

**Peningkatan Citra Sekolah SMP IT Bina Anak Sholeh (BIAS)
Yogyakarta Melalui Program *Special Event***

Diningrum Citraningsih¹, Rizqa Octarina²

STAI Terpadu Yogyakarta, STAI Yaptip Pasaman Barat²

Email : diningrum.citra@gmail.com, rizqaoctarina27@gmail.com

Abstract

This study aims to describe the management of school image through a special event program at SMP Bina Anak Sholeh Yogyakarta. This type of research belongs to qualitative research. The subjects of this study were principals, teachers, employees, and representatives of students, parents, and local communities. The data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques are data reduction, data display, and conclusions. Credibility, transferability, dependability, and confirmation tests are applied to test the validity of the data. The results of the study explained that the success of the special event program is supported by good management which includes the process of planning, organizing, implementing, and controlling (evaluation) so as to create public trust and increase public interest in choosing a school for boys / girls at SMPIT BIAS Yogyakarta. The *special event* program is designed at the beginning of the new school year by involving the committee from the public relations team and several educators and education staff. This activity is carried out twice a year, which is divided into once a semester. The role of school principals and heads of public relations in monitoring activities is one of the indicators of the success of special *event* programs. In addition, the form of a report after each activity is used for evaluation and follow-up on the next activity program.

Keywords: *School Image, Special Event, Public Relations Management*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan citra sekolah melalui program special event di SMP Bina Anak Sholeh Yogyakarta. Jenis penelitiannya termasuk dalam penelitian kualitatif. Subjek penelitian ini adalah kepala sekolah, guru, karyawan, dan perwakilan siswa, orang tua, dan masyarakat setempat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data adalah reduksi data, tampilan data, dan penarikan kesimpulan. Uji kredibilitas, transferabilitas, ketergantungan, dan konfirmasi diterapkan untuk menguji validitas data. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Keberhasilan program special event didukung dengan manajemen yang baik yang meliputi proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengontrolan (evaluasi) sehingga terciptanya kepercayaan publik dan meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk memilihkan sekolah putra/putrinya di SMPIT BIAS Yogyakarta. Program *spesial event* dirancang pada awal tahun ajaran baru dengan melibatkan kepanitiaan dari tim humas dan beberapa pendidik serta tenaga kependidikan. Kegiatan ini dilaksanakan dua kali dalam satu tahun, yang dibagi satu semester sekali. Peran kepala sekolah dan kabid humas dalam monitoring kegiatan menjadi salah satu indikator keberhasilan program *spesial event*. Disamping itu, adanya bentuk laporan setiap selesai kegiatan digunakan untuk evaluasi dan tindak lanjut pada program kegiatan selanjutnya

Keywords: *Citra Sekolah, Special Event, Manajemen Humas*

Pendahuluan

Hubungan masyarakat atau sering disingkat humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau lembaga.

Humas dalam suatu lembaga pendidikan merupakan rangkaian pengelolaan yang berkaitan dengan kegiatan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dimaksudkan untuk menunjang proses belajar mengajar di lembaga pendidikan bersangkutan sehingga dapat meningkatkan mutu pembelajaran. Fungsi humas di lembaga sekolah sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 bahwa "Sistem Pendidikan Nasional harus menjamin pemerataan kesempatan pendidikan, peningkatan mutu serta relevansi dan efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global sehingga perlu dilakukan pembaharuan pendidikan secara terencana, terarah dan berkesinambungan" (Harini & Karwanto, 2014).

Manajemen humas adalah adalah kegiatan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi suatu komunikasi dari skala terkecil seperti pertemuan kelompok kecil, pembuatan brosur, pemasangan pengumuman, open house hingga skala besar seperti konferensi internasional, kampanye via multimedia, hingga penanganan manajemen krisis, manajemen komunikasi, manajemen isu, manajemen reputasi, manajemen relasi, manajemen sumber daya, manajemen resiko, dan manajemen strategis humas (Tukijan, 2016). Pengelolaan lembaga pendidikan Islam pastinya menginginkan adanya tanggapan positif dari konsumen. Hal ini karena citra lembaga akan mempengaruhi posisi dalam persaingan menyerap peserta didik sebagai input (Shiroth & Citraningsih, 2023).

