



MANAJEMEN HUBUNGAN SEKOLAH MASYARAKAT DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH DI MASA PANDEMI COVID-19

Masduki Ahmad¹
masduki@unj.ac.id
¹Universitas Negeri Jakarta

Abstrak: Reputasi sekolah pada masa Pembelajaran Jarak Jauh sangat dipertaruhkan. Sekolah akan dinilai berdasarkan kecepatan mereka dalam beradaptasi dalam waktu yang singkat dan kemampuan mereka menjaga kualitas pendidikan. Berbagai upaya dilakukan oleh sekolah untuk menjaga reputasi selama masa COVID-19, cara yang bisa dilakukan adalah melalui hubungan sekolah masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perencanaan, implementasi, evaluasi, serta hambatan dalam manajemen hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra sekolah di tengah pandemi COVID-19 di SMAS Islam Assyafi'iyah 02, Kota Bekasi. Desain penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analisis digunakan untuk memperoleh hasil dalam penelitian ini. Adapun hasil penelitian ini yaitu: 1) perencanaan diawali dengan adanya analisis kebutuhan yang selaras dengan visi dan misi sekolah, 2) tahap pelaksanaan kegiatan berpedoman pada kerangka perencanaan yang telah disusun sebelumnya adapun kegiatan yang dilakukan yakni dengan adanya publikasi dan kegiatan sosial, 3) evaluasi kehumasan dilakukan dengan memperhatikan beberapa unsur yang bertujuan untuk mengetahui efektifitas kegiatan dan bermanfaat dalam pengambilan keputusan dalam kegiatan selanjutnya, dan 4) hambatan yang dihadapi sekolah dalam kegiatan hubungan masyarakat bersumber dari dalam dan luar lingkungan sekolah.

Kata kunci: Manajemen Pendidikan, Hubungan Sekolah Masyarakat, Citra Sekolah.

SCHOOL COMMUNITY RELATIONSHIP MANAGEMENT IN IMPROVING SCHOOL IMAGE IN THE COVID-19 PANDEMIC

Abstract: *The reputation of the school during the Distance Learning era is at stake. Schools will be judged on their speed in adapting in a short time and their ability to maintain the quality of education. Various efforts have been made by schools to maintain their reputation during the COVID-19 pandemic, one of which is through public-school relations. This study aims to determine the planning, implementation, evaluation, and obstacles in public relations management to improve the image of schools during the COVID-19 pandemic at SMAS Islam Assyafi'iyah 02, Bekasi City. This study uses a qualitative research design with a descriptive analysis method. The results of this study are 1) planning begins with a needs analysis that is in line with the school's vision, mission, and goals, 2) implementation of activities based on the planning framework that has been prepared previously, as for the activities carried out, namely through publication and social activities, 3) public relations evaluation is carried out by taking into account several elements that aim to determine the effectiveness of activities and be useful in making decisions in subsequent activities, and 4) obstacles faced by schools in public relations activities originating from within and outside the school environment.*

Keywords: *Educational Management, School Public Relation, School Image.*

PENDAHULUAN

COVID-19 (*Coronavirus Disease 2019*) adalah virus yang tengah merebak saat ini dan telah mempengaruhi kehidupan global. Secara

spesifik, COVID-19 telah memberikan dampak signifikan pada dunia pendidikan (Chang, 2021). Untuk mengatasinya, World Health Organization (WHO) telah menyarankan untuk melakukan

social distancing. Pemberlakuan *social distancing* ini merubah hampir seluruh pelaksanaan kegiatan pendidikan. Kebutuhan manusia untuk tetap mendapatkan pendidikan yang sama pentingnya dengan penerapan *social distancing* tersebut mendorong pengambil kebijakan menerapkan Pembelajaran Jarak Jauh (Uysal, 2021).

Reputasi sekolah pada masa Pembelajaran Jarak Jauh sangat dipertaruhkan. Sekolah akan dinilai berdasarkan kecepatan mereka dalam beradaptasi dalam waktu yang singkat dan kemampuan mereka menjaga kualitas pendidikan. Seberapa baik sekolah dalam menjaga reputasi dan kualitas di tengah krisis seperti ini menunjukkan keunggulan sekolah (Dhawan, 2020).

Menurut (Tikerperi, 2018), sekolah sebagai lembaga pendidikan yang membawa kepentingan publik perlu terlihat keberadaanya di depan masyarakat sehingga harus menciptakan hubungan serta komunikasi yang harmonis dengan masyarakat. Temuan tersebut konsisten dengan penelitian (Eger et al., 2018) bahwa pengalaman dan informasi yang mereka peroleh mengenai sekolah sangat penting bagi masyarakat untuk memberikan suatu persepsi atau citra yang baik.

Masyarakat pada era globalisasi ini sudah mampu bersikap kritis dan selektif dalam memilih sekolah untuk pendidikan anak, hal itu dapat menjadi penyebab timbulnya persaingan antar lembaga pendidikan (Mukmin, 2020). Oleh karena itu, hubungan sekolah masyarakat penting untuk menjaga dan meningkatkan citra sekolah yang dapat membentuk reputasi yang baik (Juhji et al., 2020). Semakin kritis dan selektifnya orang tua dalam memilih pendidikan bagi anak terutama pada masa pandemi perlu menjadi perhatian bagi sekolah, terutama ketika

sekolah dihadapkan dengan tantangan untuk tetap menjaga reputasinya.

Dari hal di atas menjelaskan bahwa informasi yang diperoleh oleh masyarakat dari proses komunikasi dari kegiatan hubungan dengan sekolah merupakan sesuatu yang penting karena bisa memperkenalkan dan mempromosikan sekolah kepada masyarakat. Untuk itulah hubungan sekolah masyarakat tersebut harus dikelola melalui adanya proses manajemen yang baik.

Inti utama dari kegiatan hubungan sekolah masyarakat adalah untuk menjelaskan dan meyakinkan kepada masyarakat mengenai kualitas sekolah tersebut (Çoruk, 2018). Adapun agenda penting dari hubungan sekolah masyarakat adalah menyebarkan informasi mengenai pemahaman yang tepat tentang sekolah kepada masyarakat (Hidayat, 2021).

Keberadaan hubungan sekolah masyarakat di dalam sebuah lembaga pendidikan berperan sebagai jembatan penghubung antara sekolah dengan masyarakat. Hubungan sekolah masyarakat sudah tidak asing dalam dunia pendidikan, hal ini dianggap memiliki posisi yang penting karena menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra oleh sekolah (Afkarina, 2018).

