

Analisis Transformasi Pendekatan Komunikasi Humas Sekolah pada Era Digitalisasi di SMA Swasta Deli Murni Bandar Baru

Analysis of the transformation of school public relations communication approach in the digitalization era at SMA Swasta Deli Murni Bandar Baru

Yohanes Kefi^{1*}, Sukarman Purba², & Eka Daryanto³

^{1,2,3}Universitas Negeri Medan, Indonesia

¹Email: yankefi741991@gmail.com, ²Email: arman_prb@yahoo.com, ³Email: ekadaryanto@unimed.ac.id

Abstract: This article describes how school public relations communication approaches in the digitalization era. We have entered the digital era, but school public relations have not digitized their means of communication, so they are not in demand. The research method in this article is descriptive qualitative, in which the author describes the transformation of school public relations in the digital era with references from books/articles/literature studies and compares it with public relations at Deli Murni Baru High School. The results of this article found that the public relations approach in the digital era is to utilize school communication facilities so that the information conveyed is quickly received by parents, students, and the community.

Keywords: public relations; communication; transformation; digitalization.

Abstrak: Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana pendekatan komunikasi humas sekolah di era digitalisasi. Saat ini kita sudah memasuki era digital, namun dalam kenyataannya humas sekolah belum mendigitalisasi sarana komunikasinya sehingga tidak diminati. Metode penelitian dalam artikel ini adalah deskriptif kualitatif, yakni penulis mendeskripsikan transformasi Humas Sekolah di era digital dengan referensi dari buku/artikel/studi kepustakaan dan membandingkan dengan humas di SMA Deli Murni Baru. Hasil dari artikel ini ditemukan bahwa pendekatan Humas di era digital adalah mendayagunakan sarana komunikasi sekolah sehingga informasi yang disampaikan cepat diterima oleh orang tua, peserta didik, dan masyarakat.

Kata kunci: humas; komunikasi; transformasi; digitalisasi.

Article history

Received:
23 May 2023

Accepted:
10 June 2023

Published:
11 June 2023

How to cite this article:

Kefi, Y., Purba, S., & Daryanto, E. (2023). Analisis Transformasi Pendekatan Komunikasi Humas Sekolah pada Era Digitalisasi di SMA Swasta Deli Murni Bandar Baru. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan (JIMPIAN)*, 3(1), 1—6. DOI: [10.30872/jimpian.v3i1.2142](https://doi.org/10.30872/jimpian.v3i1.2142)

* Corresponding author

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi saat ini, kebutuhan akan kecepatan informasi dan komunikasi sangat tinggi. Tingginya animo masyarakat untuk cepat mendapatkan informasi dan komunikasi mengharuskan media massa dan media pemberi informasi lainnya bergerak dari paradigma lama menuju paradigma baru. Konsekuensi dari lahirnya era digital dan era keterbukaan informasi ini mentransformasi gaya berkomunikasi ke arah lebih modern dan cepat. Oleh karena itu, komunikasi dan informasi segera berubah dari konvensional menuju digitalisasi atau era siber. Adanya perubahan ini, serentak menuntut pula suatu strategi baru bagi lembaga pendidikan untuk tetap mempertahankan eksistensinya atau mengalami disrupsi karena keterlambatan informasi.

Pengaruh perubahan komunikasi di era digital memersitkan suatu pertanyaan eksistensial: apakah masih perlu Humas sekolah di era digital? Pertanyaan yang menggugat eksistensi Humas ini tidak boleh langsung dijawab, jika Humas Sekolah belum berbenah dan bertransformasi menuju digitalisasi komunikasi. Mengapa demikian? Karena apabila Humas sekolah masih menggunakan gaya/sistem lama dalam menyampaikan informasi sekolah, dengan sendirinya ia mengalami impotensi dan lama-kelamaan tercerabut dari akarnya. Tidak heran, jika di banyak sekolah, Humas tidak memiliki peran istimewa tatkala sekolah ingin memberi informasi kepada khalayak; selain itu humas sekolah bukanlah suatu divisi tersendiri yang menjalankan tugas sesuai tupoksinya.

