

STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL SEKOLAH

Zon Vanel¹, Lina Sinatra Wijaya^{2*}, George Nicholas Huwae³

Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia

*lina.sinatra@uksw.edu

Submitted: 02-11-2021, Revision: 22-03-2022, Accepted: 26-06-2022

Abstract

The COVID-19 pandemic has caused schools to migrate towards digital for the delivery of information in order to support the teaching process. SMP Negeri 4 Surakarta has problems in managing digital media so the management of school information systems still overlaps in its distribution. This causes the dissemination of information to be not simultaneous and not centered on one door. The problems are often around the unclear information due to message distortion in the communication coding process which causes the message to be not well received by the audience. This study aims to design and manage a multimedia-based public relations strategy to be applied in SMP Negeri 4 Surakarta which will later be useful in managing information media used by schools. This study uses a qualitative descriptive approach with a case study model. The data was gathered through field observations, structured interviews, and documentation. The results of the study show that SMP Negeri 4 Surakarta needs a digital media management model that is more creative and interactive so that it can make it easier for teachers to transfer school knowledge and information.

Keywords: Public Relations Strategy, Digital Information Media, Schools

Abstrak

Pandemi covid-19 menyebabkan sekolah bermigrasi ke arah digital untuk penyampaian informasi maupun untuk mendukung proses pengajaran. SMP Negeri 4 Surakarta mengalami kendala dalam pengelolaan media digital sehingga pengelolaan sistem informasi sekolah masih tumpang tindih dalam penyebarannya. Hal ini mengakibatkan terjadinya informasi yang tidak serentak dan tidak berpusat di satu pintu. Sehingga sering dijumpai permasalahan seputar ketidakjelasan informasi dikarenakan distorsi pesan dalam proses *coding* komunikasi menyebabkan pesan menjadi tidak dapat diterima dengan baik oleh *audience*. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengelola strategi public relations berbasis multimedia untuk diterapkan di SMP Negeri 4 Surakarta yang nantinya akan berguna dalam tata kelola media informasi yang dipergunakan oleh sekolah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan model studi kasus. Adapun metode pencarian data melalui observasi lapangan, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Hasil riset menunjukkan bahwa SMP Negeri 4 Surakarta membutuhkan sebuah model pengelolaan media digital yang lebih kreatif dan interaktif, sehingga dapat memudahkan guru dalam mentransfer pengetahuan dan informasi sekolah.

Kata Kunci: Strategi Public Relations, Media Informasi Digital, Sekolah

PENDAHULUAN

Kasus korona yang semakin meningkat diseluruh dunia menjadi sebuah momok yang menakutkan termasuk di Indonesia. Pemberlakuan Pembatasan

Sosial Berskala Besar (PSBB) dan diikuti dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) terpaksa dilakukan pemerintah termasuk di kota Solo (M.Ihsan, 2021). Kondisi ini memaksa walikota Solo,



Gibran, untuk menutup sekolah sekolah di Solo (Zamani, 2021). Kondisi ini membuat peran pendidik sangatlah besar di masa pandemic covid 19 ini mengingat semua bentuk pembelajaran pada akhirnya harus berubah menjadi bentuk daring. Semua informasi sekolahpun harus disampaikan secara daring sehingga diharapkan peserta didik maupun orang tua dapat mendapatkan informasi lengkap,

SMP Negeri 4 Surakarta yang terletak di Jl. DI. Panjaitan no. 14, Setabelan, Banjarsari, Surakarta 57128, merupakan salah satu sekolah yang terdampak pandemi Covid-19 dan merupakan salah satu SMP tertua di kota Surakarta., Pada zaman Belanda, Bangunan SMP Negeri 4 Surakarta dipakai MULO. Setelah Belanda meninggalkan Indonesia, gedung SMP Negeri 4 Surakarta dimiliki oleh PPKS (Perhimpunan Pendidikan Kristen Surakarta), suatu yayasan kristen yang letak kantornya berada di sebelah utara SMP Negeri 4 Surakarta. SMP Negeri 4 Surakarta berdiri sejak tahun 1949, tepatnya tanggal 10 Oktober 1949. Gedung ini sebelumnya dipakai secara bersama dengan SMP Negeri 1 Surakarta. Dahulunya SMP Negeri 4 Surakarta merupakan suatu sekolah khusus untuk menampung siswa putri, sedangkan SMP Negeri 1 Surakarta khusus menampung siswa putra. Pada tanggal 16 Desember 1974 tanah PPKS yang dibeli oleh pemerintah dengan akta notaris “Maria Theresia” dengan nomor 091, mengenai pembelian tanah dari PPKS oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, dibantu oleh Pemda Surakarta dan BP3. Setelah memiliki telah status pemilikan tanah yang bersertifikat SMP Negeri 4 Surakarta berangsur-angsur meningkatkan sarana fisik. Berikut ini adalah gambar dari SMP Negeri 4 Surakarta yang memiliki bangunan gaya Belanda:

Sekolah ini menutup kegiatan belajar mengajar sejak bulan Februari 2020 sampai hari ini. Masalah yang muncul adalah tentang ketidaksiapan para guru dalam

mengelola media informasi digital sekolah untuk penyediaan informasi pembelajaran daring maupun luring kepada para siswanya dan juga kebutuhan informasi lainnya untuk mendukung jalannya sekolah inklusi. Berdasarkan data, sekolah ini memiliki 56 guru dan 860 siswa dimana tidak semua siswa maupun guru memiliki kemampuan dalam pengelolaan media informasi sekolah untuk mendukung pembelajaran dan pembentukan karakter siswa, baik itu kesiapan sarana dan prasarana berbasis teknologi, pengetahuan tentang teknologi, dan juga kemampuan mengelola informasi berbasis digital untuk mendukung terwujudnya sekolah inklusi.

Berdasarkan dokumen survey yang dilakukan oleh pihak sekolah, informasi sekolah disebarakan melalui *whatsapp group* yang dikelola oleh masing-masing wali kelas. Hal ini mengakibatkan terjadinya informasi yang tumpang tindih dan tidak berpusat di satu pintu. Orang tua murid dan juga masyarakat selaku stakeholder tentunya mengalami kendala untuk mendapatkan informasi dari sekolah mengingat hanya disebarakan melalui *whatsapp group* secara berantai. Sehingga sering dijumpai permasalahan seputar ketidakjelasan informasi dikarenakan bentuk komunikasinya menggunakan *second order communication*. Distorsi pesan dalam proses coding komunikasi menyebabkan pesan menjadi tidak dapat diterima dengan baik oleh *audience*. Untuk itu diperlukan sebuah rancangan tata kelola media informasi digital sekolah yang nantinya akan memudahkan guru dan siswa dalam mengakses informasi dan pengetahuan, dari yang sebelumnya saling tumpang tindih menjadi lebih terkelola. Pilihan pengelolaan media informasi dengan berdasar pada multimedia menjadi jawaban akan pentingnya kebutuhan teknologi pada dunia pendidikan di era revolusi industri 4.0 dan menuju terwujudnya sekolah inklusi.

Istilah industry 4.0 ini pertama kali dicetuskan oleh pemerintahan Jerman pada 2011 dalam acara Hannover Fair, dan mereka menyebutnya sebagai awal dari revolusi industry ke empat (Ustundag & Cevikcan, 2018). Secara umum industry 4.0 ini sering dikaitkan dengan kemunculan internet yang memungkinkan alat-alat saling terhubung serta para pengguna juga dapat saling berinteraksi (Mizanie & Irwansyah, 2019). Sedangkan multimedia sendiri, menurut Vaughan (2011) terdapat 3 macam multimedia, yaitu Multimedia interaktif, Multimedia Hiperaktif dan Multimedia Linier.

Sebagai salah satu bidang komunikasi yang memerlukan kemampuan untuk menjangkau publiknya serta untuk membangun reputasi sekolah yang baik, maka kehadiran industri 4.0 ini harus disikapi dengan baik pula. Seorang *public relations* sekolah perlu mengalami perkembangan seiring dengan berkembangnya teknologi ini. Era digitalisasi juga berperan besar dalam kemajuan sekolah. Perubahan ini membuat *public relations* dari sekolah untuk membuka/ membuat suatu strategi baru dalam pengelolaan media komunikasi sekolah yang lebih informative, interaktif dan mudah di pahami oleh publik nya. Ahmad Juntika Nurihsan (2009) menjelaskan layanan informasi merupakan layanan memberi informasi yang dibutuhkan individu yang bertujuan agar individu memiliki pengetahuan yang memadai tentang dirinya, lingkungannya maupun sumber-sumber belajar. Dipertegas dengan apa yang dikatakan oleh Dirjen Paud, Dikdas dan Dikmen Kemendikbudristek, Jumeri dalam webinar Digital Society Siberkreasi, yang mengatakan bahwa Teknologi informasi berbasis internet adalah salah satu sarana yang cukup efektif dalam mengelola sistem informasi akademis sekolah selama pandemic (Agustini, 2021).

Dalam merancang suatu strategi *public relations* ada beberapa perencanaan strategi yang harus dilakukan antara lain meliputi kegiatan : a) Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program; b) Melakukan identifikasi khalayak penentu (*key publics*); c) Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih; d) Memutuskan strategi yang akan digunakan (Broom & Sha, 2013; Cutlip et al., 2008; Morissan, 2008).