Sayangnya, masih banyak sekolah yang tidak menyadari manfaat dari membangun citra yang baik di masyarakat. Meskipun sekolah merasa sudah memberikan informasi yang cukup kepada masyarakat, namun dengan adanya manajemen hubungan sekolah masyarakat sebagai bagian dari manajemen sekolah akan membuat penyerapan informasi secara cepat dan tepat kepada masyarakat. Oleh karena itu (Palvia et al., 2018), dalam penelitiannya menyatakan bahwa sekolah membutuhkan perencanaan, pelaksanaan,

serta strategi yang tepat untuk memperkenalkan dan memperluas pasar mereka kepada masyarakat.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Uremadu, 2017), bahwa hubungan sekolah masyarakat yang baik akan membantu sekolah meningkatkan kualitasnya. Oleh karena itu, administrator sekolah perlu menciptakan hubungan sekolah masyarakat yang optimal sehingga dapat berjalan efektif dan efisien untuk meningkatkan standar kualitas sekolah yang baik. Selanjutnya penelitian yang dilaksanakan oleh (Hidayat, 2021), bahwa manajemen hubungan sekolah masyarakat merupakan hal penting yang harus dilakukan karena dapat meningkatkan citra positif masyarakat terhadap sekolah. Pada pelaksanaannya, manajemen hubungan sekolah masyarakat yang berbasis pelanggan dan pengembangan visi kehumasan dapat dijadikan pilihan untuk pencapaian peningkatan citra tersebut. Sejalan dengan penelitian tersebut, (Farizal et al., 2021) menemukan bahwa manajemen hubungan sekolah masyarakat yang efektif dapat meningkatkan citra sekolah yang berimplikasi pada peningkatan jumlah siswa, peningkatan kualitas, peningkatan kinerja, dan meningkatnya daya saing sekolah. Adapun dalam kajian ini memberikan solusi untuk meningkatkan hubungan sekolah masyarakat dengan mengoptimalkan platform digital.

SMAS Islam Assyafi'iyah 02 merupakan salah satu sekolah swasta berbasis agama yang berdiri di Jatiwaringin, Kota Bekasi. Sebagai sekolah swasta manajemen hubungan masyarakat merupakan salah satu strategi yang digunakan agar dapat bersaing dengan sekolah-sekolah lain terutama di masa pandemi dimana pendidikan dilaksanakan secara jarak jauh.

Adapun dalam praktiknya, selama masa pandemi kegiatan hubungan sekolah masyarakat dilaksanakan dengan memanfaatkan platform digital. Berdasarkan uraian tersebut, masalah penelitian yang dapat dirumuskan yaitu bagaimana perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, serta hambatan dalam manajemen hubungan sekolah masyarakat dalam meningkatkan citra sekolah di SMAS Islam Assyafi'iyah 02.

KAJIAN TEORITIK

Hubungan sekolah masyarakat didefinisikan sebagai hubungan yang mencakup komunikasi internal dan eksternal yang bertujuan untuk menghasilkan dan memelihara hubungan, citra, kolaborasi, dan efektivitas organisasi (Kowalski, 2011). Selanjutnya, hubungan sekolah masyarakat juga dianggap sebagai kegiatan yang terencana yang dirancang untuk membantu sekolah dalam meningkatkan program dan layanannya. Hubungan sekolah masyarakat telah menjadi trend untuk memperkuat hubungan dan komunikasi antara sekolah dengan organisasi lainnya (Çoruk, 2018). Sedangkan menurut (Auta & Noleen, 2018), hubungan sekolah masyarakat merupakan sebuah konsep yang bertujuan untuk menyampaikan informasi dengan cara menampilkan yang terbaik dari sekolah untuk mendapatkan simpati yang baik dari masyarakat.

Dari penjabaran di atas, disintesisakan yang dimaksud dengan hubungan sekolah masyarakat merupakan kegiatan yang dilakukan sekolah sebagai upaya untuk menjalin hubungan dan komunikasi dengan masyarakat yang dapat menciptakan opini yang baik, memperoleh kepercayaan sehingga

keberadaannya dapat diterima di tengah masyarakat.

Inti utama dari kegiatan hubungan sekolah masyarakat adalah untuk menjelaskan dan meyakinkan kepada masyarakat mengenai kualitas sekolah tersebut (Çoruk, 2018). Adapun agenda penting dari hubungan sekolah masyarakat adalah menyebarkan informasi mengenai pemahaman yang tepat tentang sekolah kepada masyarakat (Hidayat, 2021).

Fungsi utama dari adanya hubungan masyarakat di lembaga pendidikan dibagi menjadi tiga yaitu: untuk meningkatkan kualitas pendidikan, untuk memperbaiki citra lembaga pendidikan, dan sebagai strategi untuk tetap dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lain (Hasan, 2017).

Seperti yang sudah disebutkan bahwa salah satu tujuan inti dari kegiatan hubungan sekolah masyarakat adalah untuk menciptakan opini publik berupa gambaran atau citra sekolah. Citra adalah keseluruhan kesan yang didapat dari berbagai pandangan publik atau masyarakat. Selain untuk meningkatkan pemasaran, sekolah citra juga penting karena pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi akan mempertimbangkan kualitas output dari sekolah asalnya. (Eger et al., 2018). Citra terbentuk karena adanya proses penyebaran informasi. Artinya, terbentuknya citra akan dipengaruhi oleh kredibilitas dari penyebar informasi (Dardiri, 2015).

Dari pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa cara penyebaran informasi yang dilakukan oleh sekolah akan mempengaruhi penerimaan masyarakat yang selanjutnya akan berdampak pada citra sekolah.

Adapun citra dapat dibagi menjadi lima jenis menurut Frank Jefkins, yaitu (Raturoma & Wijaya, 2019):

- a. *The mirror image* (citra bayangan): yakni bagaimana dugaan citra yang diyakini oleh internal organisasi itu sendiri.
- b. *The current image* (citra terkini): yakni pandangan dari pihak eksternal terhadap organisasi, citra ini berasal dari dari pengalaman maupun informasi yang didapat oleh pihak tersebut mengenai organisasi.
- c. *The wish image* (citra harapan): merupakan citra yang diharapkan oleh manajemen/internal untuk dimiliki organisasi. Citra ini digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan baru.
- d. *The multiple image* (citra majemuk): yakni citra lain yang dimiliki oleh individu atau pihak dari organisasi yang berbeda dengan citra organisasi itu sendiri.
- e. *Corporate image* (citra organisasi): yakni pandangan masyarakat terhadap identitas yang ditawarkan oleh organisasi tersebut.

Kinerja dari hubungan sekolah masyarakat sangat penting dalam menciptakan citra dari lembaga pendidikan. Hubungan sekolah masyarakat juga menentukan maju mundurnya lembaga tersebut, pengelolaan hubungan sekolah masyarakat dalam menciptakan interaksi yang baik dengan masyarakat dapat membangun citra yang diberikan oleh masyarakat (Afkarina, 2018). Di masa pandemi, pengelolaan hubungan sekolah masyarakat menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan citra sekolah (Elyus & Soleh, 2021).