Perubahan pola komunikasi di era digital menggugah dan menggugat Humas sekolah untuk melihat perubahan itu sebagai peluang dan sekaligus tantangan. Menjadi tantangan karena perlu adanya transformasi dan pembenahan, menjadi peluang karena humas sekolah dapat memodernisasi dirinya menjawab perubahan zaman. Perlu diperhatikan pula bahwa, sisi buruk dari digitalisasi komunikasi adalah informasi cepat diakses namun kebenaran informasi sering dimanipulasi. Untuk menjaga kebenaran informasi dan komunikasi itu maka transformasi Humas sekolah yang dimaksud bukan melulu soal digitalisasi/modernisasi tetapi juga soal keautentikan informasi. Artinya Humas sekolah harus memiliki standar operasional Prosedur (SOP) yang mumpuni sehingga keautentikan informasi tetap berwibawa.

METODE

Metode penelitian dalam artikel ini adalah metode deskriptif kualitatif berjenis analisis kajian pustaka (*library research*), yakni mengumpulkan informasi atau karya tulis ilmiah yang memiliki hubungan dengan artikel yang dipilih. Sumber utama penelitian ini adalah karya tulis ilmiah sebelumnya yang terkait erat dengan *literature review* seperti buku, artikel jurnal, artikel internet, dan tulisan lainnya yang masih terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

a. Komunikasi di Era Digital

Komunikasi adalah hal yang penting bagi manusia. Manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat berinteraksi dengan orang lain tanpa menggunakan komunikasi sebagai sarannya. Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Inggris, yakni *communication*, yang merupakan turunan dari Bahasa Latin, *communicatio* yang diartikan sebagai sama. Dalam hal ini adalah sama makna. Pengertian ini memberi suatu arti bahwa komunikasi adalah usaha untuk membuat bersama, atau membuat kebersamaan antara dua orang atau lebih.

Secara terminologi, para ahli memberikan definisi komunikasi sebagai berikut.

- (1) Jenis dan Kelly mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana seorang komunikator menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain.
- (2) Berelson dan Stainner mengatakan bahwa Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain.
- (3) Gode mengatakan bahwa komunikasi adalah proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki seseorang menjadi dimiliki dua orang atau lebih.
- (4) Brandlun mendefinisikan komunikasi sebagai suatu usaha yang didorong oleh kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.

Berdasarkan pengertian para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses pada seseorang yang berusaha untuk memberikan pengertian dan informasi dengan cara menyampaikan pesan kepada orang lain atau suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain.

Dalam usaha untuk berkomunikasi terdapat beberapa gangguan yang dapat menggagalkan komunikasi, yakni: pertama, gangguan mekanik. Gangguan mekanik adalah hambatan yang disebabkan salah satu alat dalam saluran komunikasi mengalami gangguan sehingga informasi tidak tersampaikan dengan baik. Kedua, gangguan semantis. Gangguan semantis adalah hambatan karena Bahasa yang digunakan tidak dimengerti oleh si penerima informasi. Hambatan komunikasi karena faktor tersebut dapat diminimalisasi dengan media/sarana komunikasi yang dapat menghubungkan pihak-pihak terkait dalam membangun jaringan komunikasi.

Pada zaman ini, cara komunikasi sudah mulai bergeser ke komunikasi digital. Pergeseran ini dituntut atas dorongan kemajuan teknologi komunikasi dan digitalisasi. Kemajuan teknologi komunikasi mengubah pola komunikasi menggunakan media seperti gawai. Selain itu, dalam dua tahun terakhir, dunia terpapar Covid-19 yang mengharuskan manusia berkomunikasi secara virtual tanpa harus melalui pertemuan fisik. Komunikasi digital sering diartikan sebagai komunikasi daring. Polanya adalah komunikasi yang dibangun berbasis personel komputer sehingga pemberi dan penerima informasi terhubung melalui suatu platform media atau aplikasi. Konsep komunikasi digital terus mengalami perkembangan seturut inovasi atau penemuan terbaru. Satu dekade yang lalu, tren komunikasi menggunakan media SMS (*Short Message Service*) pada telepon genggam. Saat ini, tren komunikasi telah bergeser dari SMS menuju Whatsapp, Facebook, Instagram, Line yang menghadirkan aplikasi *video call* atau saling bertatap muka melalui media tersebut. Adanya media komunikasi ini serentak mengubah cara komunikasi manusia. Pelaku komunikasi digital di Indonesia pada tahun 2020 tercatat mencapai 175 Juta pengguna dengan berbagai media. Data ini membuktikan bahwa era digitalisasi komunikasi telah menjadi budaya baru dan telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia.