Hubungan kerjasama antara sekolah dan orang tua mendorong orang tua terlibat secara aktif ke dalam proses pendidikan dan pengajaran di sekolah melalui kerjasama dengan para guru dalam perencanaan program pendidikan baik secara individual maupun kelompok (Alifiah & Roesminingsih, 2018). Berdasarkan urgensi tersebut, diperlukan adanya upaya pembentukan citra lembaga melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan untuk menambah kepercayaan wali murid dan menarik masyarakat.

Menurut Rosyadi Ruslan, pengertian citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*. Wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk seperti penerimaan dan tanggapan positif maupun negative yang khususnya datang dari public (khayalak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. Penilaian tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (respek), kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga/ organisasi atau produk jasa pelayanannya yang diwakili oleh pihak Humas (Ruslan, 1999). Citra yang baik dari suatu organisasi akan mempunyai dampak yang menguntungkan, merupakan aset, karena citra mempunyai suatu dampak pada persepsi publik dari komunikasi dan operasi organisasi dalam berbagai hal, sedangkan citra yang jelek akan merugikan organisasi. Dalam jangka panjang citra baik membawa banyak manfaat, baik pada saat organisasi sedang jaya maupun pada saat-saat organisasi menghadapi berbagai macam krisis (Satlita, 2015).

Sekolah SMPIT BIAS Yogyakarta merupakan sekolah di bawah naungan Yayasan Lembaga Pendidikan Islam Terpadu (LPIT) BIAS Yogyakarta. Dengan latar belakang konsep yang diniatkan mencetak calon attajiir ashoduq yaitu generasi yang mamu menjadi ahli pengeksplorasi bumi (pengusaha) yang beraqidah lurus (shohihah) berakhlak mulia dan berjiwa pemimpin. SMPIT BIAS Yogyakarta juga memiliki visi menyelenggarakan KBM yang memadukan ilmu tanzilyah untuk mewujudkan kehidupan yang sukses dunia dan akhirat. Dengan visi tersebut dapat dipahami bahwa sekolah yang dapat dijadikan contoh yang layak bagi sekolah lain harus dapat meningkatkan semua aspek kualitas pendidikan serta memperhatikan peran masyarakat yang memberi opini baik bagi pencitraan SMPIT BIAS Yogyakarta.

Sekolah yang mampu memberikan layanan yang diperlukan dan memenuhi harapan siswa dianggap unggul (Permana, 2018). Memuaskan kebutuhan dan harapan peserta didik dengan baik dengan layanan

pendidikan yang diberikan dan menghindari kekecewaan akibat kekurangan yang diterima. Hal yang dapat dilakukan sekolah untuk meningkatkan kepuasan siswa adalah dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan siswa. Setelah mengidentifikasi influencer, kelompok Pusat pendidikan dapat mengambil tindakan yang diperlukan untuk melatih siswanya. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan (Ratnasari dan Aksa, 2011:117). Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan siswa, artinya siswa merasa puas bila mendapat fasilitas pembelajaran yang bersih, efisien, akurat, dan memadai, mendapat pengajaran yang baik dari guru, dan mendapat tanggapan cepat terhadap keluhan individu. itu (Setiorini, Adrian dan Hayati, 2019). Ketika sekolah menjadi lebih responsif dan penuh kasih melalui peningkatan sarana dan prasarana, sistem manajemen yang sesuai dengan kebutuhan siswa, dan peningkatan layanan guru, kepuasan siswa meningkat (Sulhak, Firdaus, & Agustin, 2020).

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan siswa adalah lingkungan sekolah. Kepuasan siswa dipengaruhi oleh lingkungan sekolah karena menciptakan hubungan emosional dan berhubungan dengan kepuasan yang lebih besar (Kotler dan Keller 2007:140). Kristiadi dan Putri (2018) menyatakan bahwa pencapaian kepuasan siswa akan memberikan dampak positif di sekolah. Semakin positif citra masyarakat, semakin besar kemungkinan mereka percaya bahwa sekolah tersebut merupakan pilihan terbaik bagi siswa yang mereka inginkan. Kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat mempunyai kemampuan untuk mempublikasikan produk dan layanan yang ditawarkan sekolah serta mempromosikan sekolah tersebut kepada keluarga, tetangga bahkan jejaring sosial (Kristiadi dan Putri, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Noviasari, Wulandari, dan Suryaningsih (2015) menemukan bahwa iklim sekolah berpengaruh terhadap kepuasan siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fashion dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jika perusahaan dipikirkan dan