Selain dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, hal lain yang penting untuk dilakukan sekolah untuk meningkatkan citra di masyarakat adalah dengan meningkatkan manajemen hubungan sekolah masyarakat. Salah satu keuntungan dari hal

tersebut menurut (Farizal et al., 2021), karena semakin baik persepsi masyarakat terhadap suatu sekolah maka semakin tinggi minat masyarakat terhadap sekolah tersebut.

Setiap kegiatan membutuhkan manajemen, termasuk kegiatan hubungan sekolah masyarakat. Secara umum manajemen merupakan kegiatan dalam upaya mencapai sasaran yang ingin dituju dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki (Husaini & Fitria, 2019). Meskipun disebutkan bahwa manajemen merupakan suatu konsep yang sangat luas (Valero, 2021). Dapat dianggap bahwa manajemen adalah suatu ilmu dalam mengatur dan memanfaatkan segala sumber daya yang dimiliki dengan tujuan mencapai suatu sasaran yang telah ditetapkan sebagai tujuan.

Apabila dikaitkan dengan program atau kegiatan hubungan sekolah masyarakat, maka bisa disimpulkan bahwa manajemen hubungan sekolah masyarakat merupakan pengelolaan terhadap kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat dengan suatu tujuan, adapun tujuan yang dimaksud dalam penelitian ini yakni untuk meningkatkan citra sekolah.

Adapun fungsi dalam tahap manajemen hubungan sekolah masyarakat yakni perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring serta evaluasi yang dijabarkan sebagai berikut:

a. Perencanaan dalam hubungan sekolah dan masyarakat.

Kegiatan perencanaan sebagai bagian dari manajemen merupakan tahap awal sebelum kegiatan dilaksanakan. Perencanaan dilaksanakan dengan mempertimbangkan segala sarana dan sumber daya yang dimiliki yang akan digunakan untuk menunjang kegiatan dan memprediksi hambatan yang akan ditemui

serta cara mengatasinya (Irawanda & Bachtiar, 2020).

Adapun dalam proses perencanaan manajemen pendidikan terdapat beberapa kegiatan yang harus dilakukan sehingga menghasilkan kerangka kegiatan yang baik, yaitu 1) menetapkan tujuan dan menjelaskannya kepada anggota lembaga, 2) memberi penjelasan mengapa unit lembaga dibentuk, 3) mengelompokan anggota lembaga beserta tugas, fungsinya, 4) menetapkan kebijakan, metode, tahapan, maupun petunjuk dalam pelaksanaan kegiatan lain, 5) menetapkan uraian jabatan, 6) memilih penanggung jawab dan melakukan pengawasan, 7) merumuskan jadwal, indikator keberhasilan, *staffing*, dan format laporan, 8) mempersiapkan kebutuhan tenaga, biaya, material, dan tempat, 9) menyiapkan anggaran dan pendanaan, 10) melakukan penghematan ruangan sumber daya (Rahmad, 2016).

b. Pelaksanaan hubungan sekolah dan masyarakat.

Setelah semua kegiatan sudah terencana dengan matang dan anggota sudah memahami tugas dan perannya masing-masing langkah selanjutnya adalah pelaksanaan dari rencana tersebut. Pelaksanaan atau yang biasa disebut dengan *actuating* didefinisikan sebagai tindakan untuk memulai dan mengarahkan para pekerja untuk mengerjakan tugasnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Irawanda & Bachtiar, 2020).

Selanjutnya, dalam pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan oleh sekolah terdiri dari dua kegiatan yakni kegiatan hubungan

masyarakat ke dalam (internal) dan hubungan masyarakat ke luar (eksternal) (Suryosubroto, 2012; Irawanda & Bachtiar, 2020).

- c. Monitoring dan evaluasi hubungan sekolah dan masyarakat.

Tahap ini merupakan bagian dari fungsi *controlling* atau pengendalian dalam manajemen. Menurut (Wirawan, 2021) informasi kondisi kinerja organisasi dapat diketahui dengan melaksanakan fungsi *controlling* yang memuat aaktivitas monitoring dan evaluasi pada program kerja.

Evaluasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan mendapatkan informasi yang tepat terhadap program yang dilakukan. Informasi yang berusaha didapatkan tersebut berupa proses pelaksanaan, hasil yang dicapai, efisiensi dan kebermanfaatan hasil evaluasi untuk program mendatang, serta penyusunan program berikutnya (Rahmad, 2016)

Evaluasi adalah tahap yang dilakukan dengan tujuan untuk menentukan seberapa jauh tujuan dari kegiatan sudah tercapai. Dalam tahap ini, ada tujuh elemen yang harus dipenuhi sehingga bisa dikatakan efektif yaitu: 1) penentuan fokus evaluasi, 2) penyusunan desain evaluasi, 3) pengumpulan informasi, 4) menganalisa dan menginterpretasi informasi, 5) pelaporan hasil analisa informasi, 6) pengelolaan evaluasi, dan 7) mengevaluasi pelaksanaan evaluasi (Brikerhoff, 1986; Munthe, 2015).

Dari pendapat di atas dapat diperjelas kembali dalam kegiatan evaluasi, evaluator terlebih dahulu menentukan fokus yang akan dievaluasi serta desain yang

digunakan. Hal tersebut menunjukkan bahwa evaluator harus mengetahui secara jelas apa yang akan di evaluasi, tujuan evaluasi, serta bagaimana evaluasi akan dilaksanakan. Untuk melaksanakannya, evaluator harus mengumpulkan informasi, menganalisis dan menginterpretasikannya untuk dijadikan sebuah pelaporan, evaluator juga harusnya melakukan pengaturan pada evaluasi dan meninjau kembali proses evaluasi yang telah dilakukan untuk bahan perbaikan selanjutnya.