Perubahan digital ini juga mempengaruhi penyedia layanan informasi atau media massa yang dulunya menggunakan surat kabar atau media cetak sebagai sarana menyampaikan berita, kini menjadi platform *website* dan media internet lainnya. Diakui bahwa perubahan ini memberi kesempatan kepada manusia untuk lebih cepat menerima akses informasi. Informasi yang cepat diakses memberi keuntungan kepada manusia karena lebih *update*, lebih cepat tahu, lebih cepat menyiapkan diri. Dengan cara ini, manusia tidak ketinggalan dalam informasi.

Holmes (2012) dalam bukunya "Media Teknologi dan Masyarakat" menyatakan bahwa orang yang hidup dalam *information society* tidak hanya bertemu dan menggunakan teknologi-teknologi informasi dan komunikasi, melainkan cara tindakan mereka semakin dibingkai oleh teknologi tersebut. Hal ini menimbulkan pergeseran budaya komunikasi pada era konvensional menuju era media baru. Era media baru sering disebut Budaya Siber/*Cyber Culture* beranjak dari fenomena yang muncul di ruang siber serta media siber. Karakteristik budaya siber mengandalkan internet atau jaringan sebagai sarana penghubungnya. Bentuk komunikasi ini membangun suatu budaya baru bahwa komunikasi yang dibangun dapat terkoneksi secara global, cepat, *face to face* dan tanpa pengantara subjek lain.

b. Humas Sekolah di Era Digital

Untuk mengerti Humas Sekolah, perlu diperhatikan arti Humas itu sendiri. Humas (*public relations*) selalu berhubungan keluar untuk membangun jaringan demi suatu kerja sama yang baik. Menurut Frank Jefkins Humas merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang Encanaana, baik itu keluar maupun ke dalam, yakni antara suatu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian.

Berikut ini beberapa pengertian Humas menurut para ahli. Menurut W. Emerson Reck, *public relations* adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dari sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan *goodwill* dari mereka. Howard Honham memaparkan bahwa *public relations* merupakan suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan public terhadap seseorang atau organisasi. Sedangkan menurut J. C. Hooftman, humas adalah usaha untuk membangkitkan opini publik yang positif terhadap sesuatu badan publik sehingga timbul pengertian baik dari badan publik tersebut.

Merujuk pada pengertian humas secara umum di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Humas sekolah adalah kegiatan yang diatur sedemikian rupa, berlangsung secara terprogram, kontinu dan teratur dalam lembaga sekolah yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang yang ahli dalam mengatur tata kelola komunikasi yang baik sehingga terciptanya kepercayaan dan citra positif dari masyarakat, peserta didik, orang tua dan semua pihak terkait.

Humas sekolah tidak jauh berbeda dengan humas pada umumnya, di mana kegiatan sehari-harinya mengadopsi dan mengadaptasi dari kegiatan humas yang banyak diterapkan oleh dunia usaha dengan menyesuaikan nilai-nilai yang dianut dalam lembaga pendidikan seperti saling menghormati dan menjunjung tinggi kejujuran di antara lembaga pendidikan dengan masyarakat. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa humas lembaga pendidikan adalah kegiatan yang sengaja dilakukan oleh lembaga, direncanakan secara baik dan berlangsung secara kontinu dalam mengadakan dan membina hubungan yang harmonis dengan orang tua peserta didik sebagai pengguna (*user*), dengan memberi penjelasan yang secukupnya sesuai kebijakan lembaga pendidikan serta tindakan agar masyarakat (pengguna) dapat memahami, mempercayai dan memberi dukungan terhadap program-program yang diselenggarakan lembaga pendidikan.