Dalam menentukan sistem kerja pembuatan strategi ini seorang PR perlu melakukan beberapa langkah antara lain: 1) Penelitian dan mendengarkan (*research and listening*) dalam tahap ini seorang *public relations* sekolah perlu menentukan kebenaran dan berhubungan langsung dengan sekolah yang dituju; 2) Perencanaan dan pengambilan keputusan (*Planning and Decision*) dalam tahap ini seorang *public relations* perlu memfokuskan pada apa yang akan dilakukan atau kebijakn apa yang akan dilakukan kedepannya yang sesuai dengan keinginan berbagai pihak yang ada didalam lingkup sekolah tersebut; 3) Mengkomunikasikan dan pelaksanaan (*Communication Action*) dalam tahap ini seorang *public relations* sekolah perlu memberikan informasi kepada orang yang memunyai kepentingan yang akan memberikan bantuan atau dukungan kedepan; dan tahap yang terakhir 4) Mengevaluasi (*Evaluation*), pada tahap ini seorang *public relations* sekolah harus melakukan penilaian atas strategi strategi yang dilakukan apakah telah memberikan dampak positif dan memperbaiki bagian bagian yang masih kurang efektif. Fungsi-fungsi tersebut dalam perencanaan dari awal antara pihak sekolah, keluarga dan masyarakat harus saling bekerja sama dengan kompak karena setiap pihak telah memiliki peran dan fungsinya masing-masing sehingga apabila semua pihak dapat bekerja sama dengan baik maka hai itu akan mempermudah proses mencapai tujuan bersama (Suparlan, 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Mardhatillah Wardah (2017) yang berjudul “Pengelolaan Website sebagai Media Informasi Publik pada Bagian Humas dan Informasi Pemerintah Kota Pekanbaru” menyatakan bahwa dalam pelaksanaan pengelolaan pesan di dalam website, Humas mengedepankan kredibilitas, konteks, pemaknaan isi, kejelasan, kontunitas, saluran dan kapasitas. Cara penyampaian pesan ini akan berpengaruh pada adanya perilaku pemahaman public akan informasi yang diberikan oleh humas dan informasi agar isi pesan yang disampaikan oleh humas Pemerintah Kota Pekanbaru dalam memberikan informasi kepada Publik disusun dengan baik.

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Laila Wulandari Paramita (2013) dengan judul “Kefektifan Website sekolah sebagai Media Informasi Humas di SMA Negeri Kota Yogyakarta” menyatakan bahwa Tingkat keefektifan website sebagai media informasi humas di SMA Negeri kota Yogyakarta sudah sesuai dengan kriteria website sekolah yang baik (efektif). Namun ada kendala dalam pemanfaatan website sekolah di SMA ini adalah komunikasi yang terjalin antara humas dengan admin website sekolah.

Penelitian ini akan menekankan pada bagaimana mengelola media informasi sekolah melalui Website dan akun media sosial sekolah dengan berfokus pada bagaimana strategi *public relations* berbasis multimedia dibangun dan dikembangkan dalam pengelolaan media informasi sekolah. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang strategi *public relations* berbasis multimedia untuk diterapkan pada media informasi SMP Negeri 4 Surakarta.

Mulai awal tahun 2020, ketika pandemic Covid 19 mulai masuk ke Indonesia, sekolah sekolah sudah melakukan pengajaran secara daring. Sejauh ini banyak penelitian yang dipusatkan pada sistem pembelajaran. Kaiful Umam (2013) menjelaskan bahwa

pengajaran menggunakan media digital sangat berpengaruh pada keaktifan siswa selama pembelajaran. Selain itu ada juga penelitian yang mengatakan bahwa sistem pembelajaran digital sangat efektif karena dapat menambah motivasi juga prestasi belajar siswa (Garini et al., 2020). Dilihat dari peran humas sekolah, Firsty Puspa Kiraina (2021) menjelaskan bahwa Humas sekolah perlu menjalin komunikasi dan menyampaikan informasi dengan baik untuk mendapatkan kepercayaan public, dengan memanfaatkan sistem informasi berbasis digital.