Sedangkan dalam (Rahmad, 2016) terdapat empat hal yang perlu ditekankan dalam kegiatan evaluasi kegiatan pendidikan yaitu: 1) menggunakan metode, 2) penekanan pada hasil program kegiatan dan dampaknya, 3) penggunaan kriteria penilaian, dan 4) memiliki kontribusi pada perbaikan program dan pengambilan program kegiatan yang akan datang.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif analisis digunakan dalam penelitian ini sehingga mampu mendapatkan makna dan gambaran faktual mengenai upaya manajemen hubungan sekolah masyarakat dalam meningkatkan citra sekolah di masa pandemi COVID-19 yang dilaksanakan di SMAS Islam Assyafi'iyah 02, Kota Bekasi, Jawa Barat.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari kegiatan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Adapun kegiatan wawancara dilaksanakan terhadap 8 (delapan) orang di SMAS Islam Assyafi'iyah 02 yang terdiri dari: Kepala sekolah, Divisi Bidang Husemas, Guru, Komite sekolah, Yayasan dan Masyarakat setempat. Teknik *purposive sampling* digunakan

untuk memilih narasumber wawancara tersebut. Teknik *purposive sampling* yakni teknik penentuan sampel data dengan beberapa pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Adapun pertimbangan pemilihan narasumber dalam penelitian ini karena narasumber tersebut dianggap mengetahui dan mampu memberikan informasi mengenai rumusan masalah dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan untuk membantu menghimpun data adalah adanya pedoman wawancara, pedoman observasi, serta pedoman studi dokumentasi. Setelah semua data terhimpun, selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan teknik Miles & Huberman dimana kegiatan terdiri dari tiga aktivitas utama yaitu: 1) reduksi data; yakni merangkum dan memilah data untuk mencari pada hal pokok yang penting, 2) penyajian data; yakni penyajian data yang dituangkan dalam uraian singkat, tabel, dan gambar, serta 3) aktivitas penarikan kesimpulan atau verifikasi. Dalam rangka menjaga kredibilitas data yang diperoleh maka dilakukan teknik triangulasi, meningkatkan ketekunan, serta kecukupan telaah pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini berusaha untuk menjawab pertanyaan mengenai manajemen hubungan sekolah masyarakat dalam meningkatkan citra sekolah di tengah pandemi COVID-19. Meningkatkan citra sekolah merupakan suatu hal penting yang menjadi salah satu tujuan utama dalam manajemen sekolah (Eger et al., 2018). Kegiatan analisis data hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi menghasilkan informasi mengenai manajemen hubungan sekolah masyarakat dalam upaya meningkatkan

citra sekolah di tengah pandemi COVID-19 sebagai berikut.

a. Perencanaan Hubungan Sekolah Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Masa Pandemi COVID-19.

Tahap pertama dalam kegiatan manajemen adalah dengan adanya perencanaan. Perencanaan merupakan sebuah kerangka yang berisi rincian hal yang akan dilakukan di masa yang akan datang. Secara lengkap, perencanaan adalah aktivitas yang dilakukan oleh organisasi untuk mengidentifikasi, memilih tujuan, dan tindakan yang tepat yang akan dilakukan (Kareska, 2018).

Proses perencanaan hubungan sekolah masyarakat yang dilakukan oleh SMAS Islam Asyafi'iyah 02 dilakukan melalui rapat yang melibatkan pihak sekolah, manajemen, guru, yayasan, komite sekolah, hingga tokoh masyarakat. Dalam kegiatan rapat, hal yang direncanakan adalah mengenai sasaran kegiatan yang akan dilakukan untuk meningkatkan citra sekolah.

Secara umum, kegiatan hubungan masyarakat yang dilakukan oleh sekolah berada di bawah Divisi Hubungan Sekolah Masyarakat yang terpisah sendiri dari divisi bidang lain. Adanya bidang khusus hubungan sekolah masyarakat tersebut sejalan dengan hasil penelitian (Hidayat, 2021), bahwa untuk menjaga citra sekolah selain dengan meningkatkan kualitas, adanya tenaga profesional yang memahami bidang hubungan masyarakat di sekolah sangat penting karena individu tersebut lebih memahami cara untuk membangun opini publik yang baik atas sekolah.

Strategi yang dilakukan oleh SMAS Isalm Assyafi'iyah 02 agar perencanaan sesuai dengan tujuan dan sasaran kegiatan diawali dengan melakukan analisis kebutuhan. Melakukan analisis kebutuhan sebelum perencanaan kegiatan adalah sesuatu yang penting karena dapat mengidentifikasi hal-hal yang diperlukan. Seperti menurut (Thiruvengadam, 2013) bahwa analisis kebutuhan dapat membantu untuk menentukan apakah kegiatan perlu dilakukan dan kebutuhan apa yang diperlukan untuk mencapai hal tersebut.

Selain itu, sekolah juga memperhatikan dan mempertimbangkan berbagai hal mulai dari sumber daya yang dimiliki, detail kegiatan hingga faktor-faktor pendukung maupun penghambat yang dapat mempengaruhi pelaksanaan kegiatan sekolah tersebut, dengan mengetahui dengan secara detail kegiatan akan mempermudah pelaksanaan dari kegiatan yang direncanakan.

Dalam kegiatan perencanaan seluruh stakeholder dalam pengembangan sekolah juga telah dilibatkan dalam perencanaan hubungan sekolah masyarakat. Semakin kompleks pihak yang terlibat dalam perencanaan maka semakin banyak ide atau inovasi yang dapat disaring oleh sekolah untuk meningkatkan citra sekolah, tidak terkecuali tokoh masyarakat setempat. Keterlibatan tokoh masyarakat dalam kegiatan hubungan sekolah masyarakat sangatlah penting, sejalan dengan penelitian (Hidayat, 2021), bahwa pada prinsipnya tokoh masyarakat berperan besar dalam menciptakan hubungan sekolah dengan masyarakat.

Proses perencanaan dilakukan dengan adanya rapat yang diikuti oleh pihak internal dan eksternal sekolah. Kegiatan rapat dilakukan bertujuan untuk menyatukan tujuan. Diadakan beberapa kali rapat sehingga tercipta satu pemahaman mengenai kegiatan. Setelah semua pihak memahami, maka selanjutnya sekolah menetapkan sasaran-sasaran dan program atau kegiatan apa saja yang hendak dilaksanakan untuk meningkatkan citra sekolah berkaitan dengan hubungan sekolah masyarakat. Adapun beberapa detail kegiatan yang dibahas dalam rapat yang dipimpin oleh kepala sekolah dalam proses perencanaan yaitu: a) uraian kegiatan, b) indikator keberhasilan, c) sasaran kegiatan, d) pelaksanaan, e) sumber-sumber pendanaan, dan f) jadwal kegiatan.

Selain itu, pimpinan sekolah juga membagi tugas dan uraian jabatan kepada setiap bagian untuk saling berkoordinasi dalam mensukseskan kegiatan hubungan masyarakat. Tidak hanya divisi humas yang melaksanakan kegiatan ini, dukungan juga berasal dari bagian-bagian lain yang menunjang kegiatan seperti divisi sarana dan prasarana, divisi keuangan, dan lain-lain.

Dalam perencanaan ada dua hal utama yang menjadi perhatian yakni penetapan tujuan hubungan sekolah masyarakat dan penetapan sasaran program atau kegiatan yang akan dilaksanakan oleh sekolah. Secara umum, tujuan dari hubungan sekolah masyarakat yang ditetapkan yakni untuk menjaga eksistensi dan citra sekolah agar tetap dikenal di masyarakat terutama di masa

pandemi dimana pembelajaran dilaksanakan tanpa murid datang ke sekolah.