Fungsi Humas sekolah antara lain, pertama, menjalin relasi yang baik antara orang tua peserta didik sebagai pengguna dengan lembaga pendidikan. Harapannya agar program-program yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan baik intrakurikuler maupun ekstrakurikuler dapat diterima dan didukung oleh orang tua peserta didik baik secara moral maupun finansialnya. Kedua, menciptakan komunikasi yang baik antara orang tua peserta didik dengan guru dalam mengatur informasi yang disampaikan lembaga pendidikan melalui publikasi atau pesan timbal-balik sehingga tercipta citra positif orang tua peserta didik terhadap lembaga pendidikan. Ketiga, mendukung kegiatan-kegiatan pengelolaan lembaga pendidikan dalam upaya mencapai tujuan bersama melalui mitra lembaga pendidikan tersebut. Keempat, mengidentifikasi opini, persepsi ataupun tanggapan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Kelima, memberikan layanan dan sumbangsih saran terbaik, serta pemikiran yang bermanfaat kepada ketua Yayasan sebagai manajer demi mewujudkan tujuan dan cita-cita bersama. Menyebarkan informasi keberhasilan program-program lembaga pendidikan baik intrakurikuler maupun ekstrakurikuler kepada orang tua peserta didik melalui sarana yang dimiliki sekolah.

2. Pembahasan

a. Transformasi Pendekatan Komunikasi pada Humas Sekolah di Era Digital

Era industri 4.0 menuju masyarakat *society* 5.0 membawa dampak penyebaran informasi yang serba cepat. Dalam kurun waktu 0—6 jam pasca kegiatan, informasi sudah beredar luas di media sosial. Oleh karena itu, di era digital seperti saat ini, Humas Sekolah harus bisa memanfaatkan media sosial tersebut sebagai

sarana menyampaikan informasi. Humas sekolah harus menyesuaikan diri dengan adanya teknologi komunikasi sehingga tetap bereksistensi.

Di era digital, Humas Sekolah harus menguasai tiga tugas penting, yakni: pertama, menguasai *public speaking*. Tugas ini penting sehingga sekolah bisa memberi informasi kepada masyarakat tentang misi sekolah yang dimaksud. Kedua, menguasai jurnalistik. Penguasaan akan ilmu jurnalistik membantu Humas untuk memberi keterangan/informasi dengan tepat. Ketiga, menguasai publikasi. Pada saat ini, publikasi konten sekolah sangat urgen. Untuk itu, sekolah harus memiliki media publikasi yang kekinian sehingga dapat diakses oleh pengguna. Transformasi pendekatan komunikasi yang dimaksud dalam era digitalisasi ini adalah komunikasi yang mampu menjangkau masyarakat dengan lebih cepat, seperti: pembuatan *website* sekolah, Facebook, Instagram, Tiktok, Grup Whatsapp, Google Maps. Adanya media atau platform yang disediakan sekolah, memberikan keluasaan kepada peserta didik, orang tua dan siapa pun bisa mengakses data dan informasi tanpa harus datang ke sekolah.

Sebenarnya, Tugas Pokok dan Fungsi Humas sekolah tidak berbeda dengan humas masa konvensional. Hal yang ditransformasi adalah media komunikasi Humas saat ini disampaikan melalui media internet. Oleh karena itu sekolah dapat membuat platform sendiri (*website*) untuk memberikan pesan-pesan *brand* atau program Sekolah kepada publik. Kelebihannya adalah humas sekolah dapat memodifikasi tampilan dan jenis informasi yang disampaikan sesuai keinginannya.

b. Strategi Humas Sekolah SMA Deli Murni Bandar Baru di Era Digital

Humas sekolah di era digital dituntut untuk menjadikan media internet sebagai sarana untuk publikasi. Maka, Humas sekolah memerlukan strategi-strategi agar informasi yang diberikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan baik, cepat dan benar.