dipikirkan dengan matang. Kualitas tersebut tercermin dari reputasi universitas yang baik dalam menghasilkan lulusan yang dapat mempengaruhi kegiatan universitas di masa depan. Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, peneliti menyelidiki faktor-faktor yang berhubungan dengan kualitas layanan dan lingkungan sekolah sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan siswa. Akibatnya, data menunjukkan adanya hambatan dalam mencapai kepuasan siswa dan optimalisasi aspek kualitas layanan dan lingkungan sekolah. Berdasarkan informasi yang dihimpun Sekretariat GTK, 50% dari 3 juta guru belum tersertifikasi, terkait dengan layanan pendidikan yang diberikan kepada siswa. Beberapa guru tidak melaksanakan pembelajaran kreatif, kreatif dan kolaboratif sehingga menghambat siswa dalam meningkatkan kemampuan akademiknya (Sekretariat GTK Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2020).

Pelayanan terkait penyediaan sarana, prasarana dan sarana masih terbatas dari segi kuantitas dan kualitas, sehingga belum cukup menampung seluruh peserta didik dan belum cukup besar namun efisien penggunaannya (Megawati dan Rochman, 2019). Selain staf pengajar dan gedung sekolah, staf administrasi juga terlibat langsung dalam pelayanan pendidikan sekolah. Ketiadaan tenaga administrasi di sekolah menyebabkan seluruh pelayanan sekolah tidak dikelola dengan baik (Zakhiroh, 2017). Selain pelayanan, sekolah juga berupaya meningkatkan citranya. Ketika reputasi sekolah di masyarakat meningkat, permintaan dari pembeli pendidikan meningkat atau menurun. Pada umumnya informasi mengenai perkembangan sekolah disebarkan dari mulut ke mulut melalui lulusan sekolah yang bersangkutan, namun para siswa mempunyai pendapat yang berbeda-beda, karena adanya perbedaan kepuasan. bila berbohong maka citra sekolah buruk (Mulyono, 2016).

Dalam pencapaian visi dan misi sekolah banyak program pendidikan dan kegiatan yang dibuat oleh SMPIT BIAS Yogyakarta untuk mendukung berjalannya program kegiatan tersebut dibutuhkan manajemen humas sebagai alat penyampaian informasi untuk dapat

menciptakan citra sekolah yang baik pada masyarakat. Pencitraan sekolah dimaksudkan untuk membentuk opini dan hubungan yang baik pada masyarakat dan mewujudkan visi dan misi SMPIT BIAS Yogyakarta. Salah satu program kegiatan *public relations* untuk proses publikasi dan hingga menciptakan citra positif adalah melakukan komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*) yang dibuat oleh SMPIT BIAS Yogyakarta yaitu melalui suatu program kerja Humas untuk memberikan informasi secara langsung yang dapat dikemas dalam suatu media PR pada acara khusus dan menarik atau dikenal dengan "*special events PR programme*".

Metode Penelitian

Penelitian tentang peningkatan citra sekolah SMPIT Bina Anak Sholeh (BIAS) Yogyakarta melalui program *special event* Yogyakarta merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menjelaskan peristiwa yang terjadi secara nyata dan fakta dengan mengumpulkan data dan informasi secara objektif tentang program *special event* yang dijadikan salah satu strategi dalam peningkatan citra lembaga pendidikan (sekolah). Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah peneliti melakukan wawancara terstruktur dengan kepala sekolah, kurikulum waka, waka siswa, waka humas, admin, perwakilan siswa dan perwakilan wali siswa. Hal ini bertujuan agar informasi yang diperoleh dari beberapa informan dapat mendalam dan peneliti dapat menggali serta memahami fakta yang terjadi di lapangan.

Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan tidak langsung untuk mengamati dan memperoleh data aktual serta meneliti bukti dokumenter sebagai pelengkap data penelitian. Kemudian data dianalisis dan kesimpulan dibuat. Data dianalisis menggunakan model analisis data Miles dan Huberman, yaitu *reduksi data*, *tampilan data* dan *penarikan kesimpulan*. Untuk menguji validitas data, dilakukan uji *kredibilitas*, *transferabilitas*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2011).

