



ADMINISTRASI KEHUMASAN PADA LINGKUNGAN SD MUHAMMADIYAH

Afni Maharani¹, Novia Ramadhani², Nursaida Siagian³, Dedi Sahputra Napitupulu⁴

^{1,2,3} Mahasiswa PGMI UIN Sumatera Utara, ⁴Dosen Administrasi UIN Sumatera Utara

¹afnimaharaniharahap@gmail.com, ²novia.ramadhani.568@gmail.com,

³nursaidahsiagian22@gmail.com, ⁴dedisahputranapitupulu@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengidentifikasi lebih lanjut tentang administrasi kehumasan. Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan Studi Pustaka dan Kualitatif Deskriptif dengan pengumpulan data berupa wawancara. Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan bahwa administrasi kehumasan (*public relations administration*) adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk mengelola dan mengkomunikasikan informasi atau pesan kepada publik atau masyarakat luas, dengan tujuan untuk membangun citra positif, mempertahankan hubungan baik, serta meningkatkan pemahaman dan dukungan terhadap suatu organisasi, lembaga atau individu. Kegiatan dalam administrasi kehumasan meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi berbagai bentuk komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi atau lembaga. Administrasi kehumasan juga melibatkan pengelolaan reputasi dan citra organisasi atau individu, serta pengelolaan risiko terkait dengan publikasi dan komunikasi yang dilakukan. Dalam era digital saat ini, administrasi kehumasan juga meliputi strategi dan teknik pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial, SEO, dan content marketing, yang menjadi bagian penting dari kegiatan komunikasi dan branding suatu organisasi atau individu.

Kata kunci: Kehumasan, Administrasi, Sekolah

Abstract

This research was conducted aiming to identify more about public relations administration. In this study using the method of Literature Study and Descriptive Qualitative approach to data collection in the form of interviews. Based on the activities that have been carried out that public relations administration is an activity that aims to manage and communicate information or messages to the public or the wider community, with the aim of building a positive image, maintaining good relations, and increasing understanding and support for an organization, institution or individual. Activities in public relations administration include planning, implementing, and evaluating various forms of communication carried out by an organization or institution. Public relations administration also involves managing the reputation and image of the organization or individual, as well as managing risks related to publications and communications. In today's digital era, public relations administration also includes digital marketing strategies and techniques, such as the use of social media, SEO, and content marketing, which are an important part of the communication and branding activities of an organization or individual.

Keywords: Public Relations, Administration, School

PENDAHULUAN

Administrasi adalah proses pengelolaan dan pengorganisasian sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu. Administrasi melibatkan pengambilan keputusan, perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan evaluasi hasil. Sedangkan Kehumasan atau *public relations* adalah fungsi manajemen yang bertanggung jawab dalam mengelola hubungan antara suatu organisasi atau lembaga dengan publiknya. Kehumasan meliputi berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan citra, branding, komunikasi, dan hubungan dengan masyarakat atau *stakeholder* lainnya. Tujuan utama kehumasan adalah membangun hubungan yang baik dengan publik, memperbaiki citra organisasi, dan meningkatkan kepercayaan publik.

Sedangkan tugas utama administrasi kehumasan adalah mengelola dan memperbaiki citra organisasi, mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat, mengelola krisis, dan membangun hubungan yang baik dengan media dan *stakeholders* lainnya. Dalam era digital dan media sosial saat ini, administrasi kehumasan juga melibatkan manajemen reputasi online dan pengelolaan konten di *platform digital*.

Dalam melakukan tugasnya, administrasi kehumasan harus menggunakan berbagai strategi dan teknik komunikasi, seperti publikasi media, *event management*, *sponsorship*, *branding*, dan *social media management*. Tujuannya adalah untuk mencapai tujuan organisasi, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan menjaga hubungan yang baik dengan *stakeholder*. Administrasi kehumasan merupakan bagian penting dari manajemen organisasi, dan memerlukan sumber daya manusia yang terlatih dan berkualitas untuk menjalankan tugasnya dengan baik.