Dari penjabaran langkah di atas, hal-hal yang dilakukan dalam perencanaan tidak sepenuhnya sesuai dengan proses perencanaan yang dikemukakan oleh (Rahmad, 2016) bahwa terdapat sepuluh langkah yang harus diperhatikan dalam proses perencanaan kegiatan manajemen pendidikan yaitu yaitu 1) perincian tujuan dan menjelaskan menerangkannya kepada setiap anggota, 2) menjelaskan tujuan pembentukan setiap unit, 3) penentuan tugas, fungsi, dan pengelompokan anggota, 4) penetapan peraturan, prosedur, metode, dan petunjuk kegiatan lain, 5) membuat uraian jabatan, 6) pemilihan administrator dan pelaksana kegiatan, 7) penentuan waktu pelaksanaan, indikator keberhasilan, pola *staffing*, serta format pelaporan, 8) mempersiapkan kebutuhan tenaga, biaya, material, dan tempat, 9) menyiapkan anggaran dan pendanaan, 10) melakukan penghematan ruangan sumber daya.

Mempertimbangkan keadaan terkini dimana seluruh kegiatan harus menerapkan *social distancing*, maka sasaran kegiatan hubungan sekolah masyarakat difokuskan dengan melakukan publikasi yang mengoptimalkan penggunaan platform digital dalam hal ini adalah sosial media yang dimiliki oleh sekolah.

Selain itu, dalam proses perencanaan hubungan sekolah masyarakat dalam meningkatkan citra sekolah adalah adanya monitoring terhadap perencanaan kegiatan yang akan dilaksanakan. Adapun tugas sebagai pemantau dalam kegiatan perencanaan ini

dilakukan oleh komite sekolah. Seperti yang diketahui bahwa salah satu peran komite sekolah adalah sebagai lembaga pengontrol dalam upaya penyelenggaraan pendidikan di satuan pendidikan. Seperti yang diketahui bahwa salah satu fungsi adanya komite sekolah yakni sebagai pengontrol lembaga pendidikan dalam mengevaluasi dan supervisi program sekolah (Nuraya et al., 2021).

Pemantauan kegiatan perencanaan bertujuan agar pembuatan kerangka kegiatan dapat berjalan sesuai dengan ketentuan yang ada mengenai kegiatan sekolah, terutama peraturan yang berkaitan dengan kebijakan pendidikan selama masa pandemi COVID-19.

b. Pelaksanaan Hubungan Sekolah Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Masa Pandemi COVID-19.

Setelah melakukan perencanaan, hal yang selanjutnya dilakukan oleh sekolah sebagai upaya meningkatkan citra sekolah melalui adanya hubungan sekolah masyarakat selama masa pandemi adalah dengan melaksanakan sasaran kegiatan yang telah dibuat dalam proses perencanaan sebelumnya yakni dengan melaksanakan kegiatan publikasi dan kegiatan sosial di masyarakat.

Sasaran pertama kegiatan hubungan sekolah masyarakat adalah kegiatan publikasi sekolah yang dilakukan baik secara langsung dan melalui sosial media. Pada masa pandemi COVID-19, penggunaan teknologi digital semakin melonjak. Semua orang baik secara individu maupun organisasi dituntut untuk mampu beradaptasi dengan hal tersebut (De' et al., 2020).

Hal tersebut juga dirasakan oleh para pendidik dan tenaga kependidikan dimana mereka dituntut untuk semakin menguasai teknologi, bukan hanya sebagai penunjang dalam kegiatan pembelajaran jarak jauh bersama siswa, penguasaan teknologi ini juga dimanfaatkan sekolah sebagai upaya untuk meningkatkan publikasi sekolah yang bertujuan agar sekolah semakin dikenal baik di masyarakat.

Salah satu hal yang bisa diupayakan oleh sekolah dalam masa pandemi bagi peningkatkan citra sekolah adalah memanfaatkan semakin meningkatnya masyarakat dalam ber-sosial media. Menurut (Faizi et al., 2013), sosial media merupakan perpaduan antara kemajuan teknologi, interaksi sosial, yang di dalamnya memuat kreativitas manusia. Selanjutnya, menurut (Greenhow et al., 2019), keuntungan dari sosial media apabila dimasukkan ke dalam proses pendidikan salah satunya adalah sebagai community building baik bagi guru maupun bagi sekolah itu sendiri.

Kegiatan publikasi merupakan kegiatan yang semakin penting untuk diupayakan oleh sekolah di masa pandemi COVID-19 dengan adanya social distancing. Seperti menurut hasil penelitian (Hidayat, 2021), bahwa kegiatan publikasi penting dilakukan dengan tujuan agar kegiatan sekolah harus diketahui secara luas oleh pihak eksternal. Kegiatan dilakukan dengan menyebarkan informasi yang dapat memberikan pemahaman tentang sekolah sebaik-baiknya kepada masyarakat luas terutama

mengenai kegiatan yang sudah, tengah, dan akan dilakukan oleh sekolah.

Publikasi dilakukan dengan dua cara pertama, melalui sosial media, sekolah membuat gambar dan video yang berisi keunggulan dan identitas sekolah seperti profil, fasilitas, dan prestasi yang dimiliki. Adapun nantinya hal tersebut akan disebarakan pada laman resmi sosial media yang dimiliki seperti facebook, instagram, dan website sekolah. Kegiatan publikasi ini sejalan dengan penelitian (Farizal et al., 2021), bahwa dalam menyebarkan informasi maupun program yang dilakukan, sekolah harus memanfaatkan berbagai media yang tersedia.

Selain melalui sosial media, publikasi juga dilakukan secara langsung dengan membuat spanduk dan banner yang diletakkan di tempat strategis. Selain di halaman sekolah, spanduk dan banner tersebut juga diletakkan di beberapa tempat lain yang mudah dilihat oleh orang lain.

Selanjutnya, sasaran kegiatan kedua untuk meningkatkan citra sekolah di masa pandemi sekolah adalah dengan mengadakan kegiatan sosial. Kegiatan sosial dilakukan dengan harapan dapat mendekatkan hubungan baik antara sekolah dengan masyarakat. Dengan adanya kegiatan sosial ini, terciptalah suatu interaksi langsung antara sekolah dengan masyarakat sehingga citra dari sekolah juga akan semakin meningkat. Kegiatan tersebut konsisten dengan hasil penelitian (Ningsih & Pramusinto, 2017), yang menunjukkan bahwa kegiatan sosial merupakan salah satu jalan untuk meningkatkan citra sekolah.

Terbatasnya pergerakan ketika masa pandemi tidak membuat sekolah

menghentikan kegiatan bakti sosial yang memang sudah diadakan dari lama. Keadaan ini justru dimanfaatkan oleh sekolah untuk meningkatkan citra sekolah, bahwa meskipun kegiatan pendidikan tidak diadakan secara normal namun sekolah masih bisa memperhatikan masyarakat. Kegiatan yang dilakukan tentu memperhatikan protokol kesehatan dan peraturan pemerintah mengenai pembatasan kegiatan sosial warga.