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan fenomena atau kenyataan yang ada, baik bersifat alami maupun rekayasa manusia. Penelitian ini lebih memperhatikan mengenai kualitas, karakteristik, dan keterkaitan antar kegiatan. Data yang didapatkan dari hasil observasi lapangan akan dijelaskan dengan cara mendeskripsikan keadaan yang terjadi di lapangan. Maka penulisan artikel ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menguraikan data yang ada bersamaan dengan situasi yang sedang terjadi. Penelitian ini juga mengungkapkan sikap, pertentangan, hubungan serta pandangan yang terjadi pada sebuah lingkup responden. Selain itu, jenis penelitian deskriptif kualitatif juga menggambarkan kondisi yang apa adanya tanpa manipulasi variable yang diteliti. Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan proses memperoleh data yang bersifat apa adanya dan sebenarnya.

C. Hasil dan Pembahasan 1. Perencanaan (*Planning*) *Special Events* dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah di SMPIT BIAS Yogyakarta

Dalam proses perencanaan kegiatan humas sekolah, semua pihak pengelola sekolah merencanakan program kerja atau kegiatan sekolah yang akan dilaksanakan. Sebelum merencanakan sebuah program kegiatan, sekolah telah mempunyai tujuan yang baik dan jelas. Semua program kegiatan sekolah selalu mempunyai tujuan yang berhubungan dengan semua aspek peningkatan. Kegiatan perencanaan humas pada program *special events* bertujuan untuk promosi sekolah dan peningkatan pencitraan sekolah. Program *special events* ini masuk dalam kegiatan perencanaan humas yang dilaksanakan melalui rapat program tahunan dengan melibatkan semua pengelola sekolah. Perencanaan program ini meliputi jadwal kegiatan, anggaran, orang yang terlibat dan memperhatikan faktor pendukung maupun faktor penghambat kegiatan agar mempermudah pelaksanaan dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Temuan penelitian menjelaskan perencanaan dilaksanakan dengan mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam rangka penyebaran informasi dengan menggunakan media yang dipilih serta berdasarkan pada rencana program kerja yang ada, kegiatan perencanaan humas dilaksanakan melalui rapat program tahunan dan perencanaan humas, dalam program kehumasan juga ada yang melibatkan orangtua wali murid maupun masyarakat. Dalam perencanaan yang baik tentu tidak hanya hasil kerja dari Waka humas melainkan hasil dari kerja sama anggota sekolah (Muhibah et al., 2018).

Program *special events* yang meliputi kegiatan seminar *parenting* dan kajian *bahtsul masail* yang dilaksanakan secara periodik dalam satu tahun. Kedua kegiatan ini bersifat umum yang mana melibatkan ustadz/ah, wali siswa, alumni, dan masyarakat. Berikut rincian perencanaan program *special events*.

- a. **Kegiatan seminar *parenting*.** Kegiatan seminar *parenting* adalah kegiatan yang dilaksanakan dengan mengundang pembicara pakar psikologi keluarga, anak dan *influencer* keluarga *sakinah mawaddah warohmah* serta kegiatan ini bersifat umum. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan akan ilmu keluarga, pengenalan lebih dalam tentang lembaga dengan masyarakat khususnya wali siswa, upaya pemenuhan selera dan menarik simpati atau empati masyarakat. Hal ini juga penting bagi orang tua murid maupun pihak sekolah, karena bisa memperlancar proses pendidikan di sekolah maupun di rumah.
- b. **Kegiatan kajian *bahtsul masaail*** (pendalaman materi fiqh (syari'at Islam) dan aqidah). Kegiatan kajian *bahtsul masaail* adalah kegiatan yang dilaksanakan dengan mengundang pembicara-pembicara pakar ilmu fiqh dan aqidah. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan akan ilmu fiqh dan aqidah, sehingga dalam kegiatan ini peserta diharapkan aktif diskusi, pengenalan lebih dalam tentang lembaga dengan masyarakat khususnya wali siswa, upaya pemenuhan selera dan menarik simpati atau empati masyarakat. Selain itu, perlu ada

kesamaan baik materi yang diberikan maupun cara mendidik mereka. Konsep pendidikan berawal dari Al Qur'an dan materi yang pokok yang harus di pegang adalah aqidah.

