EDUMANAGERIAL: Journal of Islamic Education Management
Volume 04, Nomor 02, (2025) : 109 – 122
E-ISSN : 2963-8313 P-ISSN : 2963-8321
https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/edumanagerial

Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Citra Sekolah Unggul di SMP Negeri 4 Ponorogo

Nela Reanita[1]
UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo
***Nelareanita3@gmail.com*.**

Abstrak*:*
Manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggulan merupakan suatu proses yang sistematis dan terstruktur untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keunggulan sekolah. Dalam membangun citra sekolah unggulan, manajemen humas perlu melakukan perencanaan strategis untuk menentukan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Citra sekolah yang baik berfungsi sebagai daya tarik bagi calon siswa dan menjadi indikator keberhasilan lembaga pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) implementasi strategi manajemen humas di SMPN 4 Ponorogo dalam membangun citra sebagai sekolah unggulan; (2) faktor pendukung dan pengambat strategi manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggulan di SMPN 4 Ponorogo; dan (3) Bagaimana hasil strategi manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggulan di SMPN 4 Ponorogo. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus untuk mengungkapkan secara mendalam dan terperinci tentang strategi yang dilakukan manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggul di SMPN 4 Ponorogo. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang di gunakan yaitu teknik Miles, Huberman dengan pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMP Negeri 4 Ponorogo telah berhasil mengimplementasikan strategi humas yang efektif melalui kegiatan publikasi dan promosi. Faktor pendukung utama dalam strategi ini adalah keterbukaan masyarakat dan peran aktif kepala sekolah sebagai motivator. Kepala sekolah juga memotivasi guru serta siswa untuk terus menjaga reputasi sekolah melalui peningkatan prestasi dan partisipasi aktif dalam setiap kegiatan. Namun, terdapat beberapa faktor penghambat, seperti keterbatasan anggaran dan waktu yang dapat mempengaruhi pelaksanaan kegiatan humas.
Kata Kunci: *Manajemen Humas, Citra Sekolah, Sekolah Unggulan*

Abstract:
Public relations management in building the image of a leading school is a systematic and structured process to increase public awareness of the school's excellence. In building the image of a leading school, public relations management needs to conduct strategic planning to determine the goals and objectives to be achieved. A good school image serves as an attraction for prospective students and is an indicator of the success of the educational institution. This study aims to analyze (1) the implementation of public relations management strategies at SMPN 4 Ponorogo in building an image as a leading school; (2) the supporting and inhibiting factors of public relations management strategies in building the image of a leading school at SMPN 4 Ponorogo; and (3) the results of public relations management strategies in building the image of a leading school at SMPN 4 Ponorogo. The

research method used is a qualitative approach with a case study research type to reveal in depth and detail the strategies implemented by public relations management in building the image of a leading school at SMPN 4 Ponorogo. Data collection techniques include interviews, observation, and documentation. Meanwhile, the data analysis technique used is Miles, Huberman with data collection, data condensation, data presentation, and drawing conclusions. The research results show that SMP Negeri 4 Ponorogo has successfully implemented an effective public relations strategy through publication and promotional activities. The main supporting factors in this strategy are public openness and the active role of the principal as a motivator. This public relations strategy also motivates teachers and students to maintain the school's reputation through improved performance and active participation in all activities. However, several inhibiting factors, such as budget and time constraints, can impact the implementation of public relations activities.
***Keywords**: Public Relations Management, School Image, Leading School*

Informasi Artikel Diterima:September 2025 **Direvisi**: Oktober 2025 **Diterbitkan**: November 2025

PENDAHULUAN

Sekolah sebagai lembaga pendidikan merupakan tempat untuk menyalurkan ilmu untuk para generasi muda penerus bangsa. Masyarakat dapat memilih dengan bijak lembaga pendidikan sesuai dengan harapannya oleh karena itu, lembaga pendidikan tentunya berusaha untuk terus meningkatkan citra lembaga yang lebih baik. Sekolah harus mampu menciptakan hal yang positif agar masyarakat lebih percaya untuk memasukkan anaknya ke sekolah tersebut (Sukinem, 2022). Menciptakan hubungan baik antara lembaga sekolah dengan masyarakat adalah sebuah interaksi yang dilakukan supaya sekolah dapat diterima dengan baik serta mampu mendapatkan simpati dari masyarakat luas, sehingga dapat menjalin kerjasama yang baik antar sekolah dan masyarakat. Hubungan masyarakat merupakan kombinasi seni dan ilmu sosial yang digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memberikan arahan kepada institusi atau lembaga pendidikan, serta melaksanakan program program terencana yang dapat memenuhi kepentingan institusi. Manajemen humas dalam pendidikan berfungsi sebagai penghubung antara pihak sekolah dan publik. Tugas utama humas adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan masyarakat. Humas dapat dipahami sebagai kegiatan yang menghubungkan organisasi dengan masyarakat untuk mencapai tujuan organisasi dan memenuhi harapan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan.