Berdasarkan penelitian penelitian tersebut, terlihat bahwa penelitian tersebut lebih menekankan pada sistem pembelajaran online berbasis multimedia, dan peran humas dalam pemanfaatan website sebagai media informasi untuk menyampaikan informasi sekolah. Dimasa pandemic Covid 19 ini segala informasi sekolah kepada orang tua maupun masyarakat juga disampaikan juga secara online. Sejauh ini masih banyak terjadi distorsi dan penyampaian yang simpang siur atau overlapping informasi yang secara tidak langsung membuat bingung para pembacanya. Penyampaian informasi secara benar harus di mulai dari pengelolaan secara benar juga. Dari uraian tersebut, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini difokuskan pada bagaimana strategi *public relations* sekolah dalam merancang dan mengelola media informasi sekolah berbasis multimedia. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang dan mengelola strategi *public relations* berbasis multimedia untuk diterapkan di SMP Negeri 4 Surakarta. Diharapkan hasil riset akan menjadi pilot project bagi model pengelolaan media digital yang lebih kreatif dan interaktif, sehingga dapat memudahkan guru dalam transfer pengetahuan dan informasi sekolah.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian terapan yang menurut Trianto (2010) menyatakan bahwa penelitian terapan atau applied research dilakukan berkenaan dengan kenyataan-kenyataan praktis, penerapan, dan pengembangan ilmu pengetahuan yang dihasilkan oleh penelitian dasar dalam kehidupan nyata. Penelitian terapan berfungsi untuk mencari solusi tentang masalah-masalah tertentu. Tujuan utama penelitian terapan adalah pemecahan masalah sehingga hasil penelitian dapat dimanfaatkan untuk kepentingan manusia baik secara individu atau kelompok maupun untuk keperluan industri atau politik dan bukan untuk wawasan keilmuan semata dimana akan berfokus pada hal-hal yang hasilnya bisa diterapkan pada kondisi sekarang maupun masa depan. Selain itu, penelitian ini juga bersifat eksploratif karena penelitian ini berusaha menggali strategi public relations berbasis multimedia yang tepat dalam pengelolaan media informasi di SMP Negeri 4 Surakarta. Berdasarkan strategi public relations tersebut dapat diciptakan modul strategi public relations berbasis multimedia untuk pengelolaan media informasi sekolah yang nantinya dapat disosialisasikan ke sekolah lainnya dan juga dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder.

Pendekatan penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif karena pendekatan ini dianggap paling cocok dengan sifat eksploratif dengan model studi kasus dari riset ini. Objek dari penelitian ini adalah SMP Negeri 4 Surakarta yang berlokasi di jalan DI. Panjaitan No. 14, Setabelan, Banjarasari, Surakarta 57128. Subjek penelitian ini adalah Media Informasi Digital Sekolah.

Sedangkan Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan mitra adalah: (1) Analisis situasi dan pengidentifikasian potensi dan wilayah

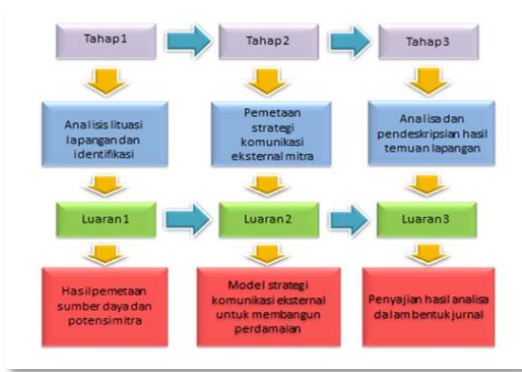
mitra (SMP Negeri 4 Surakarta); (2) Berdasarkan hasil analisis, merumuskan langkah-langkah yang tepat guna untuk penyelesaian permasalahan mitra; (3) Perancangan strategi public relations berbasis multimedia dalam pengelolaan media informasi sekolah. Metode tersebut dijelaskan ke dalam tahapan-tahapan di bawah ini:

Tahap 1: pada tahap ini dilakukan analisis situasi kondisi dan identifikasi dari SMP Negeri 4 Surakarta. Analisis dilakukan secara eksternal dan internal. Analisis eksternal melalui fakta-fakta dan isu yang berkembang sehubungan dengan transformasi dunia pendidikan di masa pandemi covid-19 serta kesiapan sekolah untuk pembelajaran tatap muka di bulan Juli 2021. Analisis internal melalui wawancara online kepada pihak sekolah, dalam hal ini diwakili oleh kepala sekolah dan guru bidang kesiswaan. Data-data yang akan diambil meliputi; Sumber Daya: potensi guru dan siswa, kemampuan guru di bidang iptek, dan potensi lingkungan pendukung pelaksanaan blended learning.

Sarana dan prasarana: jumlah komputer dan lab komputer untuk mendukung pelatihan, kemampuan sarana pendukung belajar siswa secara terpadu, kesiapan website sekolah, akun media sosial sekolah. Manajemen: kemampuan sekolah untuk mendukung pengelolaan media informasi sekolah secara terpadu.

Tahap 2: berdasarkan hasil yang didapatkan pada langkah 1 maka mulai dirancang sebuah model strategis public relations berbasis multimedia yang tepat guna berdasar pada hasil analisis dan identifikasi permasalahan.