Adapun bentuk kegiatan sosial yang dilakukan oleh sekolah adalah mengadakan sosialisasi mengenai COVID-19, membagikan masker serta handsanitizer, memberikan bantuan kuota internet kepada siswa yang kurang mampu, dan memberikan paket sembako kepada masyarakat. Menurut sekolah, citra yang berusaha ditingkatkan atau yang menurut Frank Jefkins di sebut dengan *the wish image* dalam kegiatan ini adalah sikap tanggap dan peduli yang dimiliki oleh sekolah terhadap masyarakat.

Dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh sekolah tersebut mampu meningkatkan citra masyarakat terhadap sekolah. Hal tersebut ditunjukkan dengan bertambahnya minat masyarakat untuk mendaftarkan anak bersekolah pada pelaksanaan penerimaan peserta didik baru. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sari et al., 2015), yang menunjukkan bahwa citra yang dimiliki oleh sekolah memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam pemilihan sekolah.

Selanjutnya, peningkatan citra sekolah juga ditunjukkan dengan adanya pendapat masyarakat mengenai sekolah

dalam wawancara yang dilakukan selama penelitian. Masyarakat menyatakan bahwa SMAS Islam Assyafi'iyah 02 merupakan sekolah yang aktif di masyarakat. Tidak hanya menjalankan aktivitasnya dalam hal pendidikan dan pembelajaran, sekolah ini juga sering mengadakan kegiatan yang melibatkan warga setempat. Pandangan masyarakat mengenai sekolah ini menjadi salah satu hasil dari adanya interaksi yang baik antara masyarakat dengan sekolah. Hal tersebut sesuai dengan penelitian (Auta & Noleen, 2018), bahwa program-program dalam hubungan sekolah masyarakat yang baik dapat menghasilkan dukungan dari masyarakat. Selanjutnya, (Afkarina, 2018) dalam penelitian juga menyatakan bahwa pandangan masyarakat mengenai sekolah yang baik menjadi suatu hasil dari adanya interaksi yang baik antara masyarakat dengan sekolah.

c. **Evaluasi Hubungan Sekolah Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Masa Pandemi COVID-19.**

Evaluasi hubungan sekolah masyarakat di SMAS Islam Assyafi'iyah 02 merujuk pada sasaran kegiatan yang telah dirancang dan dilaksanakan sebelumnya. Adapun yang berwenang sebagai evaluator ialah kepala sekolah, komite, serta pihak yayasan.

Pelaksanaan evaluasi menurut (Brikerhoff, 1986; Munthe, 2015) terdapat tujuh elemen yang harus dilakukan dalam evaluasi yaitu: a) penentuan fokus evaluasi, b) penyusunan desain evaluasi, c) pengumpulan informasi, d) analisis informasi, e) pembuatan laporan, f) pengelolaan evaluasi, dan g) mengevaluasi evaluasi. Berdasarkan teori tersebut,

kegiatan evaluasi hubungan sekolah masyarakat di SMAS Assyafi'iyah 02 belum dilakukan dengan maksimal karena belum melaksanakan semua elemen sesuai hal tersebut.

Dari ketujuh elemen evaluasi di atas, hanya beberapa yang dilakukan oleh sekolah yaitu: a) penentuan fokus evaluasi; pelaksanaan evaluasi berhubungan erat dengan kerangka dalam perencanaan. Dalam merencanakan kegiatan, sekolah sudah menentukan sasaran dan indikator keberhasilan kegiatan. Hal tersebutlah yang menjadi fokus evaluasi. b) pengumpulan informasi; 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 di SMA Assyafi'iyah. Laporan hasil evaluasi ini menjadi penting karena dapat dijadikan bahan acuan untuk kegiatan serupa kedepannya oleh sekolah.

d. Hambatan Hubungan Sekolah Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Masa Pandemi COVID-19.

Dalam semua kegiatan yang dilakukan pasti memiliki hambatan yang membuat kegiatan tersebut tidak berjalan sempurna. Begitu pula dalam hubungan sekolah masyarakat dalam meningkatkan citra sekolah di tengah pandemi COVID-19, adapun hambatan yang dihadapi oleh sekolah dalam kegiatan ini berasal dari dalam dan luar lingkungan sekolah adalah sebagai berikut

Tabel 1. Hambatan dalam perencanaan

	Hambatan dari dalam	Hambatan dari luar
Hambatan dalam perencanaan	<ul style="list-style-type: none"> Proses rapat yang diadakan secara online sehingga penyerapan informasi tidak maksimal. 	<ul style="list-style-type: none"> Sulit menjangkau ide yang sesuai dengan situasi terkini. Masih ada beberapa dari pihak baik internal maupun eksternal yang menganggap kegiatan husemas ketika pandemi tidak penting untuk dilaksanakan.

Dari tabel 1, diketahui sekolah menemui beberapa hambatan dalam manajemen hubungan sekolah masyarakat berasal dari dalam dan luar lingkungan sekolah. Sejalan dengan hal tersebut, (Ningsih & Pramusinto,

2017) menyatakan bahwa dalam kegiatan hubungan sekolah masyarakat terdapat dua kendala yaitu kendala yang berasal dari dalam dan luar lingkungan sekolah.

Hambatan internal dalam proses perencanaan yaitu sulitnya penyampaian informasi karena rapat diadakan secara online. Kendala komunikasi di tengah pandemi menjadi sesuatu yang wajar, sejalan dengan hasil penelitian (Zuofa & Ochieng, 2021) bahwa komunikasi virtual dapat menyebabkan komunikasi yang tidak efektif kurangnya kepercayaan yang dibangun antar anggota dan kesulitan dalam adaptasi teknologi menjadi alasan utamanya.

Adapun hambatan eksternal pada perencanaan yaitu sulitnya pihak sekolah

menjaring ide mengenai program husemas yang tepat dan ada beberapa pihak yang masih beranggapan bahwa hubungan sekolah masyarakat ketika pembelajaran jarak jauh merupakan hal yang tidak perlu. Dua hambatan tersebut sama-sama berakar dari sulitnya berkomunikasi ketika pandemi COVID-19.

Selanjutnya, penemuan penelitian berkaitan dengan hambatan dalam pelaksanaan hubungan sekolah masyarakat dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Hambatan dalam pelaksanaan

	Hambatan dari dalam	Hambatan dari luar
Hambatan dalam pelaksanaan	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak adanya tenaga profesional untuk mengelola sosial media sekolah terutama website. • Keterbatasan dana untuk membuat kegiatan sosial yang lebih luas jangkauannya. • Sulit mengatur jadwal antara kegiatan husemas dengan kegiatan pembelajaran. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sulit menarik perhatian masyarakat terutama ketika masa pandemi. • Penerapan <i>social distancing</i> yang membatasi pergerakan sehingga sekolah tidak leluasa dalam melaksanakan kegiatan, terutama kegiatan sekolah.