Hubungan masyarakat adalah cara untuk menjembatani keterlibatan seluruh anggota komunitas sekolah, termasuk guru, staf, siswa, orang tua, serta lingkungan sekitar, dan lembaga pemerintah serta swasta. Hal ini bertujuan agar mereka dapat berkontribusi sesuai kemampuan masing-masing dan membantu kepala sekolah dalam pengelolaan sekolah (Rahmat, 2016). Hubugan Masyarakat memiliki peran yang sangat penting dalam lembaga pendidikan. Humas bertugas untuk menciptakan dan mempertahankan citra positif dari

sekolah atau lembaga pendidikan. Citra positif ini penting supaya lembaga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Untuk mencapai tujuan ini, manajemen humas harus menanamkan kepercayaan kepada semua pihak yang terlibat (Yusni, 2015)

Citra sangat dibutuhkan dalam pendidikan supaya masyarakat dapat memilih, menilai serta memberikan apresiasi kepada sekolah, citra sekolah merupakan sebuah gambaran dari sekolah tersebut sehingga citra dapat diatur melalui hubungan yang baik dengan masyarakat (Gifari, 2020). Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif, sekolah dituntut untuk tidak hanya menyediakan pendidikan yang berkualitas tetapi juga mampu membangun citra positif di masyarakat, citra yang baik menjadi daya tarik bagi calon siswa dan indikator keberhasilan lembaga pendidikan. Oleh sebab itu, untuk memenuhi tuntutan masyarakat maka dapat melakukan perubahan pengembangan dalam pencapaian tujuan pendidikan, seiring dengan berbagai masalah yang timbul dalam pencapaian pendidikan maka keberadaan sekolah yang unggul merupakan sebuah solusi dalam pendidikan formal maupun non formal (Triana Rosalina Noor, 2022)

Istilah sekolah unggulan pertama kali dikemukakan oleh mantan Menteri Pendidikan dan kebudayaan, pada tahun 1994. Sekolah unggulan adalah sekolah yang dapat mencetak generasi yang unggul dalam bidang akademik maupun mampu berkrestivitas. Abdul Hadist mengemukakan bahwa sekolah unggulan merupakan sekolah yang bermutu, oleh karena itu sekolah unggulan berfokus pada kualitas pembelajaran dan selanjutnya kualitas pembelajaran di sekolah tergantung pada kualitas tenaga kepedidikannya. Apabila kualitas tenaga pendidik di sekolah tersebut baik maka mereka dapat berperan penuh untuk mengubah siswa dan dapat memberikan perbaikan pada proses pembelajaran.

Kualitas kehidupan bangsa ditentukan oleh faktor pendidikannya, dengan demikian pengembangan sekolah unggulan diharapkan mampu seperti sekolah di luar negri, sekolah yang unggul tersebut tidak hanya fokus pada prestasi akademik melainkan juga dapat membentuk karakter, kreativitas, dan moral siswa, dalam membangun sekolah unggulan bukan hanya tanggung jawab sekolah ataupun pemerintah tetapi juga merupakan tanggung jawab bersama masyarakat dalam membangun sumber daya manusia (Widjaja, 2022)

Memilih sekolah merupakan langkah penting dalam masa pendidikan seseorang, beberapa SMP di Ponorogo memiliki reputasi yang baik dan sering disebut sekolah favorit karena memiliki prestasi akademik, ekstrakulikuler, fasilitas yang memadai, reputasi citra sekolah yang baik. Di SMP 1 Ponorogo menjadi salah satu sekolah yang terdepan yang sering disebut sebagai sekolah unggulan sekolah dengan visi terdepan dalam kualitas imtaq, iptek, budi pekerti luhur dan berbudaya lingkungan. Sekolah lain yang memiliki reputasi unggul antara lain SMPN 1 Jetis sekolah ini memiliki prestasi yang cukup baik dan fasilitas

yang lengkap, SMP Azmania Ponorogo, SMPN 2 Ponorogo, SMPN 6 Ponorogo (Mahendra, 2023).