Tahap 3: pada tahap ini dilakukan pembangunan strategi public relations berbasis multimedia berdasarkan dari rancangan model yang sudah dibuat di tahap 2. Implementasi dari pembangunan ini adalah pembuatan modul pengelolaan media informasi sekolah yang nantinya akan diterapkan di sekolah (gambar 2).

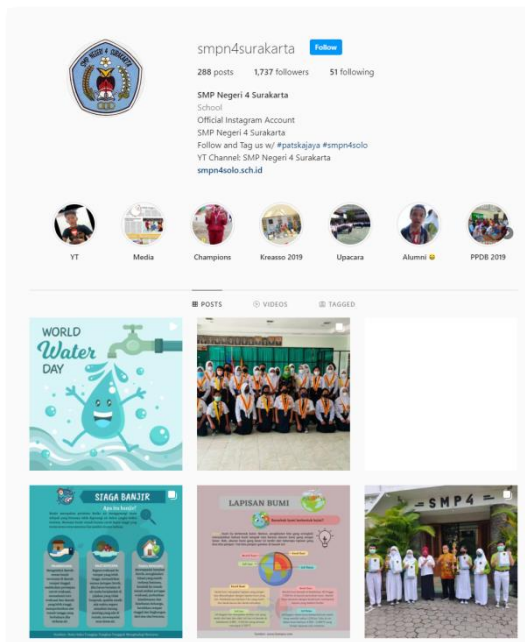


Gambar 2. Bagan Alir Metode Penelitian
Sumber: olahan peneliti, 2021

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

SMP Negeri 4 Surakarta menggunakan beberapa jenis multimedia yang menurut Vaughan (2011) jenisnya dikelompokkan ke dalam 3 bentuk: (1) Multimedia interaktif yang dipergunakan oleh SMP Negeri 4 Surakarta adalah *Instagram*, *YouTube*, dan *Facebook* dimana pengguna (user) memiliki kontrol dalam penggunaan media ini melalui komentar, tombol *like* dan *subscribe*. Hal ini dibuktikan dengan gambar akun media sosial dari SMP Negeri 4 Surakarta berikut ini:



Gambar 3. Akun Instagram SMP Negeri 4 Surakarta

(2) Multimedia hiperkatif yang diterapkan dalam bentuk website sekolah yang dapat diakses di <https://smpn4solo.sch.id/> yang mana website ini menautkan link-link elemen lain di dalamnya seperti link perpustakaan, link e-learning yang ternyata masih kosong, link media sosial yang dipergunakan sebagai media komunikasi sekolah. Berikut ini adalah gambar website SMP Negeri 4 Surakarta:



Gambar 4. Website SMP Negeri 4 Surakarta

(3) Multimedia linear yang dipergunakan di SMP Negeri 4 Surakarta adalah informasi yang disebarkan melalui media radio sekolah (Radio Patska) yang dalam implementasinya radio ini dipergunakan untuk menunjang proses belajar di masa pandemi. Berikut ini adalah gambar para guru yang sedang memberikan pengajaran melalui media radio sekolah:



Gambar 5. Radio Patska

Temuan lain yang didapatkan berkaitan dengan sistem kerja *public relations* sekolah dalam penelitian ini antara lain:

Research-Listening

Pada tahap ini sekolah mendengarkan informasi dari *stakeholder* dan berusaha untuk melakukan *cross-check* tentang kebenaran informasi, baik informasi tentang sekolah, pengumuman dari Dinas Pendidikan, ataupun informasi-informasi lainnya yang berhubungan dengan sekolah. *Cross-check* dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara langsung kepada narasumber yang berkaitan dengan informasi tersebut dan juga secara tidak langsung melalui media komunikasi. Se jauh ini *clarity* dari informasi belum dipikirkan secara detail, hanya berfokus pada penyebaran informasi saja supaya sampai pada khalayak.

Planning-Decision

Pada tahap ini sekolah melakukan perencanaan tentang apa yang akan ditampilkan di media informasi sekolah namun dengan cara ala kadarnya, dan keputusan tentang penerbitan hanya dicek berdasarkan kebenaran informasi bukan berdasarkan perencanaan rubrikasi dan hal-hal yang berkaitan dengan penerbitan informasi secara profesional. Hal ini berpengaruh pada *content* dari informasi masih terkesan tumpang tindih dalam pengelolaan dan penyebarannya dikarenakan sekolah belum memiliki SOP dan alat evaluasi yang tepat untuk mengelola sistem informasi sekolah dan mengukur ketepatan dan kemanfaatan content informasi. Berikut ini adalah gambar salah satu informasi yang disebarakan melalui akun Instagram sekolah:



Gambar 6. Postingan Informasi Sekolah di Instagram-1

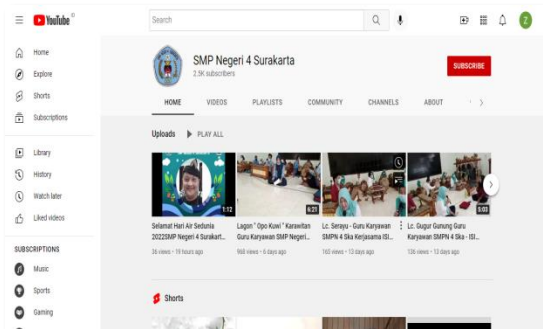
Melihat postingan di atas yang dikeluarkan pada tanggal 22 Februari 2022 membuktikan bahwa sekolah belum memiliki sistem rubrikasi dan format publikasi informasi yang terstruktur. Hal ini didukung dengan gambar berikut yang menunjukkan selisih waktu terbitan informasi dari bulan february kemudian postingan baru diterbitkan pada tanggal 23 Maret 2022, di bawah ini:



Gambar 7. Postingan Informasi Sekolah di Instagram-2

Communication-Action

Tahapan komunikasi dan aksi dilakukan sekolah dengan menyebarkan informasi melalui *channel* yang dimiliki oleh sekolah, yaitu website resmi sekolah, media sosial (Facebook, Instagram, dan Whatsapp), serta *channel* YouTube. Informasi yang berupa pesan yang sudah diolah di-*share* melalui media komunikasi dengan admin yang berbeda-beda sehingga terkadang pesan terkesan tumpang tindih dalam penyampaiannya. Konsistensi dari penerbitan dilakukan tiap hari namun tidak mengindahkan rubrikasi dalam perencanaan dan pengelolaan media informasi sekolah. Pemilihan *channel* komunikasi dipilih berdasarkan banyaknya pengguna yang menggunakan *channel* tersebut, namun dalam penerapannya *channel* yang aktif hanya Instagram dan Youtube. Berikut ini adalah gambar akun YouTube milik SMP Negeri 4 Surakarta:



Gambar 8. Akun YouTube SMP Negeri 4 Surakarta

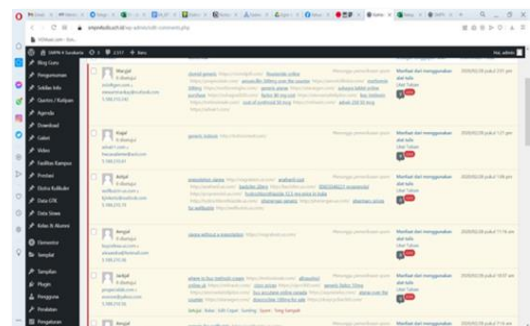
Evaluation

Pada tahap ini sekolah belum melakukan evaluasi secara berkala dikarenakan belum memiliki sistem evaluasi yang tepat untuk mengetahui pengaruh informasi yang disebarkan, *magnitude* dari tiap informasi, respon, dan sebagainya. Selain itu sekolah belum memiliki SOP dalam pengelolaan media informasi sekolah. Kurangnya pengetahuan SDM dalam literasi pengelolaan media informasi sekolah juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kurang

maksimalnya pengelolaan media informasi sekolah.

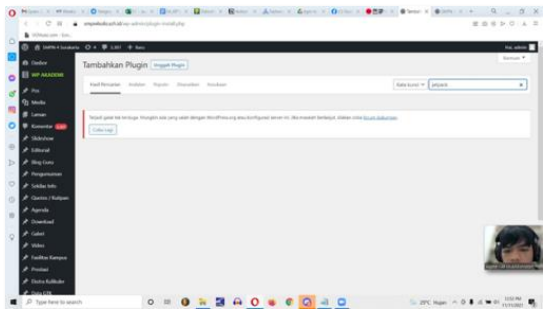
Pembahasan

Berdasarkan temuan lapangan diketahui bahwa kurangnya literasi SDM dalam pengelolaan media informasi sekolah menyebabkan permasalahan dalam kurang maksimalnya sistem manajerial atau pengelolaan media informasi sekolah (Purnama, 2016). Hal ini terlihat dalam tahap *research-listening* yang hanya berfokus pada penyebaran informasi sekolah saja. Sekolah belum memikirkan bahwa dalam pengelolaan media informasi sekolah harus memperhatikan beberapa faktor, seperti: pembaca (*target audience* dan *target market*), *quantity* (jumlah informasi), *frequency* (terbitan dibuat berkala), dan *policy* (aturan-aturan seputar penerbitan). Selain itu, penting untuk membuat perencanaan isi dan rubrikasi dari media informasi sekolah supaya informasi yang disampaikan secara internal dan eksternal dapat terkelola dengan baik (Munisah, 2020). Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini, dimana sekolah belum menerapkan sistem rubrikasi sehingga semua terbitan yang diupload tumpang tindih pada sistem website sekolah dan menyebabkan terdapatnya spam yang banyak, yaitu 3000 spam dikarenakan dari tahun 2018 tidak pernah dilakukan *maintenance* sistem.