Dari tabel 2, dapat dilihat bahwa hambatan yang berasal dari dalam sekolah yaitu: Pertama, tidak ada tenaga profesional untuk mengelola sosial media. Dengan keterbatasan tersebut, sosial media sekolah terutama website sekolah tidak bisa dirawat dengan baik sehingga menjadi salah satu hambatan. Padahal website atau situs sekolah merupakan saluran komunikasi penting bagi sekolah. Seperti menurut (Tikerperi, 2018), bahwa sebagai salah satu sarana komunikasi dengan publik maka situs web sekolah harus dikelola dengan baik sehingga dapat menjangkau sasaran mereka. Selain

keberadaanya, kualitas desain dan informasi bagi penggunanya yang ada juga harus diperhatikan.

Kedua, dalam kegiatan sosial yang langsung berinteraksi dengan masyarakat keterbatasan dana juga menjadi hambatan karena untuk mengadakan kegiatan sosial membutuhkan dana yang cukup besar seperti dalam kegiatan pemberian bantuan kepada masyarakat dan memberikan alat tulis kepada siswa. Maka dari itu, kemampuan kepala sekolah dalam memerankan perannya sebagai manajer menjadi penting. Hal tersebut sesuai dengan penelitian (Simatupang et al., 2019),

bahwa pengelolaan dana sebagai salah satu sumber daya sekolah penting dilakukan oleh kepala sekolah dalam menjalankan perannya sebagai manajer sekolah.

Ketiga, dalam pembelajaran jarak jauh, jadwal tugas mengajar guru menjadi tidak teratur. Apabila biasanya pembelajaran tatap muka berakhir pukul 12.00 WIB, maka dalam pembelajaran jarak jauh guru diharapkan mampu menyesuaikan dengan keadaan siswa sehingga jam kerja guru menjadi sangat fleksibel. Hal tersebut senada dengan hasil penelitian (Hutami, 2021), jam kerja menjadi salah satu tantangan pembelajaran jarak jauh bagi guru. Perubahan jam kerja tersebut juga diakibatkan oleh tugas tambahan guru selama pembelajaran jarak jauh. Selain mendapat tugas tambahan untuk berinovasi mengubah strategi pembelajaran, guru juga dibebankan oleh sekolah untuk ikut berpartisipasi dalam meningkatkan citra sekolah selama masa pandemi.

Sasaran kegiatan lain yang dilakukan oleh sekolah yaitu kegiatan sosial, dalam pelaksanaannya kegiatan ini juga menemui berbagai hambatan yang berasal dari luar lingkungan sekolah. Peraturan mengenai pembatasan kegiatan menjadi salah satunya, kegiatan sosial yang dilakukan oleh sekolah merupakan salah satu yang berpotensi untuk menimbulkan kerumunan yang mana menjadi hal yang dilarang oleh pemerintah. Sehingga kegiatan sosial ini tidak bisa dilaksanakan dengan kegiatan seperti biasa. Untuk mengatasinya, sekolah melakukan kegiatan sosial secara bertahap dan *door-to-door*, selain itu sekolah juga melibatkan siswa melalui OSIS untuk meminimalisis kerumunan masa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian dalam hasil serta pembahasan penelitian di atas, bisa ditarik kesimpulan yakni hubungan sekolah masyarakat merupakan sesuatu yang penting, salah satunya sebagai alat untuk membangun citra sekolah. Manajemen hubungan sekolah masyarakat yang dilakukan oleh SMAS Islam Assyafi'iyah 02 sudah dilakukan dengan baik melalui kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan diakhiri dengan adanya evaluasi kegiatan. Citra sekolah merupakan pandangan masyarakat terhadap sekolah sebagai salah satu hasil dari interaksi atau hubungan yang dilakukan oleh sekolah terhadap masyarakat. Dapat dikatakan bahwa citra sekolah merupakan aset non-fisik yang harus tetap dibangun dan dijaga oleh sekolah.

Karena pentingnya hubungan sekolah masyarakat dalam membangun citra sekolah, maka diperlukan adanya manajemen kegiatan dan strategi yang baik. Dalam penerapannya, proses perencanaan dan pelaksanaan menemui hambatan, baik hambatan yang berasal dari dalam maupun dari luar lingkungan sekolah.

Dalam masa pandemi COVID-19, kegiatan hubungan sekolah masyarakat untuk meningkatkan citra menjadi sesuatu yang penting. Majunya teknologi dan melonjaknya kemampuan masyarakat dalam menggunakan sosial media menjadi celah bagi sekolah untuk menggunakannya sebagai strategi dalam meningkatkan citra sekolah. Dari kegiatan yang dilakukan oleh sekolah terbukti mampu meningkatkan citra sekolah yang ditunjukkan dengan meningkatnya minat masyarakat untuk memilih sekolah dan pandangan masyarakat terhadap sekolah menjadi semakin baik walaupun dalam masa pandemi.

Kajian ini membahas isu mengenai manajemen hubungan sekolah masyarakat

dalam meningkatkan citra sekolah yang diharapkan dapat memberikan kontribusi pada penelitian lanjutan maupun menjadi bahan rujukan pembuatan kebijakan untuk meningkatkan citra sekolah.

Saran

Dalam tahap perencanaan, sekolah hendaknya menerangkan dengan jelas kepada setiap anggota atau unit organisasi mengenai fungsi dan uraian tugas mereka dalam hubungan sekolah masyarakat. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir kesalahan. Selain itu, dalam perencanaan juga harus berfokus pada target yang jelas sehingga dapat menyusun indikator dan strategi yang lebih baik dan adanya konsistensi tujuan oleh seluruh warga sekolah.

Dalam tahap pelaksanaan, hendaknya dilakukan dengan penuh disiplin dan tanggung jawab oleh semua pihak agar sesuai dengan target yang hendak dicapai.

Evaluasi kegiatan juga harus dibarengi dengan adanya monitoring secara berkala tidak hanya pada hasil akhirnya saja. Kegiatan monitoring secara berkala bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hambatan dalam pelaksanaan kegiatan, sehingga dapat segera diatasi.

Selain itu, berkaitan dengan kegiatan penelitian, dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian lanjutan dengan jangkauan yang lebih luas serta agar penelitian selanjutnya dapat memberikan data faktual yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Afkarina, N. I. (2018). Strategi Komunikasi Humas dalam Membentuk Public Opinion

Lembaga Pendidikan. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 50–63. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5124>

Auta, M. A., & Noleen, O. B. I. M. (2018). Validation of Strategies for Effective Vocational School Public Relations. *Bulgarian Journal of Science and Education Policy (BJSEP)*, 12(2), 303–314.