SMPN 4 Ponorogo yang telah memiliki akreditasi A dan dikenal karena komitmennya dalam pengembangan bakat serta fasilitas yang memadai termasuk laboratorium, dan perpustakaan. Sekolah ini menyelenggarakan kegiatan pembelajaran selama 5 hari dalam satu minggu, jumlah guru yaitu 44 tendik, dan 768 peserta didik dengan 24 rombongan belajar. 14 Sekolah ini memiliki potensi besar untuk mengembangkan citranya sebagai sekolah unggulan. Sebagai salah satu institusi pendidikan di Ponorogo, SMPN 4 Ponorogo berperan penting untuk mencetak generasi muda yang berkualitas, oleh karena itu diperlukan upaya yang sistematis dan terencana, terutama melalui strategi manajemen humas yang efektif. dari hal tersebut strategi humas dapat dikatakan sebagai rancangan untuk mewujudkan tujuan humas

Peneliti memilih SMPN 4 Ponorogo dikarenakan sekolah tersebut memiliki komitmen untuk dapat mencapai predikat sekolah unggulan, komitmen tersebut juga dibangun kepala sekolah dengan adanya program akademik yang dijalankan seperti pembelajaran ICP (*Itnernational Class Program*) hal ini merupakan salah satu alasan untuk menjadikan sekolah tersebut menjadi lebih maju. Selain itu SMPN 4 Ponorogo juga menjalankan berbagai kegiatan non akademik seperti rabu bersahaja yang dapat mengapresiasikan Upaya untuk melestarikan budaya Jawa dengan tujuan untuk menanamkan Pendidikan karakter siswa. sekolah ini juga memiliki beberapa prestasi membanggakan diantaranya yaitu tim Pramuka Praspapo berhasil meraih juara umum dalam Pramanda *Scount Competition* XI pada tahun 2021. Selain itu, siswa siswi SMPN 4 Ponorogo juga berprestasi dalam bidang lainnya seperti tari, olimpiade mata pelajaran, festival, hingga lomba membuat video pembelajaran. Prestasi ini membuktikan bahwa SMPN 4 Ponorogo tidak hanya unggul dalam bidang akademik melainkan juga unggul dalam bidang non akademik.

Penelitian ini mengkaji secara mendalam mengenai strategi manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) yang diterapkan oleh lembaga pendidikan untuk membentuk dan mempertahankan citra sekolah unggul. Tinjauan terhadap penelitian terdahulu menjadi landasan penting untuk memposisikan fokus studi ini di SMP Negeri 4 Ponorogo, sekaligus mengidentifikasi *gap* atau celah penelitian yang akan diisi. Penelitian terdahulu dilakukan oleh Munawar dengan judul Peran Humas dalam Membentuk Citra Positif pada Pemerintah Kota Medan. Pada penelitian ini, strategi yang dilakukan dengan publisitas press, sedangkan strategi yang dilakukan SMP Negeri 4 Ponorogo dengan publikasi dan promosi. Faktor pendukung utama dalam strategi ini adalah keterbukaan masyarakat dan peran aktif kepala sekolah sebagai motivator. Kepala sekolah juga memotivasi guru serta siswa untuk

terus menjaga reputasi sekolah melalui peningkatan prestasi dan partisipasi aktif dalam setiap kegiatan

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah studi kasus. Studi kasus, menurut John W. Creswell, merupakan eksplorasi mendalam terhadap suatu sistem yang terikat oleh waktu dan tempat, seperti program, kegiatan, atau individu, yang dikaji secara intensif melalui pengumpulan data dari berbagai sumber dalam konteks tertentu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami suatu fenomena secara rinci dalam kondisi nyata (Creswell, 2014)

Pendekatan ini dianggap sesuai karena peneliti ingin mengkaji secara mendalam bagaimana strategi manajemen humas dilaksanakan di SMP Negeri 4 Ponorogo serta bagaimana implementasinya berkontribusi terhadap pembentukan citra sekolah unggul di mata masyarakat. Melalui pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, peneliti dapat memperoleh gambaran yang utuh dan komprehensif mengenai praktik manajerial humas yang dijalankan di sekolah

KAJIAN TEORI

A. Manajemen Humas

Manajemen humas menurut sejarah, tidak jauh berbeda dari public relation yang merupakan sebuah seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik dan dapat meningkatkan kepercayaan public terhadap suatu individu maupun organisasi. *Public relation* ini memiliki dua pengertian yaitu, sebagai teknik komunikasi dan sebagai metode komunikasi (Mukarom, 2015). Humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan publik yang memengaruhi keberhasilannya atau kegagalannya (Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, 2006). Manajemen humas memiliki fungsi penting yang bertujuan untuk dalam menciptakan kesan baik tentang suatu lembaga atau organisasi di mata masyarakat, fungsi humas menurut lembaga antara lain:

1. Mediator: menghubungkan komunikasi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat melalui berbagai saluran.
2. Pendukung dan penunjang: mempromosikan lembaga pendidikan melalui publikasi dan pemasaran
3. Menciptakan citra positif: membangun hubungan baik dengan masyarakat untuk memperoleh kepercayaan dan menciptakan image positif

Humas memainkan peran strategis dalam meningkatkan reputasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan (Hidayat Rizandi et al., 2023). Manajemen humas

dapat dikatakan berlangsung dengan baik apabila memiliki kualitas yang baik dengan masyarakat sehingga sekolah tersebut memiliki citra tersendiri, citra yang baik ini yang dapat menarik minat darin masyarakat sehingga lebih memilih untuk menyekolahkan anak-anak mereka karena memiliki kualitas yang sangat baik (Fahreza, Nasution, dan Anggraini 2023). Seperti di SMPN 4 Ponorogo yang memiliki murid aktif dalam prestasi akademik maupun non akademik, memenangkan beberapa lomba menjalankan extra, sarana dan prasarana yang memadai dan lain sebagainya

B. Citra Sekolah

Sekolah akan dinilai berkualitas apabila mampu memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan sesuai dengan harapan siswa (Siswa et al., 2021). Citra sekolah dianggap sebagai faktor yang memengaruhi siswa atau orang tua dalam memilih sekolah tertentu. Pandangan mereka terhadap sekolah menjadi sangat penting dalam menentukan pilihan sekolah yang akan diambil (Novianti & Astuti dwinigrum, 2020). Citra merupakan suatu aset penting dalam sebuah organisasi yang layak untuk dibangun dengan sebaik mungkin, citra dapat terbentuk melalui masyarakat sehingga tidak dapat direkayasa komunikasi yang baik mampu untuk membentuk citra yang positif (Muharram, 2023). Berikut ini beberapa jenis citra yang dapat dikelompokkan menurut Frank Jefkins:

1. *Mirror Image.* Citra yang mampu merefleksikan Kembali apa yang kita lihat terhadap pandangan luar, seperti ilusi atau tidak nyata.
2. *Current image.* Citra yang mengacu pada persepsi publik terhadap kita sendiri, bagaimana orang tersebut mampu melihat kita sekarang berdasarkan tindakan atau hasil yang yang dimiliki oleh mereka dan mempercayainya.
3. *Multiple image.* Setiap individu mampu memiliki berbagai peran dalam hidup semisal seperti karyawan sehingga setiap peran ini membentuk citra yang berbeda macam dan tidak seirama
4. *Corporate image.* Merupakan citra atau reputasi yang melekat pada sebuah perusahaan bagaimana masyarakat memandang perusahaan tersebut bagaimana kualitas dan kepercayaannya jadi bukan hanya sekedar citra atas layanannya dan produknya.
5. *Wish image.* Ini merupakan citra yang diinginkan oleh pihak manajemen dan organisasi citra yang diharapkan dirumuskan untuk sesuatu yang baru ketika kita perlihatkan kepada orang lain belum memiliki informasi yang memadai.
6. *Performance image.* Citra yang terbentuk berdasarkan kinerja atau hasil kita capai, bukti kemampuan dalam sebuah kompetensi. Bagaimana kinerja diri pada perusahan yang

bersangkutan, seperti memberikan pelayanan yang terbaik dan memberikan kesan yang baik

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa menjaga citra dan reputasi sekolah adalah bagian penting dari sekolah tersebut dikarenakan cukup banyak kasus yang mengatakan sekolah dengan reputasi yang buruk serta citra yang buruk di mata masyarakat sekitar, sehingga dengan membangun citra yang baik dapat mewujudkan kerja sama yang baik antara sekolah dengan masyarakat. melalui berbagai program dan kegiatan sekolahan dan dipaparkan kepada masyarakat supaya mendapatkan simpati dari masyarakat tersebut (Pescador Prieto, 2022).

C. Sekolah Unggulan

Secara etimologis sekolah unggulan merupakan terjemahan dari Bahasa inggris yaitu *Effective School* unggul kata ini menunjukan dengan adanya kesombongan, yang sengaja diterapkan di sekolah (Pescador Prieto, 2022). Dalam mendefinisikan sekolah unggulan terdapat tiga macam, yang pertama, sekolah yang memiliki sumber daya secara rasional yang mencangkup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, tindakan dan pengendalian dalam mencapai tujuan sekolah, seluruh masyarakat sekolah dilibatkan secara aktif, dengan memanfaatkan seluruh sumber daya secara optimal, karena dengan semua sumber daya tersebut dapat menciptakan sekolah unggulan.