- c. **Kegiatan *Family Day***. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang bertujuan meningkatkan keakraban dan kerjasama antar sekolah dan wali siswa. Kegiatan yang dikemas dengan games seru dan mengasyikan disertai edukasi parenting. Kegiatan ini diagendakan dalam setiap tahun satu kali di tempat yang representatif untuk menampung semua anggota keluarga BIAS di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- d. **Kegiatan Bakti Sosial**. Kegiatan ini merupakan kegiatan sosial kemasyarakatan yang bertujuan untuk mengenalkan SMP BIAS kepada masyarakat luas atau khalayak publik dan bentuk kepedulian lembaga pendidikan kepada masyarakat di lingkungan sekolah atau pada lingkungan lembaga mitra.

Berbagai kegiatan tersebut dilaksanakan secara periodik dalam satu tahun yaitu di awal semester 1 (bulan Juli/ Agustus), dan awal semester 2 (bulan Januari) serta akhir tahun. Adapun tempatnya yaitu bersifat kondisional, bisa menggunakan gedung persewaan (ballroom perpustakaan grahatama, ballroom hotel, bumi perkemahan dan lain sebagainya). Dalam anggaran ini meliputi biaya untuk kesekretariatan, penerangan, konsumsi, sewa tempat, sarpras dan lain-lain. Pemateri atau narasumber adalah para ahli atau yang sudah menjadi pakar sesuai bidangnya keilmuannya. Untuk mencapai target peserta digunakan dengan cara mempromosikan kegiatan melalui media sosial, baliho atau menginfokan secara lisan.

2. Pengorganisasian (*Organizing*) *Special Events* dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah di SMPIT BIAS Yogyakarta

Pada tahap pengorganisasian, kabid humas bekerjasama dengan kepala sekolah untuk menyusun kepanitiaan yang terlibat dalam program *special events*. Unsur yang terlibat dalam kepanitiaan adalah ustadz/ah, karyawan dan orang tua siswa yang tergabung dalam komite sekolah.

Kepanitiaan ini meliputi, kepala panitia/ penyelenggara, sekretaris, penanggung jawab acara, penanggung jawab konsumsi, penanggung jawab sarpras, penanggung jawab keamanan. Kabid humas seyogyanya memastikan panitia penyelenggara memahami tujuan dilaksanakan program special events, agar dalam melaksanakan tugas tidak terjadi *miscommunication* sehingga setiap penanggung jawab dalam kegiatan tersebut perlu diberi *job description* yang jelas. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Citraningsih et al., (2021) bahwa pembentukan tim humas pada awal tahun ajaran bertujuan untuk membentuk sistem kerja yang solid, terorganisir serta menciptakan program-program kegiatan yang kreatif dan dinamis sehingga tujuan sekolah dapat tercapai dan berdampak positif pada sekolah.

Kualitas pelayanan dan suasana sekolah menunjukkan kuatnya hubungan dan efektifitas serta mempunyai pengaruh penting terhadap kepuasan siswa. Mahasiswa berperan sebagai pengguna layanan yang berharga dalam meningkatkan kualitas pemberian layanan. Dari hasil pelayanan yang berkualitas maka dapat tercipta citra universitas dan kepuasan pelanggan pendidikan dapat terjamin (Noordi dan Permatasari, 2018).

Sekolah yang dianggap kompeten dalam mencapai kepuasan siswa masih bersaing dengan sekolah lain dan harus meningkatkan kualitas layanannya dengan menambah peralatan dan fasilitas, memperkuat pembelajaran dan profesionalisme staf serta cepat tanggap terhadap keluhan siswa. Dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan, dan upaya guru serta staf untuk meningkatkan mutu pendidikan, maka dikembangkan juga lingkungan sekolah yang membahagiakan siswa dan memberikan sekolah kepada masyarakat (Habibah dan Bayu , 2017).

