hunt), Model komunikasi two-way symmetrical digunakan untuk membangun hubungan saling menguntungkan antara sekolah dan audiens.

Peran pada Media Sosial SMAMDA dapat menggunakan platform seperti Instagram digunakan untuk mempromosikan prestasi dan aktivitas serta Kolaborasi dengan influencer memperluas jangkauan

Temuan Penting Penelitian

Temuan penting dalam penelitian ini berfokus pada penerapan Teori Excellence yang dikembangkan oleh James Grunig dan Hunt dalam konteks pembangunan sekolah SMAMDA. Teori ini menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang simetris (two-way symmetrical) untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan antara sekolah dan audiensnya.



Kegiatan Edukasi: Di mana siswa dan masyarakat belajar bersama, menunjukkan komitmen sekolah untuk berbagi pengetahuan.

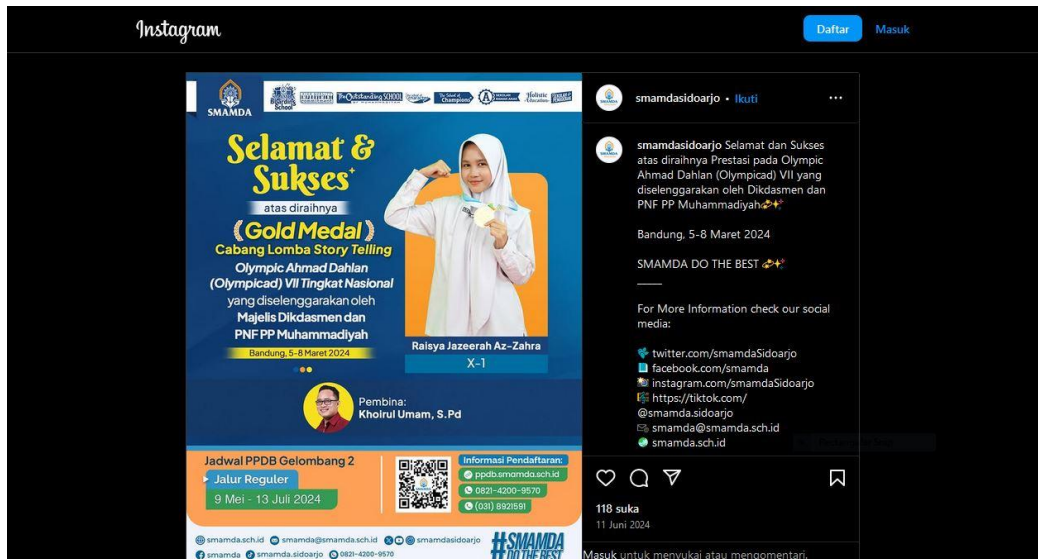
Acara Komunitas: Kegiatan yang melibatkan orang tua dan warga sekitar, menciptakan dialog antara sekolah dan publik.

Umpan Balik Audiens: Momen di mana siswa atau orang tua memberikan masukan tentang program sekolah, mencerminkan penerapan komunikasi dua arah.

[SMA MUHAMMADIYAH 2 SIDOARJO](#) | [Assalamualaikum Wr Wb. ✨ Hai sobat smamda ☺ Berikut kegiatan prafortasi pada hari ini. Wah, ternyata seru sekali ya ! ✨*Share this... | Instagram](#)

Temuan Penting Penelitian

Temuan penting dalam penelitian ini menyoroti peran media sosial bagi SMAMDA, khususnya penggunaan platform seperti Instagram untuk mempromosikan prestasi dan aktivitas sekolah. Selain itu, kolaborasi dengan influencer dapat memperluas jangkauan pesan yang disampaikan.



Prestasi Tim Karya Ilmiah Remaja: Foto ini menunjukkan tim Karya Ilmiah Remaja SMAMDA Sidoarjo yang meraih prestasi di ajang "International Science and Invention Fair". Ini mencerminkan bagaimana sekolah mempromosikan pencapaian akademik siswa melalui media sosial

[SMA MUHAMMADIYAH 2 SIDOARJO | Selamat dan Sukses atas diraihnya Prestasi pada Olympic Ahmad Dahlan \(Olympicad\) VII yang diselenggarakan oleh Dikdasmen dan PNF PP... | Instagram](#)

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Menambah literatur tentang strategi Cyber Public Relations di institusi pendidikan

Manfaat Praktis

Panduan bagi sekolah untuk mengoptimalkan media sosial dalam membangun citra positif.