METODE

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi lebih lanjut tentang hubungan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dan pengumpulan data deskriptif-kualitatif berupa wawancara. Menurut para ahli, metode penelitian sastra memiliki beberapa pengertian, salah satunya (Moleong 2014) menjelaskan bahwa metode penelitian sastra adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari bahan-bahan pustaka seperti buku, majalah, dan artikel ilmiah sekaligus. adalah penelitian kualitatif menurut Ibnu (Mayasari, 2021) melibatkan penelitian yang materinya dinyatakan dalam bentuk verbal dan dianalisis tanpa teknik statistik.

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Jalan Pelita II No.5, Sidorame Barat. I, Kec. Medan Perjuangan, Kota Medan, Sumatera Utara, 20233. Waktu penelitian dilakukan selama seminggu yaitu mulai 08-13 Mei 2023. Penelitian dilakukan dengan teknik observasi dalam bentuk wawancara dengan narasumber yang merupakan bagian kehumasan di sekolah tersebut

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Humas dan Perkembangannya

Humas atau *public relations* (PR) adalah sebuah disiplin ilmu yang berkaitan dengan manajemen komunikasi antara sebuah organisasi dengan publiknya, baik itu publik internal maupun eksternal. Tujuan utama dari humas adalah untuk membangun dan memelihara hubungan baik antara organisasi dengan publiknya, serta mempromosikan citra positif organisasi di mata public (Dakir, 2018).

Sejarah perkembangan humas dimulai pada awal abad ke-20, ketika beberapa perusahaan besar mulai membentuk departemen humas untuk mengelola hubungan dengan media dan publik.

Kemudian pada tahun 1950-an, Alvin Toffler dan Daniel Bell memperkenalkan konsep "masyarakat informasi", yang memperkuat peran humas dalam mengelola informasi yang dikomunikasikan oleh organisasi (Bahri, 2020).

Pada tahun 1980-an, muncul tren baru dalam humas yaitu "komunikasi pemasaran" atau *marketing communications*, yang menekankan pada penggunaan komunikasi untuk mempromosikan produk dan layanan organisasi (Fikri, Dkk 2021). Dan pada tahun 1990-an, perkembangan teknologi informasi dan internet memperluas peran humas dalam mengelola media sosial dan internet sebagai platform komunikasi dengan *public*.

Dalam konsepnya, kemajuan humas di Indonesia terjadi pada tahun 1950-an, yang ditandai dengan pendirian Perusahaan Perminyakan Negara (Pertamina) yang membentuk divisi hubungan pemerintah dan masyarakat atau humas (Juhji, Dkk 2020). Ternyata, kemajuan humas di lembaga pendidikan tidak terlepas dari peran kolonial Belanda pada era 1930-an dalam memperkenalkan pendidikan formal di hampir semua provinsi di Hindia Belanda (Indonesia). Belanda memperkenalkan sistem pendidikan yang hampir sama dengan sistem pendidikan yang ada sekarang dengan tingkatan seperti 1) sekolah dasar bagi orang Eropa, 2) sekolah dasar bagi pribumi 3) sekolah menengah pertama, dan 4) sekolah menengah atas.

Menurut Nawawi dalam Suryosubroto (Suzatmiko, dkk 2021), tugas humas adalah melakukan publisitas tentang kegiatan kerja organisasi yang patut diketahui oleh masyarakat luas. Kegiatannya dilakukan dengan menyebarkan informasi dan memberikan penjelasan untuk menciptakan pemahaman yang terbaik di kalangan masyarakat luas mengenai tugas-tugas yang sudah, sedang, dan akan dikerjakan berdasarkan tanggung jawabnya.

B. Proses Kegiatan Humas

Berikut ini beberapa tahapan kegiatan humas atau hubungan masyarakat mencakup berbagai aspek, termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi antara organisasi atau institusi dengan publiknya. Beberapa kegiatan humas yang umum dilakukan antara lain:

- a. Menurut Nasution dalam (Febrianty, 2020) perencanaan hubungan masyarakat pendidikan merupakan menetapkan kegiatan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapai, berapa lama, berapa orang, dan berapa jumlah biayanya. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Bafadal dalam (Siregar, 2021) yang menyatakan bahwa tahap perencanaan ditentukanlah tujuan khusus, prosedur dan strategi, dan pendekatan hubungan masyarakat yang digunakan bagi masing-masing sasaran. Perencanaan hubungan masyarakat dalam pendidikan dapat dibuat berdasarkan rentang waktu yaitu: perencanaan jangka pendek (satu minggu, satu bulan dan satu tahun), perencanaan jangka menengah (2-5 tahun), dan perencanaan jangka panjang (lebih dari 5 tahun) (Nasution, 2010). Perencanaan mencakup beberapa kegiatan yaitu:
 1. Mengidentifikasi Permasalahan hubungan masyarakat yang diidentifikasi bukan hanya berkaitan dengan permasalahan saat ini namun juga berorientasi pada masa yang akan datang (Kolwalski, 2004), dengan kata lain identifikasi masalah menunjuk pada pengenalan akan sebuah masalah hubungan masyarakat dalam lingkungan pendidikan namun juga berkaitan dengan kebutuhan komunikasi antara sekolah dan masyarakat pada masa yang akan datang.
 2. Merumuskan tujuan dari program hubungan masyarakat. Program hubungan masyarakat ditentukan dalam kerangka visi organisasi, tujuan ini harus dibuat secara tertulis baik yang jangka pendek maupun yang jang panjang. Tujuan baiknya bersifat fleksibel dan berubah karena para praktisi akan menghadapi berbagai situasi yang tidak terduga dan terus mengumpulkan informasi baru

baik di dalam maupun di luar organisasi sekolah karena tujuan merupakan perluasan dari misi organisasi.

3. Penetapan strategi untuk pemecahan masalah. Setelah masalah dan akarnya dikenal secara mendalam, ditentukanlah beberapa alternatif pemecahan masalah, dari berbagai alternatif tersebut akan dianalisis untuk ditentukan alternatif mana yang paling efektif dan efisien untuk memecah-kan masalah dan mencapai tujuan program hubungan masyarakat tersebut (Silaen, 2021).
 4. Proses perencanaan hubungan masyarakat adalah menetapkan tema dan pesan. Mengingat tujuandari hubungan masyarakat adalah mengumpulkan sebanyak mungkin dukungan bagi organisasi dan membantu orang memahami arah gerak organisasi sekolah maka tema dan pesan dalam program hubungan masyarakat hendaknya singkat dan bermakna berirama, mudah diingat,serta mudah dipahami.
 5. Menetapkan anggaran, semua program hubungan masyarakat akan berjalan dengan baik jika didukung dengan dana yang memadai dan digunakan secara efisien karena program hubungan masyarakat membutuhkan sumber daya material dan non material.
 6. Menentukan standar evaluasi, semua prog-ram hubungan masyarakat perlu dievaluasi secara periodik, evaluasi dapat bersifat sumatif dan formatif. Tujuan dari evaluasi adalah untuk menentukan sejauh mana misi dan tujuan telah dicapai dan untuk menyediakan pemahaman atau dasar bagi pengembangan program hubungan masyarakat selanjutnya.
 7. Penyusunan program kerja, dalam prog-ram ini ditentukan beberapa hal seperti waktu pelaksanaan program, target pencapaian tujuan dan jadwal koordinasi.
- b. Pelaksanaan Humas di Lembaga Pendidikan

Pelaksanaan Humas dalam lembaga pendidikan sangat penting, humas berfungsi sebagai alat komunikasi, komunikasi sangat penting, manusia tidak dapat bertahan hidup tanpa itu. Ini ada hubungannya dengan pertukaran informasi, opini, fakta, ide-ide antara sumber dan penerima yang akan di jalin dalam manajemen humas dilembaga pendidikan, yang nantinya akan menimbulkan reputasi, reputasi yang mengacu pada tingkat rasa hormat dan kredibilitas/kepercayaan yang merupakan *estimasi public*. Dalam hal ini maka Humas harus memiliki reputasi yang baik jika ingin lembaga pendidikannya menjadi sorotan masyarakat dengan menampilkan kenyataan yang ada pada lembaga pendidikan tersebut. Menurut (Sahertian,1985) bahwa pelaksanaan kegiatan humas ada sejumlah prinsip yang harus diperhatikan yaitu:

1. Keterpaduan (*intergrating*), yaitu: keterkaitan antara kepala sekolah, masyarakat, dan keluarga yang merupakan satu kesatuan yang satu berhubungan dengan yang lain.
2. Berkesinambungan (*continuiting*), yaitu: suatu proses yang berkembang secara terus menerus.
3. Menyeluruh (*coverage*), yaitu bahwa penyajian fakta-fakta kepada masyarakat itu menyeluruh seluruh aspek.
4. Sederhana (*simplicity*), ialah bahwa informasi yang diberikan secara sederhana. Informasi itu dengan kata-kata yang mudah dimengerti dan dengan rasa persahabatan.
5. Konstruktif (*konstruktivenes*), informasi-informasi itu dapat berbentuk pendapat umum yang positif terhadap sekolah.

6. Kesesuaian (*adaptability*), yang dimaksud dengan penyesuaian hendaknya program itu memperhatikan keadaan masyarakat.
 7. Luwes (*flexibility*), fleksibel ialah program yang sewaktu-waktu mampu menerima perubahan yang terjadi.
- c. Tahap terakhir yaitu evaluasi kegiatan humas. Tujuannya yaitu meningkatkan partisipasi masyarakat. Evaluasi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menilai tingkat ketercapaian tujuan. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Ariyanti & Prasetyo, 2021). Evaluasi pelaksanaan program humas bertujuan untuk mengetahui diantaranya dampak sekolah terhadap masyarakat. Tahap evaluasi sendiri bertujuan untuk mengidentifikasi, mengukur dan menilai tingkat partisipasi masyarakat pada kegiatan sekolah. Evaluasi dilakukan oleh wakil kepala sekolah bidang humas dengan melihat tanggapan dan umpan balik yang diberikan oleh masyarakat terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh sekolah. Selain itu, evaluasi juga didapatkan melalui komunikasi informal pada mitra atau masyarakat yang terlibat dalam proses kegiatan sekolah. Wakil kepala sekolah juga mengidentifikasi kekurangan dari kegiatan yang sudah dilakukan khususnya dari aspek partisipasi masyarakat sehingga kedepannya dapat menjadi bahan perbaikan (Prabandari, 2021).

C. Prinsip Humas Relation

Arnus (2013: 114) *human relations* adalah salah satu kajian di bidang ilmu Komunikasi. Menurut asal kata, *human* yang artinya manusia, *relations* artinya hubungan. Hubungan Manusia yang bagaimana? Hubungan Yang dimaksud disini adalah hubungan insani, hubungan manusiawi Yang terdapat kegiatan komunikatif-persuasif-sugestif dan kedua pihak merasa hatinya puas, yang merupakan aspek-aspek manusiawi dalam *human relations*.

Uchjana dalam Arnus (2013: 115) *human relations* dalam arti luas dilakukan dimana saja, di rumah, di jalan, di pasar, di toko, di kampus, dalam bis, dalam angkutan umum, dan sebagainya. Ia dilakukan oleh seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan, sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak.

Arnus (2013: 115) sedangkan *human relations* dalam arti sempit adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Seseorang kepada orang lain, secara tatap muka dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekerjaan dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati.

Sedangkan dalam perspektif administrasi mengatakan bahwa hubungan dengan orang-orang dalam organisasi (hubungan intern) disebut *human relations*. Zuchairiniy dalam Ferdiansyah (2021:2) *human relation* terdiri dari dua kata yaitu *human* dan *relations*, kata *human* berarti manusia sedangkan kata *relations* berarti hubungan. Effendy dalam Ferdiansyah (2021: 2) *human relations* merupakan syarat utama untuk keberhasilan suatu komunikasi, baik komunikasi perorangan maupun komunikasi yang terjadi dalam perusahaan atau instansi.

Pemimpin yang sukses mengerti pentingnya cara memiliki hubungan yang harmonis dengan bawahannya. Kita juga mengetahui tanpa bantuan dan kerjasama dengan mereka, semua yang kita susun tidak akan bekerja dengan lancar. Karena itu, ini pentingnya pengetahuan teoritis komunikasi, keahlian teknis menjaga hubungan baik dengan publik terkait dengan lembaga/perusahaan, baik publik Internal atau eksternal. Selain itu, diperlukan proses berpikir dinamis, mampu menganalisa secara objektif, manfaat dari kebijakan atau perbuatan yang dilakukan dari lembaga/perusahaan yang dipimpin. Bagaimana tanggapan orang-orang terhadap apa yang dibuat tersebut, memang harus perlu dipertimbangkan dengan hati-hati juga masalah-masalah apa yang dapat timbul sebagai akibat dari prosedur yang dibuat.