3. Pelaksanaan (*Actuating*) *Special Events* dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah di SMPIT BIAS Yogyakarta

Pelaksanaan *special events* di SMPIT BIAS Yogyakarta ini dilakukan setelah perencanaan sudah dilaksanakan dan pengorganisasian yang melibatkan semua pengelola sekolah seperti direktur LPIT BIAS Jogja, kepala sekolah SMPIT BIAS Yogyakarta, waka kurikulum, kabid humas, ustadz/ah dan pendukung kegiatan sekolah. Tugas humas menginformasikan segala kegiatan di sekolah untuk dapat diketahui masyarakat agar dapat berpartisipasi. Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, maka media dan alat komunikasi yang digunakan humas dan timnya untuk menginformasikan kepada masyarakat sudah sangat mudah, diantaranya dengan menggunakan smartphone, internet, media sosial (*website, facebook, instagram, whatsapp* dan lain sebagainya), adapula media cetak yang menunjang diantaranya baliho dan pamphlet.

Pada tahap pelaksanaan ini, humas melaksanakan kegiatan yang telah dipersiapkan atau direncanakan sebelumnya dan diusahakan dapat terlaksana. Pesan hendaknya disampaikan dengan baik, baik menggunakan media atau tidak. Demikian waktu, tempat, atau sarana penunjang yang ada harus dimanfaatkan dengan efektif dan efisien. Selain itu, dalam pelaksanaan humas juga menjalin komunikasi dan kerjasama dengan orang tua wali murid atau masyarakat. Komunikasi dan kerjasama ini sangat penting dalam pelaksanaan dan mencapai tujuan. Karena dengan komunikasi dan informasi akan dapat menjalin hubungan yang harmonis serta menciptakan kesan dan citra positif sekolah.

Citra positif yang semakin terbentuk dan dikenal oleh masyarakat umum meningkatkan kepercayaan di masyarakat dan dapat menjadi kesempatan belajar terbaik bagi siswa (Kritiadi dan Putri, 2018). Citra sekolah juga berkaitan dengan kepuasan dan dapat memotivasi serta memuaskan konsumen, karena citra lembaga dibangun berdasarkan citra yang diberikan, kualitas lulusan dan prestasi program studi (Aliami dan Hakimah, 2020). dan Sidik dan Marcellinus Logahan, 2021). Selain itu, citra

sekolah merupakan cara sekolah menampilkan dirinya kepada konsumen pendidikan melalui identitas, visi dan misi sekolah, sehingga siswa dapat merasakan langsung dampak dari citra tersebut, yang pada akhirnya menimbulkan kesan tempat. pembelajaran (Khusaeni, 2016).

Menggerakkan dalam hal ini mengerahkan para anggota-anggota dalam organisasi *public relations* lembaga pendidikan dalam melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan yang baik. Kemampuan pemimpin (kepala sekolah) untuk membujuk orang-orang mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan penuh semangat. Peranannya sangat penting untuk menggerakkan semua unsur sumber daya manusia dari tenaga pendidik dan kependidikan dalam melaksanakan program kerja *public relations* (Hasan, 2017).

4. Pengontrolan (Controlling) Special Events dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah di SMPIT BIAS Yogyakarta

Kegiatan manajemen dalam tahap ini, adalah pengontrolan program yang telah dilaksanakan agar tujuan dan sasaran program dapat terlaksana dengan baik dan mampu mengetahui kekurangan atau masalah yang dihadapi. Tahap pengontrolan program ini sebenarnya erat kaitannya dengan tahap evaluasi dimana dalam kegiatan evaluasi ini akan dapat mengetahui hambatan-hambatan, kendala, dan kekurangan yang terjadi dalam proses pelaksanaan kegiatan humas. Evaluasi ini nantinya akan dijadikan tolak ukur keberhasilan pelaksanaan kegiatan dan akan diberikan masukan-masukan saat evaluasi pada rapat setelah kegiatan pelaksanaan selesai. Bahan evaluasi kegiatan humas ini (*special events*) adalah laporan panitia penyelenggara, kesan dan pesan dari pembicara dan peserta serta masukan dari direktur dan kepala sekolah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad (2021) pada tahap evaluasi dilakukan beberapa elemen diantaranya : a) penentuan fokus evaluasi; pelaksanaan evaluasi berhubungan erat dengan kerangka