Referensi

- [1] M. A. Mahbub, R. Jayawinangun, dan D. Amaliasari, "Pengaruh Citra Sekolah terhadap Keputusan Orangtua Memilih Sekolah di SDIT Zaid bin Tsabit," J. Ris. Public Relations, vol. 3, no. 2, December 2023, hal. 85–94, 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i2.2482.
- [2] A. Fradito, S. Suti'ah, dan Mulyadi, "Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Sekolah," Al-Idarah J. Kependidikan Islam, vol. 10, no. 1, hal. 12–22, 2020, doi: 10.24042/alidarah.v10i1.6203.
- [3] Amanda, "Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan," J. Advert., vol. 1, no. 1, hal. 125–135, 2015.
- [4] D. A. Rabbani dan F. U. Najicha, "Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia," Researchgate.Net, no. November, hal. 0–13, 2023, [Online]. Tersedia pada: https://www.researchgate.net/profile/Dana-Rabbani/publication/375525102_Pengaruh_Perkembangan_Teknologi_terhadap_Kehidupan_dan_Interaksi_Sosial_Masyarakat_Indonesia/links/654dcc8dce88b87031d8db65/Pengaruh-Perkembangan-Teknologi-terhadap-Kehidupan-dan-Inte.
- [5] F. Jefkins, Public Relations: Contemporary issues and techniques. Routledge, 2004.
- [6] S. Cutlip dan C. A. H. & B. G. M. M., Effective Public Relations, 9 ed. Jakarta: Kencana, 2009.
- [7] R. Sulfahmi dan M. Hanathasia, "Implementation of Image Management with Cyber Public Relations to Generation Z by Government Organization," J. Econ. Financ. Manag. Stud., vol. 05, no. 12, hal. 3484–3489, 2022, doi: 10.47191/jefms/v5-i12-05.
- [8] S. Aisyah, D. Hidayati, A. B. Santosa, dan H. Widodo, "Manajemen Pendidikan Manajemen Pemanfaatan Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Branding Sekolah tersebut untuk meningkatkan branding sekolah . Bentuk digitalisasi yang dapat tulisan , gambar , dan video . Media sosial ini memiliki kelemahan dalam," vol. 19, no. 1, hal. 16–36, 2024.
- [9] Y. Savchuk, L. Herasymiuk, dan Tarasyuk, "Use of Internet Resources to Form a Positive Image of Modern High School," Sci. J. "Library, 2023.
- [10] G. Aprinta, "Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta," J. Messenger, vol. 6, no. 1, hal. 1, 2016, doi: 10.26623/themessenger.v6i1.161.
- [11] L. M. Ganiem dan A. Agustina, "Cyber Public Relations Strategies for Enhancing Public Engagement: A Case Study of Koja Hospital Instagram," Athena J. Soc. Cult. Soc., vol. 1, no. 3, hal. 116–129, 2023, doi: 10.58905/athena.v1i3.104.
- [12] D. Novitasari dan P. W. Widiarti, "Strategi Cyber Public Relations Humas Polres Purworejo Dalam Mengelola Citra Positif," Lekt. J. Ilmu Komun., vol. 4, no. 1, 2022, doi: 10.21831/lektur.v4i1.18507.
- [13] M. Fadhli, "Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan," Contin. Educ. J. Sci. Res., vol. 1, no. 1, hal. 11–23, 2020, doi: 10.51178/ce.v1i1.7.

Referensi

- [14] A. Komsiatun, "Influencer Marketing sebagai Alat Strategis dalam Membangun Citra Perusahaan: Tren dan Tantangan dalam Praktik Public Relations," J. Ekon., vol. Vol. 12, no. June, 2023, [Online]. Tersedia pada: <https://www.researchgate.net/publication/371521955>.
- [15] F. A. Dharma, D. Hariyanto, and F. Muharram, "Construction of Political Identity on Instagram: Unveiling the Kadrin Hashtag Movement in Indonesia's 2024 Presidential Election," Academia Open, vol. 8, no. 2, pp. 1–18, 2023 <https://doi.org/10.21070/acopen.8.2023.6922>
- [16] R. Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2006.
- [17] J. E. Grunig, & T. T. Hunt, Managing Public Relations. New York, NY, USA: CBS College Publishing, 1984
- [18] R. Smith, "The Role of Social Media in Education Recovery Post-COVID-19," Global Education Review, vol. 10, no. 1, pp. 45–60, 2021
- [19] I. Prigunanto, "Pengaruh Sosial Media Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Siswa," Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik, vol. 19, no. 2, pp. 101–112, Aug. 2015