Kedua, sekolah unggulan merupakan sekolah yang mengoptimalkan kualitas peserta didik, kemampuan profesional guru, fasilitas belajar, dan budaya sekolah untuk memberikan pendidikan yang berkualitas baik, profil sekolah unggulan tidak hanya ditentukan oleh prestasi, tetapi juga melalui aspek lain seperti potensi psikologis, fikik, etika, moral, emosi, kecerdasan, dan semangat tinggi.

Ketiga, sekolah yang disebut sebagai sekolah *self renewing schooll* adalah sekolah yang mampu mengatasi berbagai masalah yang dihadapi dan mampu menunjukkan kemampuannya untuk berinovasi, sekolah ini mampu beradaptasi dengan lingkungan yang ada disekitarnya, seperti makhluk hidup yang mampu menyesuaikan diri. Sekolah yang dapat dikatakan sebagai sekolah unggulan merupakan sekolah yang mampu melahirkan keunggulan akademik, ekstrakulikuler, dan moral pada peserta didik, serta dapat memberikan pelayanan dengan kualitas yang terjamin dan efisien. Di dalam sekolah unggulan ini juga memiliki berbagai model antara lain, seperti sekolah unggulan Islam, sekolah berstandar nasional dan sekolah yang berstandar Internasional. Sekolah tersebut dalam penyeleksian siswa juga memiliki sistem tersendiri seperti dengan menyeleksi melalui prestasi akademik yang tinggi, sekolah yang mampu menawarkan fasilitas yang mewah dengan biaya sekolah yang relatif tinggi, dan sekolah yang mengedepankan suasana

belajar dengan nyaman, mampu mengubah dan membimbing siswa yang memiliki prestasi rendah secara terukur

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi strategi manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggulan di SMPN 4 Ponorogo

Strategi manajemen humas *public relations* management dalam konteks sekolah unggulan merupakan upaya terencana untuk membentuk dan mempertahankan citra positif lembaga pendidikan di mata publik. Citra sekolah unggulan tidak hanya dibentuk oleh prestasi akademik, tetapi juga oleh kualitas komunikasi, hubungan sosial, pelayanan publik, serta bagaimana sekolah menampilkan dirinya secara visual dan digital. Dalam hal ini, manajemen humas berperan sebagai jembatan komunikasi antara sekolah dengan berbagai pihak seperti orang tua, masyarakat, media massa, serta instansi pemerintah maupun swasta**.**

Langkah awal dalam strategi humas adalah perencanaan strategis yang mencakup identifikasi tujuan komunikasi, pemilihan saluran media yang tepat, serta pengembangan pesan utama yang konsisten. Humas sekolah juga harus mampu menjalankan komunikasi internal yang baik dengan guru, staf, dan siswa agar terjadi sinergi dalam membangun citra institusi. Di sisi eksternal, hubungan dengan orang tua dan masyarakat menjadi krusial, terutama dalam menciptakan kepercayaan publik terhadap mutu layanan pendidikan. Strategi operasional humas sekolah unggulan mencakup berbagai aktivitas. Di antaranya adalah menjalin hubungan dengan media relations untuk mendiseminasikan berita positif sekolah, mengelola media sosial secara aktif dan profesional, serta menyelenggarakan event, seminar, dan lomba yang mampu menarik perhatian publik. Identitas visual sekolah juga penting diperhatikan melalui desain logo, seragam, dan tampilan situs web yang mencerminkan karakter dan nilai sekolah. Di era digital saat ini, pendekatan storytelling atau penceritaan keberhasilan siswa dan alumni menjadi strategi yang efektif dalam membangun narasi positif di masyarakat (Ahmad, 2021)**.** Berikut ini merupakan hasil wawancara observasi strategi yang dilakukan oleh SMPN 4 Ponorogo**:**

1. Publikasi dan promosi

Manajemen humas memiliki peran penting dalam meningkatkan citra sekolah di masyarakat. Strategi utama yang harus di perhatikan adalah merencanakan dan menjalankan fungsi manajemen humas secara sistematis dan efektif. Selain itu, strategi yang tepat juga dapat dilakukan melalui strategi promosi (P, Saifullah, dan Maisyaroh 2023).