dalam perencanaan. Dalam merencanakan kegiatan, sekolah sudah menentukan sasaran dan indikator keberhasilan kegiatan. Itulah yang menjadi fokus evaluasi. b) pengumpulan data berupa informasi secara objektif; dalam mengumpulkan informasi, kepala sekolah sebagai evaluator mengumpulkan data-data berupa laporan kegiatan untuk melihat ketercapaian program kegiatan. c) analisis informasi; dari data yang diperoleh dari bidang humas tersebut, kepala sekolah akan menganalisisnya untuk menentukan bagaimana kinerja keterlaksanaannya. Hal tersebut berguna bagi kepala sekolah untuk mengambil keputusan mengenai hubungan sekolah masyarakat, dan terakhir yang dilakukan dalam evaluasi adalah d) pembuatan laporan; setelah menganalisis hasil evaluasi, kepala sekolah sebagai evaluator membuat pelaporan mengenai keterlaksanaan hubungan sekolah masyarakat dalam meningkatkan citra sekolah.

Kualitas pelayanan dan suasana sekolah menunjukkan kuatnya hubungan dan efektifitas serta mempunyai pengaruh penting terhadap kepuasan siswa. Mahasiswa berperan sebagai pengguna layanan yang berharga dalam meningkatkan kualitas pemberian layanan. Berdasarkan hasil pelayanan yang berkualitas maka dapat tercipta citra universitas dan kepuasan pelanggan pendidikan dapat terjamin (Noordi dan Permatasari, 2018). Sekolah yang dianggap kompeten dalam mencapai kepuasan siswa masih bersaing dengan sekolah lain dan harus meningkatkan kualitas layanannya dengan menambah peralatan dan fasilitas, memperkuat pembelajaran dan profesionalisme staf serta cepat tanggap terhadap keluhan siswa. Dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan, dan upaya guru serta staf untuk meningkatkan mutu pendidikan, maka dikembangkan juga lingkungan sekolah yang membahagiakan siswa dan memberikan sekolah kepada masyarakat (Habibah dan Bayu, 2017).

Menurut Soekarno, evaluasi dilakukan terhadap baik dan efektifnya program serta hasil-hasil yang dicapainya setelah pelaksanaan program tersebut. Karena itu, evaluasi haruslah dilakukan terus menerus dan hasil

evaluasi akan merupakan umpan-balik (*feedback*) yang sangat penting bagi *Public Relations Policy* dan *Public Relations Planning* berikutnya (Setyodarmodjo, 2003).

KESIMPULAN

Program *spesial event* merupakan salah satu upaya peningkatan citra positif sekolah SMP BIAS Yogyakarta yang mana dalam proses manajemen sekolah termasuk dalam bagian manajemen hubungan masyarakat.

Keberhasilan program tersebut didukung dengan manajemen yang baik yang meliputi proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengontrolan (evaluasi) sehingga terciptanya kepercayaan publik dan meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk memilihkan sekolah putra/putrinya di SMPIT BIAS Yogyakarta.

Program *spesial event* dirancang pada awal tahun ajaran baru dengan melibatkan kepanitiaan dari tim humas dan beberapa pendidik serta tenaga kependidikan. Kegiatan ini dilaksanakan dua kali dalam satu tahun, yang dibagi satu semester sekali. Peran kepala sekolah dan kabid humas dalam monitoring kegiatan menjadi salah satu indikator keberhasilan program *spesial event*. Disamping itu, adanya bentuk laporan setiap selesai kegiatan digunakan untuk evaluasi dan tindak lanjut pada program kegiatan selanjutnya.

Beberapa hal yang dapat membuat citra sekolah baik yakni dengan pelayanan pembelajaran yang ditingkatkan melalui lebih banyak model pembelajaran, pemberian sumber tambahan berupa ringkasan sumber dan latihan soal, serta peningkatan fasilitas sekolah sebagai sarana penunjang pembelajaran. Jika memungkinkan, layanan pendidikan akan diselenggarakan dengan cepat dan benar serta dikelola tepat waktu untuk membantu siswa mengembangkan pembelajaran dan tanggung jawab belajar dan bersosialisasi di sekolah. Pembangunan dan peningkatan sarana dan prasarana pendidikan dilakukan sewaktu-waktu untuk menjamin kesejahteraan peserta didik selama menempuh pendidikan. Dalam

menyediakan kebutuhan dan pemenuhan kebutuhan pendidikan siswa, selalu mengutamakan kebutuhan siswa yang merupakan pelanggan utama sekolah. siswa, orang tua dan lain-lain. Melibatkan komunitas untuk berkolaborasi dalam membangun keberhasilan program sekolah melalui rujukan (dari mulut ke mulut) dan jejaring sosial untuk memperluas jangkauan sekolah agar lebih dikenal dikalangan masyarakat.