Gambar 9. Website Sekolah Dengan 3000 Spam

Berkaitan dengan *credibility*, media informasi sekolah sejauh ini sudah memiliki tim untuk mengelola media dimana tiap media yang dikelola oleh sekolah akan dikelola oleh satu guru dan ada satu guru yang merangkap pekerjaan dalam pengelolaan media *Instagram* juga menjadi kepala editor. Namun dalam implementasinya tim pengelola media sekolah ini mengalami kendala dikarenakan kurangnya pengetahuan dalam bidang jurnalisme. Hal ini dikuatkan dengan pendapat salah seorang guru, Bu Wegang, yang masuk dalam tim pengelola, “*media sekolah sudah ada namun tidak dikelola dengan baik dan tidak berkembang dikarenakan keterbatasan pengetahuan kami dalam jurnalisme dan pengelolaan media*”. Kondisi ini mengakibatkan dalam penyajian berita tidak dapat maksimal atau tidak sesuai dengan apa yang diperlukan target sasarnya (Rondonuwu, 2018). Kurangnya pengetahuan pengelola media ini dikuatkan dengan gambar di bawah ini yang menampilkan terjadinya galat tidak terduga karena konfigurasi server menyebabkan terjadinya blokir saat install plugin untuk perbaikan website sekolah oleh tim peneliti.



Gambar 10. Galat Tak Terduga Pada Website Sekolah

Dari sudut *clarity* dan konten, informasi yang disebar media sekolah lebih condong pada informasi yang dirasa perlu untuk di-*share* ke *stakeholder*. Pihak sekolah belum menerapkan informasi yang layak untuk dibagikan pada khalayak harus

memenuhi unsur-unsur informasi yang memiliki *magnitude* (cukup besarkah pengaruh informasi tersebut pada pembaca atau tidak), *significant* (apakah informasi itu penting atau tidak), aktualitas (informasi baru atau tidak), *proximity* (informasi memiliki kedekatan dengan pembaca atau tidak), memiliki *human interest* (informasi mengandung unsur kemanusiaan atau tidak), dan *prominent* (apakah informasi yang diberitakan berisi hal yang terkenal atau tidak) (Abrar, 2019). Hal ini diperlihatkan pada *header* dari beranda website sekolah yang menampilkan foto guru yang berpose tidak formal pada website sekolah. Ini menunjukkan bahwa pengelola media sekolah belum menerapkan prinsip *significant* meski foto tersebut dapat dianggap sebagai sebuah foto yang dapat menimbulkan *magnitude* bagi *audience*.



Gambar 11. Header Beranda Website Sekolah

Evaluasi secara berkala dan terstruktur juga belum dilakukan dikarenakan sekolah belum memiliki sistem evaluasi. Permasalahan ini dikarenakan guru merangkap sebagai admin dan juga pengelola memiliki hambatan dalam hal pembagian waktu mereka mengajar dengan mengelola media sekolah, serta kurangnya pengetahuan dalam jurnalisme dan pengelolaan media. Pada saat produksi informasi, sekolah belum menetapkan indikator-indikator untuk mengukur sejauh mana efek dari informasi yang disebar nantinya. Hal ini dikuatkan dengan penjelasan dari salah seorang guru yang

mengelola media informasi sekolah dan juga beberap siswa yang menyebutkan bahwa sejauh ini belum pernah ada evaluasi dari sistem informasi sekolah. Pendapat ini juga didukung oleh hampir semua guru yang hadir dalam diseminasi hasil penelitian ini, seperti pada gambar berikut:



Gambar 12. Diseminasi Penelitian di Sekolah

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa SMP Negeri 4 Surakarta membutuhkan sebuah model pengelolaan media sekolah yang nantinya akan berguna untuk mendukung penyampaian informasi sekolah, mendukung proses pengajaran (baik online maupun hybrid), serta pembangunan citra sekolah. Adanya model yang tepat akan membuat arah aliran informasi sekolah lebih terstruktur, rapi, dan transparan