Rosyidi (2009: 583-584) Adapun prinsip-prinsip *human Relations* dapat dikategorisasi sebagai berikut:

a. *Importance of the individual* (pentingnya individu)

Setiap orang harus diperlakukan sebagaimana Layaknya seorang individu, menurut Davis, tindakan Yang diambil oleh suatu lembaga/perusahaan harus Memperhitungkan perasaan pegawai, mengakui dan Memperhatikan kepentingannya.

b. *Mutual Acceptance* (saling menerima)

Pemimpin, yang dipimpin dan organisasi buruh sesuatu badan harus bersatu. Mereka harus saling Menerima satu sama lain sebagai individu dan Sebagai kelompok. Harus saling menghormati dan menghargai tugas dan kewajiban masing-masing.

c. *Common Interest* (kepentingan bersama)

Pemimpin, yang dipimpin, dan organisasi buruh, satu sama lainnya terikat oleh kepentingan bersama. Karena mereka bersatu mereka mampu untuk Mencapai sukses dalam pekerjaannya, dan terjaminnya kebutuhan tiap individu tergantung pada sukses itu.

d. *Open Communication* (komunikasi terbuka)

Berterus terang mengenai ide, perasaan dan segala Sesuatu yang menyangkut kepentingan bersama. Komunikasi yang sifatnya terbuka akan menimbulkan pengertian yang lebih baik dan menghasilkan keputusan-keputusan yang lebih tepat.

e. Partisipasi pegawai

Perolehan hasil yang memuaskan, produktivitas yang tinggi, karena adanya keseimbangan dalam pandangan-pandangan dan karena segala *problema* dihadapi dan dipecahkan bersama-sama.

g. *Local Decisions* (keputusan setempat)

Memberi wewenang pada orang-orang untuk memecahkan sendiri problema-problema yang langsung timbul di tengah-tengah mereka.

h. *High Moral Standards* (ukuran moral standar)

Kebenaran dan keadilan mengenai sesuatu tindakan dapat disebut benar dan adil jika didasarkan pada moralitas dan hak-hak asasi manusia.

Davis dalam Ferdiansyah (2021: 6-8) ada 8 prinsip dalam mengembangkan *human relations* yaitu:

1. Kepentingan individu. Prinsip ini menjelaskan bahwa kepentingan individu harus diperhatikan pada setiap pegawai dan menganalisisnya masing-masing
2. Saling menerima. Prinsip ini menjelaskan bahwa pegawai, serikat pekerja dan manajemen tentang atasan berlarian sikap saling menerima sebagai individu dan kelompok serta kebutuhan untuk saling menghormati fungsi dan tanggung jawab masing-masing.
3. Kepentingan bersama. Prinsip ini menjelaskan bahwa pegawai, serikat pekerja dan manajemen saling berkaitan antara satu sama lain dan dari kepentingan bersama.
4. Keterbukaan komunikasi. Prinsip ini menyatakan bahwa berbagai gagasan, informasi dan perasaan karena dengan seluruh komponen organisasi sangat penting sebagai jalan menuju pemahaman dan keputusan yang lebih baik.
5. Partisipasi pegawai. Prinsip ekonomi atas nama hasil yang lebih baik dapat terjadi melalui adanya keseimbangan dalam membuat sudut pandang orang-orang di semua tingkatan organisasi, adanya sikap saling berbagi dan pemecahan masalah dari orang-orang yang terpengaruh.
6. Identitas lokal. Prinsip ini menjelaskan bahwa individu dapat menerima kesempatan terbesar untuk pengakuan, kebanggaan yang kekuasaan kerja melalui identifikasi dengan unit kerja lokalnya.