Dalam upaya membentuk citra sekolah yang baik, sekolah meningkatkan kesadaran dan minat masyarat. Salah satu yang dilakukan adalah dengan menyebarkan brosur atau pamplet tentang informasi sekolah, termasuk jenis ekstra dan prestasi kegiatan sekolah. Selain itu,

sekolah juga dapat menggunakan media elektronik seperti website, media sosial, dan lainnya, dengan demikian mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

Strategi publikasi dan promosi manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggulan telah dilaksankan dengan maksimal oleh SMPN 4 Ponorogo. berdasarkan strategi diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi humas merupakan rencana khusus yang digunakan humas untuk mencapai tujuan. Supaya tujuan yang telah di tetapkan dapat tercapai. Dengan memilih publikasi yang tepat, Lembaga pendidikan mampu memperoleh keuntungan antara lain media publikasi memungkinkan lembaga pendidikan untuk mendapatkan umpan balik dari masyarakat, kemudian media publikasi juga memungkinkan lembaga pendidikan untuk menunjukan transparasi sehingga memiliki akuntabilitas tinggi dan lembaga pendidikan mampu membangun kepercayaan masyarakat menunjukan komitmen terhadap pengelolaan yang baik dan bertanggung jawab, yag terakhir media publikasi juga dapat membantu lembaga mendapatkan dukungan nyata dari masyarakat terhadap keberlangsungan lembaga pendidikan (Mahfuzhah dan Anshari 2018).

2. Kerjasama dan komunikasi efektif

Humas memiliki peran penting dalam membangun komunikasi dengan stakeholder dan mengkomunikasikan visi, misi, tujuan dan program sekolah kepada publik. Dalam implementasinya, humas di SMPN 4 Ponorogo telah melakukan komunikasi dengan baik secara verbal maupun non-verbal, untuk membangun citra positif sekolah sehingga mampu meningkatkan kesadaran masyarakat serta partisipasi mereka dalam kegiatan program sekolah.

Kerjasama dan komunikasi yang baik merupakan upaya penting dalam membangun hubungan baik antara suatu organisasi dengan organisasi lain, Baik secara internal maupun eksternal Melalui kerjasama humas dapat memasyarakatkan dan mengenalkan misi kepada publik, sehingga seluruh program mampu diterima baik oleh masyarakat. Tujuan dari strategi kerjasama humas ini merupakan membangun hubungan baik dengan public sehingga mendapatkan opini positif. Kerjasama yang baik dengan orang tua dan masyarakat menjadi kunci keberhasilan strategi humas. Sekolah secara rutin mengadakan pertemuan dengan orang tua untuk membahas kemaan siswa dan memberikan informasi tentang kegiatan sekolah. Ini sejalan dengan teori partisipasi yang menyatakan bahwa keterlibatan aktif dari semua anggota komunitas sekolah dapat memperkuat hubungan dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keunggulan sekolah. Penggunaan grup *WhatsApp* sebagai sarana komunikasi antara sekolah dan orang tua menunjukkan penerapan komunikasi yang efektif, yang memungkinkan penyampaian informasi yang cepat dan akurat. Teori komunikasi interpersonal menekankan pentingnya komunikasi yang jelas dan efektif untuk

membangun hubungan yang baik (Destiniar et al. 2021).

Citra sekolah yang positif sangat penting dalam menarik minat masyarakat untuk memilih SMPN 4 Ponorogo sebagai pilihan pendidikan. Teori ini sejalan dengan temuan bahwa citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Penggunaan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas sekolah, mencerminkan penerapan teori 75 citra sekolah yang menekankan pentingnya komunikasi yang efektif. SMPN 4 Ponorogo menunjukkan karakteristik sebagai sekolah unggulan dengan komitmen terhadap kualitas pendidikan dan pengembangan karakter siswa. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa sekolah unggulan harus mampu melahirkan keunggulan akademik dan non-akademik. Sekolah ini memiliki fasilitas yang memadai dan telah beroperasi selama lebih dari 40 tahun, yang mendukung teori bahwa kualitas fasilitas berkontribusi pada citra sekolah. Humas di SMPN 4 Ponorogo telah melakukan komunikasi yang baik dengan stakeholder, termasuk orang tua dan masyarakat. Teori komunikasi menekankan pentingnya hubungan yang harmonis untuk membangun citra positif sekolah. Penggunaan grup WhatsApp sebagai sarana komunikasi antara sekolah dan orang tua menunjukkan penerapan teori komunikasi yang efektif dalam mendukung strategi humas. Keterlibatan orang tua dan masyarakat dalam kegiatan sekolah merupakan faktor pendukung yang penting. Teori ini sejalan dengan temuan bahwa kerjasama dan komunikasi yang baik dapat meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Kepala sekolah secara rutin mengadakan evaluasi terhadap kinerja humas, yang mencerminkan pentingnya partisipasi aktif dalam mendukung strategi humas

B. Faktor pendukung dan penghambat strategi manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggulan di SMPN 4 Ponorogo

