



Strategi Public Relation Sekolah dalam Membangun Citra Positif Lembaga Pendidikan di Media Sosial di SD Plus Muhammadiyah Pancor

M. Rudi Gunawan Parozak^{1*}, Fadma Rosita¹

^{1*}Institut Pendidikan Nusantara Global

Email: ojackbull@gmail.com

Article Info

Article history:

Received : June 19, 2026

Approved : June 26, 2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara lembaga pendidikan berinteraksi dengan masyarakat. Media sosial menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan informasi, membangun komunikasi, serta membentuk citra positif sekolah. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji strategi public relation (PR) sekolah dalam membangun citra positif lembaga pendidikan melalui media sosial di SD Plus Muhammadiyah Pancor. Strategi yang diterapkan meliputi pengelolaan konten yang informatif dan edukatif, publikasi kegiatan sekolah, interaksi aktif dengan masyarakat, serta pemanfaatan berbagai platform media sosial. Beberapa media yang digunakan antara lain Face Book, Instagram, dan Whats App. Hasil kajian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang dikelola secara profesional mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperluas jangkauan informasi, dan memperkuat citra positif sekolah di lingkungan masyarakat. Secara tidak langsung dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Sehingga tidak ada kendala pada proses pemerolehan siswa baru.

Kata kunci: Public Relation, Citra Positif, Media Sosial

ABSTRACT

The development of information and communication technology has transformed the way educational institutions interact with the community. Social media has become an effective medium for disseminating information, building communication, and creating a positive image of schools. This study aims to examine the public relations (PR) strategies employed by SD Plus Muhammadiyah Pancor in building a positive institutional image through social media. The study used a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and were analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing techniques. The findings reveal that the school's PR strategies include managing informative and educational content, publishing school activities, maintaining active engagement with the community, and utilizing various social media platforms. The social media platforms used include Facebook, Instagram, and WhatsApp. The results indicate that professionally managed social media can enhance public trust, expand the reach of information dissemination, and strengthen the school's positive image within the community. Furthermore, this positive image contributes to increased public confidence in the school, which in turn supports student enrollment and helps ensure a smooth admission process without significant challenges in attracting new students.

Keywords: Public Relations, Positive Image, Social Media, Educational Institution, SD Plus Muhammadiyah Pancor.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Berbagai informasi dapat diakses dengan cepat melalui platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan WhatsApp. Kondisi ini menuntut lembaga pendidikan untuk mampu memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif dengan berbagai pihak, termasuk siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat umum.

Sebagai lembaga pendidikan yang berorientasi pada kualitas dan pelayanan, SD Plus Muhammadiyah Pancor perlu membangun citra positif agar memperoleh kepercayaan masyarakat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui kegiatan public relation (hubungan masyarakat) yang terintegrasi dengan media sosial. Melalui strategi PR yang tepat, sekolah dapat menyampaikan berbagai prestasi, program unggulan, serta nilai-nilai pendidikan yang menjadi ciri khas sekolah.

Pergeseran paradigma dalam pemilihan lembaga pendidikan oleh masyarakat menuntut sekolah untuk tidak hanya mengandalkan kualitas akademik di dalam kelas, tetapi juga kemampuan mengkomunikasikan kualitas tersebut ke ruang publik. Fenomena ini diperparah dengan masifnya penggunaan media sosial. Menurut Kotler dan Fox (1995), pemasaran pendidikan modern memerlukan strategi komunikasi yang terintegrasi untuk membangun *brand equity*. Di era digital, *Public Relations* (PR) sekolah tidak lagi sekadar mengurus surat-menyurat dan acara seremonial, melainkan bertindak sebagai manajer reputasi di ruang digital.

SD Plus Muhammadiyah Pancor merupakan salah satu lembaga pendidikan dasar yang memiliki karakteristik unik. Sekolah ini mengawinkan nilai-nilai dasar keislaman dan kemuhammadiyah dengan program-program unggulan ("Plus") seperti tahfidz, bahasa asing, dan teknologi. Tantangan utama bagi humas sekolah adalah bagaimana mengkomunikasikan dualitas nilai ini (religius dan modern) agar tidak terjadi miskonsepsi di tengah masyarakat, serta bagaimana bersaing dengan sekolah swasta lainnya yang juga gencar berpromosi di media sosial.

Banyak lembaga pendidikan yang memiliki akun media sosial, namun hanya menjadikannya sebagai "papan mading digital" yang hanya memposting brosur PPDB atau pengumuman libur. Kondisi ini menunjukkan lemahnya strategi PR. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: Bagaimana strategi Public Relations SD Plus Muhammadiyah Pancor dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun citra positif lembaga pendidikan?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi public relation yang diterapkan oleh SD Plus Muhammadiyah Pancor dalam membangun citra positif lembaga pendidikan melalui media sosial. Penelitian dilaksanakan di SD Plus Muhammadiyah Pancor yang menjadi objek penelitian terkait pengelolaan media sosial dan kegiatan hubungan masyarakat (public relation). Subjek penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mengetahui dan terlibat langsung dalam kegiatan public relation sekolah. Informan penelitian meliputi: Kepala sekolah, Wakil kepala sekolah

bidang humas, Admin media sosial sekolah, Guru yang terlibat dalam publikasi kegiatan sekolah, Orang tua siswa sebagai pengguna informasi media sosial sekolah.