7. Keputusan lokal. Menjelaskan bahwa orang-orang yang paling dekat dengan masalah yang mempengaruhi diri mereka sendiri dapat mengembangkan solusi yang paling memuaskan jika diberikan wewenang untuk menyelesaikan masalah tersebut.
8. Standar moral yang tinggi. Prinsip ini menjelaskan bahwa dasar yang paling tepat untuk nilai kebenaran sebuah tindakan menimbulkan orang-orang adalah ujian moralitas dan terpengaruh hak asasi manusia.

Siagian dalam Mariane (2019: 16-20) mengemukakan sepuluh prinsip pokok *human Relations* yang sering disebut sebagai '*the ten commandment of human relations*' yaitu:

- 1) Harus ada sinkronisasi antara tujuan organisasi dengan tujuan-tujuan individu dalam organisasi Tersebut.
- 2) Suasana kerja yang menyenangkan.
- 3) Informalitas yang wajar dalam hubungan kerja.
- 4) Manusia bawahan bukan mesin, berbeda dari uang, mesin, metode, material, dan alat-alat produksi yang Lain.
- 5) Kembangkan kemampuan bawahan sampai tingkat maksimal.
- 6) Pekerjaan yang menarik dan penuh tantangan.
- 7) Pengakuan dan penghargaan atas pelaksanaan tugas dengan baik (*extraordinary performance*), pemimpin harus cepat mengakui dan menghargai pelaksanaan tugas dengan baik oleh seorang bawahan.
- 8) Alat perlengkapan yang cukup.
- 9) "*The right man in the righth place*", setiap orang harus ditempatkan menurut keahlian dalam kecakapannya.
- 10) Balas jasa harus setimpal dengan jasa yang diberikan.

Adawiyah (2019:14-15) prinsip dalam *human relation* pada suatu organisasi atau pada sebuah perusahaan yaitu :

- a. Importance of individual.
- b. Saling menerima (mutual acceptance)
- c. Standar moral yang tinggi (high moral standard)
- d. Kepentingan bersama (common interest)
- e. Keterbukaan komunikasi (open communication)
- f. Partisipasi

D. Hasil Wawancara

Adapun hasil wawancara yang kami selaku pihak peneliti dengan narasumber bapak Ramadhan Damanik yang merupakan bagian kehumasan di SD Swasta Muhammadiyah 18 Medan. Berikut ini beberapa pertanyaan yang diajukan peneliti ke narasumber.

1. Bagaimana cara bapak mengelola informasi kegiatan sekolah agar mudah dipahami oleh orang tua siswa?

Cara terbaik untuk mengelola informasi kegiatan sekolah adalah dengan membuat jadwal kegiatan yang jelas dan teratur, serta mengkomunikasikan informasi tersebut melalui surat kabar sekolah, email, atau buletin mingguan yang dikirimkan kepada orang tua siswa. Selain itu, guru dapat memanfaatkan aplikasi pesan singkat atau media sosial untuk memberikan informasi singkat dan cepat kepada orang tua siswa.

2. Apa yang biasanya bapak lakukan jika ada keluhan atau masalah dari orang tua siswa terkait dengan kegiatan sekolah?

Jika ada keluhan atau masalah dari orang tua siswa terkait dengan kegiatan sekolah, guru harus memberikan tanggapan yang cepat dan bijaksana. Guru harus menangani masalah

- tersebut dengan cara yang adil dan transparan, serta memberikan solusi yang terbaik untuk semua pihak yang terlibat.
3. Bagaimana cara bapak membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar agar sekolah dapat mendapat dukungan dan dukungan dari mereka?
Untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar, guru harus menjalin komunikasi yang terbuka dan aktif dengan warga sekitar, seperti melakukan kunjungan ke rumah warga, mengundang mereka ke acara sekolah, atau mengadakan kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat sekitar. Selain itu, guru juga dapat memanfaatkan media sosial atau situs web sekolah untuk mempublikasikan kegiatan sekolah dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kegiatan positif yang dilakukan oleh sekolah.
 4. Bagaimana cara bapak dalam mengelola media sosial sekolah agar dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan positif bagi masyarakat?
Agar media sosial sekolah dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan positif bagi masyarakat, guru harus memastikan bahwa konten yang diposting selalu berkualitas dan menarik minat pembaca. Selain itu, guru juga harus memperhatikan waktu posting agar konten terlihat saat orang tua siswa dan masyarakat sedang aktif di media sosial.
 5. Apa yang harus dilakukan jika ada pemberitaan negatif terkait dengan sekolah?
Jika ada pemberitaan negatif terkait dengan sekolah, guru harus mengambil tindakan dengan cepat dan bijaksana. Guru harus berkomunikasi dengan pihak media dan memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang kejadian yang terjadi. Selain itu, guru juga harus memastikan bahwa sekolah memiliki prosedur dan kebijakan yang jelas dan dapat diandalkan untuk menangani masalah tersebut.