1. Faktor pendukung.

Faktor pendukung strategi manajemen humas di SMPN 4 Ponorogo hasil wawancara maka dapat disimpulkan bahwa salah satu faktor kunci adalah kerjasama jalinan komunikasi yang baik antara sekolah dengan pihak terkait, sehingga dapat terjalin hubungan yang harmonis serta keterlibatan seluruh anggota sekolah dalam mendukung pelaksanaan kerjasama sehingga mampu bersinergi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kebersamaan dan keaktifan semua pihak, termasuk guru, staff sangat positif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keunggulan sekolah. Meskipun publikasi adalah tugas utama humas kebersamaan dan dukungan dari semua pihak dapat membantu dalam meningkatkan efektivitas. Keterbukaan masyarakat menjadi faktor pendukung utama dalam strategi manajemen humas, sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa hubungan

yang baik antara sekolah dan masyarakat dapat mempermudah penyampaian program-program sekolah. Kepala sekolah sebagai motivator dan pemimpin yang aktif mendukung strategi humas juga merupakan faktor kunci dalam keberhasilan implementasi strategi

2. Faktor penghambat

Faktor penghambat dapat berupa keterbatan sumber daya, kurangnya komunikasi, ataupun adanya hambatan secara internal maupun eksternal, oleh sebab itu sangat penting untuk untuk mengidentifikasi dan memahami faktor penghambat yang dapat mempengaruhi program sehingga dapat diambil langkah untuk mengatasinya (Saputria et al. 2024). Berdasarkan pemaparan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa faktor penghambat strategi manajemen humas seperti penyesuaian waktu dan dana yang bersifar insidental atau mendadak sehingga dapat menjadi tantangan tersendiri dalam menjalankan kegiatan humas, penyesuaian waktu dapat membuat humas kesulitan untuk merencanakan dan melaksanakan kegiatan humas secara efektif, terutama apabila ada kegiatan yang bertabrakan dengan kegiatan yang sifatnya lebih prioritas. Selain itu, dana juga bersifat insidental jika dana yang tersedia tidak cukup karena adanya kegiatan mendadak sehingga anggaran tidak masuk dalam RAPBS. Dari dua faktor tersebut diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi SMPN 4 Ponorogo dalam proses analisis strategi manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggulan dan mendapatkan hasil yang maksimal. Keterbatasan anggaran dapat menghambat pelaksanaan kegiatan humas, yang sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa sumber daya yang terbatas dapat mempengaruhi efektivitas strategi. Keterbatasan waktu juga menjadi tantangan dalam menjalankan program humas, yang dapat mengurangi efektivitas strategi yang telah direncanakan.

C. Hasil strategi manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggulan di SMPN 4 Ponorogo

Keberhasilan dalam menjalankan strategi humas dapat membawa dampak positif bagi sekolahan terutama untuk membagun citra positif. Waka humas sebagai penanggung jawab dibawah kepala sekolah telah mengembangkan strategi yang efektif untuk mengembangkan sekolah menjadi sekolah yang unggul. Oleh sebab itu, waka humas dapat memainkan peran penting dalam meningkatkan reputasi sekolah dan membangun hubungan yang baik antara lembaga sekolah dengan masyarakat.

Hasil dari strategi manajemen humas menunjukkan keberhasilan dalam membangun citra positif SMPN 4 Ponorogo yang dibangun melalui kegiatan publikasi dan promosi yang efektif telah menarik minat masyarakat untuk memilih SMPN 4 Ponorogo sebagai pilihan pendidikan. Sekolah ini telah berhasil membangun kepercayaan yang tinggi dari

masyarakat melalui kerjasama dan komunikasi yang baik dengan orang tua, siswa, dan masyarakat. Hal ini mencerminkan penerapan teori citra sekolah yang menekankan pentingnya reputasi positif dalam menarik perhatian masyarakat.

Berdasarkan penelitian hasil dari strategi manajemen humas dalam membangun citra sekolah unggulan di SMPN 4 Ponorogo sesuai dengan yang diharapkan diantaranya adalah meningkatnya jumlah calon siswa setiap tahunnya, banyak calon siswa yang tertarik untuk melanjutkan pendidikan di SMPN 4 Ponorogo karena memiliki citra yang baik dan mampu mencetak kepercayaan orangtua sehingga menjadi salah satu bukti bahwa strategi humas yang diterapkan dikatakan berhasil dalam membangun citra positif