SIMPULAN

Dari penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa *public relations officer* dari Sekolah, perlu menerapkan strategi yang tepat agar penerapan media informasi sekolah dapat terlaksana dengan maksimal. Strategi tersebut antara lain adalah: (1) Tahap Research-Listening: yaitu dengan menentukan topik berita dan membuat format pembuatan berita yang nantinya akan diterapkan untuk seluruh terbitan informasi di sekolah; (2) Tahap Planning-Decision: yaitu dengan cara membuat rubrikasi berita dan menentukan indikator-indikator capaian dari exposure berita; (3) Tahap Communication-Action: yaitu

dengan melakukan penyebar informasi melalui media/ channel informasi sekolah berdasarkan pada format berita dan sistem rubrikasi yang sudah ditentukan, kemudian melakukan monitoring dari seluruh media komunikasi yang dipergunakan berdasarkan indikator-indikator capaian yang sudah ditentukan; dan (4) Tahap Evaluasi: yaitu dengan menganalisa hasil monitoring yang sudah dilakukan dan melakukan evaluasi secara berkala dan terpadu. Nantinya hasil dari evaluasi dilaporkan secara berkala kepada kepala sekolah, guru, dan OSIS.

Selain itu, sekolah harus melakukan pengembangan SDM pengelola media informasi sekolah untuk mendukung kelancaran publikasi informasi digital sekolah. Pengembangan SDM ini bertujuan supaya pengelola media informasi sekolah memiliki pengetahuan tentang jurnalisme dan publikasi yang benar, karena dengan mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan jurnalisme akan menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh target sasarannya. *Public relations officer* sekolah perlu mengetahui kelayakan dari informasi yang akan disebar, sehingga akan berimbang positif terhadap sekolah. Langkah strategis lain adalah menerapkan sistem evaluasi yang terstruktur dari media informasi yang sudah dibuat, sehingga mudah mengetahui kekurangan yang ada, dan dapat melakukan perbaikan kedepannya.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dari sekolah untuk meningkatkan atau menyempurnakan sistem pengelolaan media sekolah yang sudah dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N. (2019). *Menatap Masa Depan Jurnalisme Indonesia*. Gajah Mada University Press.
- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2013). Cutlip and Center's Effective Public Relations. In *Cutlip and Center's Effective Public Relations*.

- Cutlip, S. M., Center, A. H., & M., B. G. (2008). *Effective Public Relations 9 Th Edition*.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations : Strategi Menjadi Humas Profesional*. Prenada Media Group.
- Nurihsan, A. J. (2009). *Bimbingan dan Konseling dalam Berbagai Latar Kehidupan*. Refika Aditama.
- Suparlan. (2008). *Membangun Sekolah Efektif*. Hikayat Publishing.
- Trianto. (2010). *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif-Progresif, Konsep Landasan dan Implementasinya*. Kencana Prenada Media Group.
- Vaughan, T. (2011). *Multimedia: Making It Work* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Ustundag, A., & Cevikcan, E. (2018). *Industry 4.0: Managing The Digital Transformation* (1st ed.). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57870-5>
- Agustini, P. (2021). *Sekolah Manfaatkan Media Digital untuk Tingkatkan Pelayanan*. <https://aptika.kominfo.go.id/2021/08/s-ekolah-manfaatkan-media-digital-untuk-tingkatkan-pelayanan/>
- Mizanie, D., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 149–164. <https://doi.org/10.21107/komunikasi.v13i2.5099>
- M.Ihsan. (2021, July). Pemberlakuan PPKM Level 4 di Solo, Kepatuhan Warga Meningkatkan. *Radarsolo.Jawapos.Com*.
- Zamani, L. (2021). *Kasus Covid-19 Naik, Gibran Tunda Sekolah Tatap*. Regional.Kompas.Com. <https://regional.kompas.com/read/2021/06/30/205123678/kasus-covid-19-naik-gibran-tunda-sekolah-tatap-muka-juli-2021>
- Garini, A. W., Respati, R., & Mulyadiprana, A. (2020). Penggunaan Media berupa Digital pada Masa Pandemi di Sekolah Dasar. *Pedadidaktika: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 7(4), 186–191.
- Kiraina, F. P., & Haq, M. S. (2021). Peran Humas Dalam Pemanfaatan Website Sekolah Di Masa Pandemic Covid-19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 09(01), 75–86.
- Munisah, E. (2020). Pengelolaan Media Pembelajaran Sekolah Dasar. *Jurnal Elsa*, 18(1).
- Purnama, B. J. (2016). Optimalisasi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Upaya Peningkatan Mutu Sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(2), 27–36.
- Rondonuwu, S. A. (2018). Jurnalisme Dan Pengetahuan Yang Benar. *E-Journal.Unstrat.Ac.Id*.
- Umam, K. (2013). Penerapan Media Digital Dalam Pembelajaran Apresiasi Batik Kelas X Sma Negeri 1 Blega. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 01(01), 100–105.