Teknik Pengumpulan data penelitian diperoleh melalui beberapa teknik, yaitu: Observasi yang dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas pengelolaan media sosial sekolah, bentuk konten yang dipublikasikan, serta interaksi yang terjadi antara sekolah dan masyarakat melalui media sosial. Wawancara semi-terstruktur dilakukan kepada informan penelitian untuk memperoleh informasi mengenai strategi public relation, tujuan penggunaan media sosial, serta dampaknya terhadap citra sekolah. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa foto kegiatan, unggahan media sosial, arsip sekolah, laporan kegiatan, serta dokumen lain yang mendukung penelitian.

Teknik Analisis data menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman yang meliputi: Reduksi Data, yaitu memilih dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian Data, yaitu menyusun data dalam bentuk narasi, tabel, atau gambar agar mudah dipahami. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi, yaitu menemukan makna dari data yang telah dianalisis dan melakukan pengecekan kembali untuk memastikan keabsahan temuan.

Keabsahan Data dilakukan untuk menjamin keabsahan data, penelitian menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari kepala sekolah, guru, admin media sosial, dan orang tua siswa. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan menggunakan metode tersebut, diharapkan data yang diperoleh dapat menggambarkan secara akurat strategi public relation SD Plus Muhammadiyah Pancor dalam membangun citra positif lembaga pendidikan melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan di SD Plus Muhammadiyah Pancor, ditemukan bahwa media sosial menjadi salah satu sarana utama yang digunakan sekolah untuk membangun citra positif lembaga pendidikan. Platform yang digunakan antara lain Instagram, Facebook, WhatsApp, dan YouTube sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat.

1. Strategi Publikasi Kegiatan Sekolah Hasil penelitian menunjukkan bahwa SD Plus Muhammadiyah Pancor secara rutin mempublikasikan berbagai kegiatan sekolah melalui media sosial. Kegiatan yang dipublikasikan meliputi proses pembelajaran, kegiatan keagamaan, perlombaan, kegiatan ekstrakurikuler, serta kegiatan sosial kemasyarakatan. Publikasi dilakukan dengan memanfaatkan foto, video, dan desain grafis yang menarik sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah diterima oleh masyarakat. Konsistensi publikasi tersebut memberikan gambaran bahwa sekolah memiliki aktivitas yang aktif dan terprogram dengan baik. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggoro (2024) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, website sekolah, brosur, serta partisipasi dalam pameran pendidikan dan kegiatan komunitas lokal merupakan beberapa strategi publikasi yang efektif dalam menarik minat calon peserta didik. Namun, terdapat kebutuhan untuk

meningkatkan kualitas konten dan keterlibatan dalam media digital, serta memperkuat kolaborasi dengan alumni dan komunitas lokal sebagai bagian dari strategi publikasi.

2. Publikasi Prestasi Sekolah Sekolah juga memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan berbagai prestasi yang diraih siswa maupun guru. Informasi mengenai kejuaraan akademik, nonakademik, dan kegiatan pengembangan diri dipublikasikan sebagai bentuk apresiasi sekaligus promosi sekolah kepada masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara, publikasi prestasi dianggap mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan oleh sekolah.
3. Penyajian Konten Edukatif dan Religius. Sebagai sekolah berbasis Islam, SD Plus Muhammadiyah Pancor tidak hanya membagikan informasi kegiatan, tetapi juga menyajikan konten edukatif dan religius seperti motivasi belajar, kutipan islami, informasi hari besar Islam, dan kegiatan pembinaan karakter siswa. Konten tersebut mendapat respons positif dari masyarakat karena dinilai memberikan manfaat dan mencerminkan identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam.
4. Interaksi dengan Masyarakat. Media sosial dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dua arah antara sekolah dan masyarakat. Admin media sosial berupaya memberikan respons terhadap pertanyaan, komentar, maupun pesan yang disampaikan oleh orang tua dan masyarakat. Interaksi yang baik menciptakan hubungan yang lebih dekat antara sekolah dan masyarakat sehingga meningkatkan kepercayaan publik terhadap sekolah.
5. Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Citra Sekolah. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, penggunaan media sosial memberikan dampak positif terhadap citra sekolah. Masyarakat menjadi lebih mudah memperoleh informasi mengenai program dan kegiatan sekolah. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana promosi yang efektif dalam memperkenalkan keunggulan sekolah kepada calon peserta didik dan orang tua. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Akbar, dkk. (2024), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, terutama Instagram, dalam strategi branding di institusi pendidikan di Indonesia terbukti efektif dalam meningkatkan citra dan reputasi sekolah. Media sosial memungkinkan sekolah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya kalangan muda, dan memperkuat hubungan dengan masyarakat.