PENUTUP

SMPN 4 Ponorogo telah berhasil mengimplementasikan strategi humas yang efektif untuk membangun citra sekolah unggulan. Strategi ini mencakup berbagai kegiatan publikasi langsung dan tidak langsung yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Kegiatan publikasi langsung yang dilakukan oleh sekolah antara lain kegiatan mengabdi di sekolah-sekolah dasar, yang bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar yang lebih luas bagi siswa dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keunggulan sekolah. Selain itu, sekolah juga melakukan promosi melalui media sosial, seperti Instagram dan Facebook, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas sekolah. Kerjasama yang baik dengan orang tua dan masyarakat juga menjadi kunci keberhasilan strategi humas ini. Sekolah secara rutin mengadakan pertemuan dengan orang tua untuk membahas kemajuan siswa dan memberikan informasi tentang kegiatan sekolah. Selain itu, sekolah juga menggunakan grup WhatsApp untuk memfasilitasi komunikasi antara sekolah dan orang tua. Hasil dari implementasi strategi humas ini menunjukkan dampak positif yang signifikan. Sekolah telah mengalami peningkatan jumlah pendaftaran siswa baru, yang menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap sekolah. Selain itu, sekolah juga telah menciptakan citra positif yang kuat dan meningkatkan reputasinya di mata masyarakat

Faktor pendukung strategi humas di SMPN 4 Ponorogo adalah keterbukaan masyarakat yang memungkinkan komunikasi yang efektif antara sekolah dan masyarakat. Hal ini memudahkan penyampaian program-program sekolah dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keunggulan sekolah. Selain itu, peran kepala sekolah sebagai motivator dan pemimpin yang aktif dalam mendukung strategi humas juga sangat penting. Evaluasi rutin terhadap kinerja humas juga membantu meningkatkan efektivitas strategi. Keterlibatan semua pihak, termasuk guru, staf, dan orang tua, juga berkontribusi positif terhadap keberhasilan strategi humas. Dengan demikian, sekolah dapat membangun citra positif dan

meningkatkan kepercayaan masyarakat. Namun, terdapat beberapa faktor penghambat yang perlu diatasi, seperti keterbatasan anggaran yang dapat menghambat pelaksanaan kegiatan humas, terutama kegiatan mendadak yang tidak terencana dalam RAPBS. Keterbatasan waktu juga dapat mengganggu pelaksanaan program humas, sehingga mengurangi efektivitas strategi yang telah direncanakan. Selain itu, komunikasi yang kurang efektif 82 antara pihak sekolah dan masyarakat juga dapat menghambat pemahaman dan dukungan terhadap program-program yang dijalankan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, M. (2021). Manajemen Hubungan Sekolah Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Masa Pandemi Covid-19. *Improvement: Jurnal Ilmiah Untuk Peningkatan Mutu Manajemen Pendidikan*, *8*(02), 55–71. https://doi.org/10.21009/improvement.v8i2.23535

Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.). *Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.*

Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations (9th ed.)*. Pearson Education.

Gifari, A. M. Al. (2020). *Strategi Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Menjadi Mdarasah Unggulan Di Kota Malang*. IAIN Ponorogo.

Hidayat Rizandi, Muhammad Arrazi, Asmendri, & Milya Sari. (2023). Pentingnya Manajeman Sarana dan Prasarana Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Akademika: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *5*(1), 47–59. https://doi.org/10.51339/akademika.v5i1.745

Muharram, N. (2023). *Dasar-dasar Public*.

Mukarom, dan M. W. (2015). *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*. Pustaka Setia.

Novianti, M., & Astuti dwinigrum, S. irene. (2020). Peran Modal Sosial dalam Membangun Citra Sekolah di SMA Negeri 1 Andong, Boyolali. *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, *9*(1), 2–21.

Pescador Prieto. (2022). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Braz Dent J.*, *33*(1), 1–12.

Rahmat, A. (2016). *Manajemen Humas Sekolah*. Media Akademi.

Siswa, K., Sma, D. I., & Jatisrono, N. (2021). *1 , 1 , 1 1*. *1*, 1–10.

Sukinem, dan T. S. (2022). Manajemen Humas Dalam Membangun Citra (Image Building) Di SD IT Al Manar Pangkalan Bun. *Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan Dan Humaniora 1*

(2).

Triana Rosalina Noor, M. R. A. N. S. (2022). Strategi pengembangan sekolah unggulan (Studi kasus di Sekolah Menengah Kejuruan Migas, Cepu). *Kariman*, 224.

Widjaja, S. (2022). Sekolah Unggulan. *Metanoia*, *2*(1), 1. https://doi.org/10.55962/metanoia.v2i1.36

Yusni, E. (2015). *Manajemen Bidang Hubungan Masyarakat Untuk Meningkatkan Citra Sma.‖ Manajer Pendidikan 9 (9)*.