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(2), 55–71. <https://doi.org/10.21009/IMPROVEMENT.V8I2.23535>
- Alifiah, N. H., & Roesminingsih, E. (2018). Pengaruh Manajemen Humas dan Citra sekolah Terhadap Minat Orang Tua Di Sub Rayon 34 Surabaya. In *Inspirasi Manajemen Pendidikan* (Vol. 6, Issue 2). <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/inspirasi/managementpendidikan/article/view/25005>
- Citraningsih, D., Khilmiyah, A., & Yamin, M. N. (2021). School Image Management during the Covid-19 Pandemic Era at Budi Mulia Dua Junior High School of Yogyakarta. *Tarbawi: Jurnal Keilmuan Manajemen Pendidikan*, 7(1), 113–122. <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/tarbawi/article/view/4324>
- Harini, I. N., & Karwanto. (2014). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP Al Hikmah Surabaya). *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(9).
- Hasan, M. (2017). MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KONTESTASI PERGURUAN TINGGI KEAGAMAAN ISLAM SWASTA (Studi Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan). *NUANSA: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Keagamaan Islam*, 14(1), 27. <https://doi.org/10.19105/nuansa.v14i1.1312>

Muhibah, S., Jannah, S. R., & Khairunnas. (2018). Manajemen Hubungan Masyarakat: Strategi Mempertahankan Citra Positif Sekolah. *Journal of Management in Education (JMIE)* JMIE, 3(1), 20–29. <http://jmie.ftk.uinjambi.ac.id>

Ruslan, R. (1999). *Manajemen Humas dan Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*.

Satlita, L. (2015). Membangun Citra Positif Organisasi Melalui Public Relations. *EFISIENSI - KAJIAN ILMU ADMINISTRASI*, 6(1), 70–81.

Setyodarmodjo, S. (2003). *Public Relations; Pengertian, Fungsi dan Peranannya*.

Shiroth, A., & Citraningsih, D. (2023). Konsep Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan. *SALIHA: Jurnal Pendidikan & Agama Islam*, <https://doi.org/10.54396/SALIHA.V6I1.544> Sugiyono. (2011).

Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.

Tukijan. (2016). *Implementasi Manajemen Humas di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl Karangreja Kabupaten Purbalingga*.

Dahlan, A. Y. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Siswa SMA Negeri 1 Sibolga dengan Menggunakan Metode Importance Performance*. Skripsi Universitas Terbuka. Diakses dari <http://repository.ut.ac.id/6465/>

Dib, H dan Alzaner, M. (2013). Conceptual Model Of Student Satisfaction In Syrian Universities. *European Journal Of Economic Finance And Administrative Sciences*. 13-20.

Ditjen GTK. (2020). Kemdikbud: Mengembangkan Profesionalisme Guru.

<https://gtk.kemdikbud.go.id/read-news/mengembalikan-profesionalisme>

Febryanti. (2020). *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Thomson Bus. Keller. K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing

Customer-based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22. Kotler, P. dan Keller K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran: Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta:PTIndeks.

Kristiadi, A. A. dan Putri, S. S. A. (2018). Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Siswa/I Bersekolah Di SMK Taman Wisata Cileungsi Kab. Bogor.

Megawati dan Rochman, C. 2019. Analisis Ketercapaian Standar Sarana dan Prasarana pada Sekolah. *Al-Tabid: urnal Kajian Ilmu Kependidikan*. 12(2), 240-258.

Mulyono, H. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar dan Citra terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Implikasinya terhadap Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. 14 (3), 515-527.

Noviasari, R. A. (2015). Pengaruh Citra Institusi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Universitas Moch.Sroedji Jember. *Journal Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 190–201.