KESIMPULAN

Humas dan perkembangannya Humas atau *public relations* (PR) adalah sebuah disiplin ilmu yang berkaitan dengan manajemen komunikasi antara sebuah organisasi dengan publiknya, baik itu publik internal maupun eksternal. Kemudian pada tahun 1950-an, Alvin Toffler dan Daniel Bell memperkenalkan konsep "masyarakat informasi", yang memperkuat peran humas dalam mengelola informasi yang dikomunikasikan oleh organisasi (Bahri, 2020).

Pada tahun 1980-an, muncul tren baru dalam humas yaitu "komunikasi pemasaran" atau marketing communications, yang menekankan pada penggunaan komunikasi untuk mempromosikan produk dan layanan organisasi (Fikri, Dkk 2021). Dan pada tahun 1990-an, perkembangan teknologi informasi dan internet memperluas peran humas dalam mengelola media sosial dan internet sebagai platform komunikasi dengan public.

Secara konseptual, perkembangan humas di Indonesia terjadi pada tahun 1950-an, ditandai dengan berdirinya Perusahaan Perminyakan Negara (Pertamina) yang di dalamnya terbentuk divisi hubungan pemerintah dan masyarakat atau humas (Juhji, Dkk 2020). Perkembangan humas lembaga pendidikan ternyata tidak dapat dilepaskan dari peran kolonial belanda di era 1930-an dalam memperkenalkan pendidikan formal di hampir semua provinsi di Hindia Belanda (Indonesia).

Belanda memperkenalkan sistem pendidikan yang hampir sama dengan sistem pendidikan yang ada sekarang dengan tingkatan sebagai berikut :1) sekolah dasar bagi orang Eropa, 2) sekolah dasar bagi pribumi, 3) sekolah menengah pertama), dan 4) sekolah menengah atas.

Perencanaan diartikan sebagai proses menyeleksi dan menghubungkan pengetahuan, fakta, imajinasi dan asumsi untuk masa yang akan datang dengan tujuan memvisualisasikan dan memformulasikan hasil yang diinginkan, urutan kegiatan yang diperlukan dan perilaku dalam batas-batas yang dapat diterima yang akan digunakan dalam penyelesaian (Mulyadi, 2018). Perencanaan

humas idealnya dilakukan secara sistematis melalui rapat internal oleh pihak terkait seperti Waka Humas, Kepala Sekolah, Panitia kegiatan, dan Komite Sekolah.

Evaluasi humas dapat meningkatkan komunikasi yang produktif dengan stakeholders, mendapatkan umpan balik dari mitra untuk perbaikan program sekolah serta mengakomodir kendala yang muncul dalam pelaksanaan kegiatan sekolah (Wiyono,dkk, 2019).

Hubungan Yang dimaksud disini adalah hubungan insani, hubungan manusiawi Yang terdapat kegiatan komunikatif-persuasif-sugestif dan kedua pihak merasa hatinya puas, yang merupakan aspek-aspek manusiawi dalam human relations.

Uchjana dalam Arnus (2013: 115) *human relations* dalam arti luas dilakukan dimana saja, di rumah, di jalan, di pasar, di toko, di kampus, dalam bis, dalam angkutan umum, dan sebagainya. Arnus (2013: 115) sedangkan *human relations* dalam arti sempit adalah komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Seseorang kepada orang lain, secara tatap muka dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekaryaan dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan puas hati.