Chang, H. (2021). What the COVID-19 Pandemic has Taught Me about Teaching Literature in Hong Kong. *Changing English: Studies in Culture and Education*, 28(3), 262–270. <https://doi.org/10.1080/1358684X.2021.1923396>

Çoruk, A. (2018). School Principals' Opinions about Public Relations Practices on Schools. *International Journal of Progressive Education*, 14(2), 136–147. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2018.139.10>

Dardiri, A. (2015). Optimalisasi Kerjasama Praktik Kerja Industri Untuk Meningkatkan Citra Sekolah Dan Daya Saing Lulusan SMK. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran (JPP)*, 22(2), 162–168.

De', R., Pandey, N., & Pal, A. (2020). Impact of digital surge during COVID-19 pandemic: A viewpoint on research and practice. *International Journal of Information Management*, 55(June), 102171. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102171>

Dhawan, S. (2020). Online Learning: A Panacea in the Time of COVID-19 Crisis. *Journal of Educational Technology Systems*, 49(1), 5–22. <https://doi.org/10.1177/0047239520934018>

Eger, L., Egerová, D., & PISOŇOVÁ, M. (2018). Assessment of school image. *Center for Educational Policy Studies Journal*, 8(2), 97–122. <https://doi.org/10.26529/cepsj.546>

Elyus, D. S., & Soleh, M. (2021). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 09, 281–289.

Faizi, R., El Afia, A., & Chiheb, R. (2013). Exploring the Potential Benefits of Using Social Media in Education. *International Journal of Engineering Pedagogy (IJEP)*, 3(4), 50–53. <https://doi.org/10.3991/ijep.v3i4.2836>

Farizal, A., Sulisworo, D., & Santosa, A. B. (2021). Image Building Through Public Relation Management: A Case Study on Private Primary School in Bantul. *International Journal of Educational*

- Management and Innovation*, 2(1), 29–43.
<https://doi.org/10.12928/ijemi.v2i1.2248>
- Greenhow, C., Galvin, S. M., & Willet, S. B. K. (2019). What Should Be the Role of Social Media in Education? *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*, 6(2), 178–185.
<https://doi.org/10.1177/2372732219865290>
- 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), 27–62.
<https://doi.org/10.19105/nuansa.v14i1.1312>
- Hidayat, D. R. S. (2021). Public Relations Management in Efforts to Improve School Image and Community Participation. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 3204–3212.
<https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.2053>
- Husaini, H., & Fitria, H. (2019). Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 4(1), 43–54.
<https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2474>
- Hutami, E. R. (2021). Kendala Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Bagi Siswa Sd, Guru, Dan Orangtua. *Jurnal Ilmiah WUNY*, 3(1), 51–61.
<https://doi.org/10.21831/jwuny.v3i1.40706>
- Irawanda, G., & Bachtari, M. (2020). Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat di SMK Negeri Makassar. *Administrasi, Kebijakan, Dan Kepemimpinan Pendidikan*, 1(1), 25–36.
- Juhji, Febrianty, Marantika, N., Rendra, G., Palindih, L. I., Marlina, H., Kholik, A., & Arifudin, O. (2020). *Manajemen Humas Sekolah* (A. S. Bahri (ed.)). Widina Bhakti Persada.
- Kareska, K. (2018). The Role of Planning as a Fundamental Management Function for Achieving Effectiveness in Business Organizations. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3022761>
- Kowalski, T. J. (2011). *Public relations in schools* (5th ed.). Pearson Higher Education.
- Mukmin, B. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 5(1), 97–112.
<https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.6076>
- Munthe, A. P. (2015). Pentingnya Evaluasi Program di Institusi Pendidikan: Sebuah Pengantar, Pengertian, Tujuan dan Manfaat. *Scholaria : Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 5(2), 1–14.
<https://doi.org/10.24246/j.scholaria.2015.v5.i2.p1-14>
- Ningsih, I. T., & Pramusinto, H. (2017). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Smk Ype Sumpiuh Kab. Banyumas. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 408–420.
- Nuraya, N., Adiman, Herawati, E. S. B., Warlizasusi, J., & Aliyyah, R. R. (2021). Implementation of the Roles and Functions of the School Committee in Improving the Quality of Education Services in the City of Cirebon. *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 5(1), 81–100.
- Palvia, S., Aeron, P., Gupta, P., Mahapatra, D., Parida, R., Rosner, R., & Sindhi, S. (2018). Online Education: Worldwide Status, Challenges, Trends, and Implications. *Journal of Global Information Technology Management*, 21(4), 233–241.
<https://doi.org/10.1080/1097198X.2018.1542262>
- Rahmad, A. (2016). Manajemen Humas. In *Manajemen Humas Sekolah*. Media Akademi.
- Raturoma, J. M. A., & Wijaya, L. S. (2019). Aktivitas Public Relations Dalam Upaya Meningkatkan Citra Taman Wisata Candi Borobudur. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 114–125.
<https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v10i2.916>
- Sari, W. M., Totalia, S. A., & Sudarno. (2015). Pengaruh Citra Sekolah Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada Siswa SMK Kristen 1 Surakarta. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 1(2), 1–20.
- Simatupang, S. L. T., Nababan, R., & Ginting, S. (2019). The Role of Principal's Managerial Leadership through Management based on School in Improving Quality of Students at Dwi Warna Senior High School Medan. *Budapest International Research and Critics in Linguistics and Education (BirLE) Journal*, 2(4), 575–585.
<https://doi.org/10.33258/birle.v2i4.648>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thiruvengadam, P. (2013). A Need For Needs Analysis. *International Journal of Applied Research International Journal of Applied Research & Studies*, 1(1), 2278–9480.
- Tikerperi, M. L. (2018). Public Schools' websites

- in Estonia: Required communication channel but no shared knowledge. *Studies of Transition States and Societies*, 10(2), 66–81.
- Uremadu, C. . D. (2017). *International Journal of Economics, Business and Management Research*. 1(04), 34–52.
- Uysal, D. (2021). Emergency Distance Education Experience Of Primary School Teachers Teaching First- Grade Students. *International Journal of Progressive Education*, 17(3), 229–249. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2021.346.15>
- Valero, A. (2021). Education and management practices. *Oxford Review of Economic Policy*, 37(2), 302–322. <https://doi.org/10.1093/oxrep/grab006>
- Wirawan, I. F. (2021). Implementasi Manajemen Pendidikan Karakter Mewujudkan Indikator Kinerja Utama SD Islam Al Ikhlas. *Jurnal Improvement*, 8(1), 40–53.
- Zuofa, T., & Ochieng, E. G. (2021). Investigating barriers to project delivery using virtual teams. *Procedia Computer Science*, 181(2021), 1083–1088. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.01.304>