Strategi-strategi humas sekolah di era digital sebagai berikut. Pertama, membuat *website* sekolah. Keberadaan *website* sekolah sangat penting untuk meningkatkan eksistensi sekolah. *Website* sekolah dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan kredibilitas sekolah dan menjadi media informasi serta media publikasi sekolah. Di SMA Deli Murni Bandar Baru, *website* sekolah telah dikerjakan dengan baik dan menjadi sarana dalam penyampaian informasi sekolah. Kedua, mengoptimalkan media-media sosial sekolah. Media-media sosial sekolah seperti *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* adalah sarana yang paling diminati saat ini. Media-media sekolah seperti ini dapat digunakan untuk memperkenalkan sekolah dan menjadi sarana publikasi siswa. Ketiga, mengoptimalkan publikasi. Setelah memiliki media sosial sekolah, maka diperlukan konsistensi untuk publikasi sehingga informasi yang disampaikan tetap aktual.

Humas sekolah harus diurus dengan baik, bukan hanya dikoordinasi oleh Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas. Kepala Sekolah dapat memberi Surat Keputusan (SK) kepada tim untuk mengurus humas sekolah sehingga humas sekolah benar-benar berjalan sesuai fungsinya di sekolah.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi humas sekolah di era digital harus bertransformasi dari media konvensional menuju digital. Transformasi yang dilakukan adalah Humas sekolah di era digital mampu menggunakan media-media sosial sekolah sebagai sarana untuk memberikan informasi kepada orang tua siswa, peserta didik dan masyarakat pada umumnya. Humas di era digital bukan berarti menggantikan tugas humas sekolah yang saat ini sedang berjalan. Melainkan menjadikan sarana-sarana teknologi sebagai alternatif untuk membantu humas sekolah dalam mempublikasikan atau menginformasikan suatu berita kepada masyarakat. Dengan bertransformasi, humas sekolah tetap bereksistensi dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya. Perkembangan teknologi tak dapat dielakkan lagi sehingga mengharuskan Humas sekolah untuk memperbaharui diri dalam mendayagunakan sarana-sarana teknologi dalam menyampaikan informasi dan berita sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi: Media, Teknologi dan Masyarakat*. Pustaka Belajar.
- Syamsir, T. (2014). *Organisasi dan Manajemen (Perilaku Struktur, Budaya dan Perubahan Organisasi)*. Alfabeta.
- Juhji, Nadeak, B., Arifudin, O., Mustafa, M., Choiriyati, W., Hanika, I. M., Tanjung, R., & Adiarsi, G. R. (2020). *Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan*. Widima Bhakti Persada.
- Onggo, J. B. (2004). *Public Relations: Strategi Membangun dan Mempertahankan Merek Global di Era Globalisasi Lewat Media Online*. PT Gramedia.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Deepublish.
- Gora, R. (2019). *Riset Public Relations*. CV Jakad Publishing.
- Juhji, Febrianty, Marantika, N., Gumilar, R., Palindih, L., Apud, Marlina, H., Kholik, A., & Arifudin, O. (2020). *Manajemen Humas Sekolah*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Bairizki, A. (2021). *Manajemen Public Relations: Teori dan Implementasi Humas Perguruan Tinggi*. Pustaka Aksara.
- Utami, A. M. V, Lestari, M. T., Putra, A. (2015). *Pergeseran Budaya Komunikasi pada Era Media Baru (Studi Etnografi Virtual Penggunaan Line oleh Digital Natives)*. *E-Proceeding of Management*, 2(3), 4042-4050.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2591/2460>
- Satira, A. U., & Hidriani, R. (2021). Peran Penting Public Relations di Era Digital. *Sadida*, 1(2), 179-202.
<https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/sadida/article/view/1612>
- Romadhona, A., & Rifqi, A. (2022). Peran Media Sosial dalam Mendukung Implementasi Manajemen Humas Sekolah. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(3), 613-624.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/48702>