Common Interest(kepentingan bersama) Pemimpin, yang dipimpin, dan organisasi buruh, satu sama lainnya terikat oleh kepentingan bersama.Karena mereka bersatu mereka mampu untuk Mencapai sukses dalam pekerjaannya, dan terjaminnya kebutuhan tiap individu tergantung pada sukses itu. Komunikasi yang sifatnya terbuka akan menimbulkan pengertian yang lebih baik dan menghasilkan keputusan-keputusan yang lebih tepat.

Partisipasi pegawai Perolehan hasil yang memuaskan, produktivitas yang tinggi, karena adanya keseimbangan dalam pandangan-pandangan dan karena segala problema dihadapi dan dipecahkan bersama-sama. Prinsip ini menjelaskan bahwa pegawai, serikat pekerja dan manajemen tentang atasan berlarian sikap saling menerima sebagai individu dan kelompok serta kebutuhan untuk saling menghormati fungsi dan tanggung jawab masing-masing.

Prinsip ini menyatakan bahwa berbagai gagasan, informasi dan perasaan karena dengan seluruh komponen organisasi sangat penting sebagai jalan menuju pemahaman dan keputusan yang lebih baik. Prinsip ekonomi atas nama hasil yang lebih baik dapat terjadi melalui adanya keseimbangan dalam membuat sudut pandang orang-orang di semua tingkatan organisasi, adanya sikap saling berbagi dan pemecahan masalah dari orang-orang yang terpengaruh.

Siagian dalam Mariane (2019: 16-20) mengemukakan sepuluh prinsip pokok human Relations yang sering disebut sebagai ‘the ten commandment of human relations’ yaitu: 1)

Harus ada sinkronisasi antara tujuan organisasi Dengan tujuan-tujuan individu dalam organisasi Tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Adawiyah, S. D. E. (2019). Buku Ajar Human Relations. Yogyakarta: Deepublish.

Akbar, M. Fikri. (2021). Public Relations. Yogyakarta: Penerbit Ikatan Guru Indonesia (IGI).

Ariyanti, N., & Prasetyo, M. A. M. (2021). Evaluasi manajemen hubungan masyarakat dan sekolah (studi kasus di Madrasah Ibtidaiyah Miftahul Falah Purwodadi Pasuruan). *Idarah (Jurnal Pendidikan Dan Kependidikan)*, 5(2), 103-126.

Arnus, S. H. (2013). Public Relations dan Human Relations dalam Perspektif Ilmu Komunikasi. *AI-MUNZIR*, 6(1), 110-119.

Bhari, Saeful. (2020). Manajemen Humas Sekolah. Bandung: Widhina Bhakti Persada Bandung.

- Dakir. (2018). Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global. Yogyakarta: K-Media.
- Febrianty,F. (2020). Kepemimpinan & Prilaku Organisasi Konsep Dan Perkembangan. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Ferdiansyah, D. S., & Sos, M. (2021). PENGANTAR HUMAN RELATIONS. Human Relations, 1.
- Juhji, dkk. (2020). Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan. Bandung: Widhina Bhakti Persada Bandung.
- Kolwalski. (2004). Public Relation In School.New Jersey: Pearson Merill Pretineet Hall.
- Mariane, I., & Mariane, I. (2019). Human Relations.
- Nasution. (2010). Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan.Malang: UMM
- J.Moleong, Lexy.2014. Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Prabandari, D. A., Supriyanto, A., Sobri, A. Y., & Fadhli, R. (2021). Strategi Humas Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Sekolah. Jurnal Manajemen Pendidikan: Jurnal Ilmiah Administrasi, Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan, 3(2), 179-191.
- Rosyidi, I. (2009). Pentingnya Human Relations dalam Kegiatan Kehumasan. Ilmu Dakwah: Jurnal Akademik untuk Studi Homiletik , 4 (13), 571-594.
- Sahertian. (1985). Dimensi Administrasi Pendidikan.Surabaya: Usaha Nasional.
- Silaen, N. R. (2021). Kinerja Karyawan. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Siregar, R. T. (2021). Komunikasi Organisasi. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Wijaya, Suzatmiko, dkk. (2021). *Administrasi Pendidikan (Tonggak Tata Kelola Sekolah)*. Medan: CV. Puskra Mitra Jaya