PEMBAHASAN

Berikut adalah berbagai strategi yang dilakukan oleh sekolah dalam menjaga citra positif sekolah:

1. Strategi Public Relation melalui Publikasi Kegiatan Sekolah Temuan penelitian menunjukkan bahwa publikasi kegiatan sekolah merupakan strategi public relation yang paling dominan digunakan oleh SD Plus Muhammadiyah Pancor. Kegiatan yang dipublikasikan secara rutin mampu meningkatkan visibilitas sekolah di tengah masyarakat. Dalam perspektif public relation, publikasi

kegiatan merupakan bentuk komunikasi organisasi kepada publik untuk membangun pemahaman dan menciptakan citra yang positif. Semakin sering masyarakat melihat aktivitas positif sekolah, semakin kuat pula persepsi positif yang terbentuk terhadap lembaga tersebut (Nurlaila, dkk. 2025).

2. Peran Media Sosial dalam Pembentukan Citra Positif Media sosial memberikan kemudahan bagi sekolah untuk menjangkau masyarakat secara luas tanpa memerlukan biaya promosi yang besar. Kecepatan penyebaran informasi memungkinkan masyarakat memperoleh informasi terkini mengenai berbagai program sekolah. Temuan ini sejalan dengan teori media sosial yang menyatakan bahwa media sosial dapat menjadi sarana branding lembaga melalui penyebaran informasi yang cepat, interaktif, dan mudah diakses oleh public (Kaplan, 2010), (Mangold, 2009).
3. Pentingnya Publikasi Prestasi dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Prestasi siswa dan guru merupakan salah satu indikator kualitas sekolah. Oleh karena itu, publikasi prestasi menjadi strategi yang efektif dalam membangun reputasi lembaga pendidikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat cenderung menilai kualitas sekolah berdasarkan capaian yang ditampilkan kepada publik. Dengan demikian, publikasi prestasi tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kepercayaan masyarakat.
4. Interaksi sebagai Bentuk Komunikasi Dua Arah Salah satu prinsip utama public relation adalah komunikasi dua arah antara organisasi dan publik. Melalui media sosial, SD Plus Muhammadiyah Pancor dapat menerima masukan, kritik, dan pertanyaan dari masyarakat secara langsung. Interaksi yang cepat dan responsif menunjukkan bahwa sekolah terbuka terhadap komunikasi dengan masyarakat. Hal ini berkontribusi pada terbentuknya hubungan yang harmonis dan meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap sekolah (Nevzat et al., 2016)

Selain itu, ditemukan hasil penelitian yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial dan juga konten yang akan diunggah seperti berikut:

1. Tantangan Pengelolaan Media Sosial Sekolah Meskipun media sosial memberikan banyak manfaat, penelitian ini menemukan beberapa kendala, antara lain keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan dalam pengelolaan konten digital, keterbatasan waktu untuk melakukan publikasi secara konsisten, serta kebutuhan akan perangkat pendukung yang memadai. Namun demikian, kendala tersebut dapat diatasi melalui pembentukan tim media sekolah, pelatihan pengelolaan media sosial, dan penyusunan jadwal publikasi yang terencana.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Public relation memiliki peran penting dalam membangun citra positif lembaga pendidikan. Media cetak seperti pamflet, poster, brosur dinilai kurang menarik dan lebih membentuk citra sekolah. Di SD Plus Muhammadiyah Pancor, strategi public relation melalui media sosial dapat dilakukan dengan mempublikasikan kegiatan sekolah secara

konsisten, menampilkan prestasi siswa dan guru, menyajikan konten edukatif, membangun interaksi dengan masyarakat, menjaga identitas sekolah, serta mendokumentasikan program unggulan. Strategi tersebut mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat citra positif sekolah di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, E. A. (2024). Manajemen Publikasi Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru Di Sd Muhammadiyah Condongcatur. *Seminar Nasional Manajemen Pendidikan*, 2(1). Diambil dari <https://seminar.ustjogja.ac.id/index.php/semnasmp/article/view/2516>
- Akbar, M. K. (2024). Manajemen Media Sosial sebagai Usaha Peningkatan Citra Sekolah. *Proceedings Series of Educational Studies*.
- Ardianto, E. (2019). Public Relations Praktis. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). *Social media: The new hybrid element of the promotion mix*. *Business Horizons*, 52(4), 357–365
- Nasrullah, R. (2020). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nevzat, R., Amca, Y., Tanova, C., & Amca, H. (2016). *Role of social media community in strengthening trust and loyalty for a university*. *Computers in Human Behavior*, 65, 550–559. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.018>
- Nurlaila, S., dkk. (2025). Public Relations Sebagai Pilar Reputasi dan Kepercayaan Publik. *Dialogika : Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosialisasi*.1(3) 167-177. E-ISSN :3088-9693;P-ISSN:3089-1795, DOI:<https://doi.org/10.62383/dialogika.v1i3.489>
- Ruslan, R. (2017). Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Wibowo, A. (2021). Manajemen Humas Pendidikan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.