

MEMBANGUN CITRA SMP NEGERI 21 SURAKARTA MELALUI PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL

George Nicholas Huwa¹, Zon Vanel², Lina Sinatra Wijaya³

Universitas Kristen Satya Wacana

nicholas.huwae@uksw.edu¹, zon.vanel@uksw.edu², lina.sinatra@uksw.edu³

Abstrak

Transformasi digital menuntut sekolah untuk mampu mengelola komunikasi publik secara efektif melalui media digital. Namun, keterbatasan literasi digital dan pemahaman Public Relations (PR) di kalangan guru menyebabkan pengelolaan citra sekolah belum optimal. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan guru SMP Negeri 21 Surakarta dalam menerapkan strategi PR berbasis digital guna memperkuat citra dan reputasi sekolah. Kegiatan dilaksanakan melalui tahap perencanaan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi. Pada tahap awal dilakukan survei dan wawancara untuk mengidentifikasi kebutuhan dan tingkat literasi digital guru. Pelaksanaan kegiatan berupa workshop praktik pengelolaan media sosial dan website sekolah, simulasi penanganan krisis komunikasi digital, diskusi kelompok, serta pendampingan teknis dalam pembuatan konten. Pendekatan ini membantu peserta memahami konsep PR sekaligus mempraktikkannya secara langsung. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan guru dalam mengelola media digital sekolah, menyusun konten yang lebih menarik, serta merespons isu secara lebih cepat dan tepat. Sebagai tindak lanjut, dibentuk Komunitas Public Relations Sekolah untuk mendukung kolaborasi dan keberlanjutan pengelolaan komunikasi digital. Program ini membuktikan bahwa penguatan literasi digital dan kompetensi PR guru dapat meningkatkan kualitas komunikasi sekolah dan membangun citra positif secara berkelanjutan. Model pelatihan ini berpotensi diterapkan di sekolah lain sebagai praktik baik dalam mendukung transformasi digital pendidikan.

Kata Kunci: Public Relations Sekolah, Citra Sekolah, Media Digital, Komunikasi Pendidikan.

Abstract

Digital transformation requires schools to manage public communication effectively through digital media. However, limited digital literacy and insufficient understanding of Public Relations (PR) among teachers have resulted in suboptimal school image management. This community service program aimed to enhance the capacity of teachers at SMP Negeri 21 Surakarta in implementing digital-based PR strategies to strengthen the school's image and reputation. The program was conducted through planning, implementation, and monitoring and evaluation stages. The initial phase involved surveys and interviews to identify teachers' needs and levels of digital literacy. The implementation included practical workshops on managing social media and the school website, simulations on handling digital communication crises, group discussions, and technical assistance in content creation. This approach enabled participants to understand PR concepts while directly applying them in practice. The results indicate an improvement in teachers' knowledge and skills in managing the school's digital media, producing more engaging content, and responding to issues more quickly and appropriately. As a follow-up, a School Public Relations Community was established to support collaboration and ensure the sustainability of digital communication management. This program demonstrates that strengthening teachers' digital literacy and PR competencies contributes to improving school communication quality and building a

positive image in a sustainable manner. The training model has the potential to be replicated in other schools as a best practice in supporting digital transformation in education.

Keywords: *School Public Relations, School Image, Digital Media, Educational Communication*

PENDAHULUAN

Transformasi digital pada sektor pendidikan telah mengubah cara sekolah berinteraksi dengan publik. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi proses belajar mengajar, tetapi juga menuntut sekolah untuk mampu membangun citra melalui strategi komunikasi yang efektif, dua arah, dan berkelanjutan (Selwyn, 2016; Dwivedi et al., 2020). Di era digital, citra sekolah tidak lagi dibentuk melalui relasi personal semata, melainkan juga melalui kehadiran digital yang kuat, konsisten, dan dikelola secara profesional melalui situs web, media sosial, dan platform komunikasi daring lainnya (Kent & Taylor, 2016).

Pendekatan ini sejalan dengan konsep Excellence Theory yang dikemukakan oleh Managing Public Relations, yang menekankan bahwa hubungan organisasi dan publik idealnya dijalankan melalui komunikasi simetris dua arah, transparansi, serta keterlibatan aktif publik dalam proses pengambilan keputusan organisasi (Grunig & Hunt, 1984; Grunig, 2009). Penerapan komunikasi dua arah berbasis digital memungkinkan sekolah membangun kepercayaan publik, memperkuat reputasi institusional, serta menciptakan hubungan jangka panjang yang berkelanjutan dengan para pemangku kepentingan.

Dalam konteks pendidikan, Public Relations (PR) memiliki peran strategis dalam membangun persepsi publik yang positif, memperkuat kepercayaan masyarakat, serta menjaga hubungan dengan orang tua, siswa, pemerintah, dan komunitas sekitar (Cutlip, Center, & Broom, 2012; Fearn-Banks, 2017). Melalui fungsi komunikasi manajerial, PR di lembaga pendidikan berperan sebagai penghubung antara sekolah dan para pemangku kepentingan untuk memastikan terciptanya hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.

Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa sekolah sering mengalami hambatan dalam menerapkan strategi PR digital secara optimal. Banyak pendidik dan pengelola sekolah belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai prinsip dasar PR, manajemen konten digital, serta komunikasi strategis berbasis media sosial (Selwyn, 2016; Kent & Taylor, 2016). Selain itu, keterbatasan literasi digital dan kurangnya kesiapan organisasi menyebabkan sekolah belum mampu merespons isu maupun krisis komunikasi secara cepat dan tepat di ruang digital, sehingga berpotensi memengaruhi reputasi institusi pendidikan secara negatif (Coombs, 2015; Dwivedi et al., 2020).

PR sekolah harus mampu mengelola pesan secara strategis, memiliki literasi digital yang memadai, memahami dinamika dan karakteristik audiens, serta menjalin hubungan yang harmonis dengan seluruh pemangku kepentingan, termasuk orang tua, siswa, pemerintah, dan komunitas sekitar (Cutlip, Center, & Broom, 2012; Kent & Taylor, 2016). Dalam praktik kontemporer, PR sekolah modern tidak lagi terbatas pada fungsi penyampaian informasi semata, tetapi dituntut untuk mampu merancang strategi komunikasi jangka panjang, mengelola opini publik, serta menjaga dan memperkuat reputasi institusi pendidikan secara berkelanjutan (Grunig, 2009; Fearn-Banks, 2017). Pendekatan ini menegaskan

pergeseran peran PR dari fungsi teknis menuju fungsi manajerial yang berorientasi pada pembangunan hubungan dan kepercayaan publik.

Citra positif sebuah sekolah menjadi faktor penting dalam menarik minat siswa, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta membangun reputasi akademik yang baik (Kotler & Fox, 2020). Sekolah tidak hanya perlu memiliki kualitas pendidikan yang unggul, tetapi juga harus mampu mengelola komunikasi dan informasi secara efektif agar dapat dikenal luas oleh masyarakat (Doorley & Garcia, 2020). Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah melalui Public Relations (PR) berbasis teknologi digital, yang memungkinkan sekolah untuk membangun citra positif melalui berbagai platform komunikasi modern (Wilcox & Reber, 2023).

SMP Negeri 21 Surakarta sebagai salah satu institusi pendidikan formal memiliki potensi besar untuk meningkatkan citra sekolah melalui pemanfaatan teknologi digital. Namun, tantangan yang dihadapi adalah belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam strategi komunikasi sekolah. Banyak tenaga pendidik yang masih kurang familiar dengan konsep Public Relations, serta belum sepenuhnya memahami bagaimana menggunakan media sosial, website, dan platform digital lainnya untuk menyampaikan pesan positif dan membangun hubungan yang baik dengan publik, termasuk orang tua siswa, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya.

Sejumlah sekolah di Kota Surakarta telah memiliki akun media sosial maupun situs web resmi, namun pemanfaatannya masih cenderung terbatas pada penyampaian informasi akademik semata dan belum diarahkan pada strategi komunikasi yang sistematis untuk membangun citra institusi secara positif (A. Wibowo & Prasetyo, 2021). Permasalahan lainnya berkaitan dengan keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, khususnya tenaga pendidik, dalam mengelola media digital sekolah secara profesional. Penelitian Rahmawati dan Hadiwijoyo (2023) mengungkapkan bahwa sekitar 60% tenaga pendidik di Surakarta merasa kurang percaya diri dalam mengelola media sosial sekolah maupun memproduksi konten digital yang menarik, sehingga potensi media digital sebagai sarana komunikasi strategis belum dimanfaatkan secara optimal.

Kondisi ini diperkuat oleh minimnya program peningkatan kapasitas yang secara khusus membekali guru dengan keterampilan pemanfaatan teknologi digital dalam komunikasi pendidikan. Studi T. Wibowo dan Prasetyo (2021) menunjukkan bahwa hanya sekitar 30% sekolah di Surakarta yang memiliki program pelatihan digital Public Relations bagi tenaga pendidiknya. Akibatnya, penggunaan media digital sekolah masih bersifat informatif dan administratif, tanpa didukung oleh perencanaan komunikasi yang komprehensif dan berorientasi pada pencitraan institusi. Mayoritas sekolah hanya menampilkan konten formal seperti jadwal akademik dan pengumuman resmi, tanpa mempertimbangkan strategi keterlibatan audiens secara aktif (Santoso, 2022). Rendahnya tingkat interaksi ini menjadi kendala dalam membangun citra positif sekolah di mata publik, meskipun pada era digital saat ini, keterlibatan publik merupakan elemen kunci dalam keberhasilan strategi komunikasi.

Kurangnya pemahaman ini dapat berdampak pada kurangnya keterlibatan sekolah dalam membangun komunikasi yang interaktif dengan masyarakat. Selain itu, di tengah maraknya berita hoaks dan misinformasi di dunia digital, sekolah perlu memiliki strategi komunikasi yang baik untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik bersifat kredibel dan membangun kepercayaan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Z. Vanel, L. S. Wijaya, dan G. N. Huwae (Vanel et al., 2023) berjudul “Strategi Public Relations dalam Pengelolaan Media Digital Sekolah” dan dipublikasikan dalam Jurnal Wacana Moestopo membahas implementasi strategi Public Relations (PR) dalam pengelolaan media digital di lingkungan sekolah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sekolah yang mampu membangun citra positif melalui media digital umumnya didukung oleh keberadaan tim PR yang memiliki kompetensi memadai, pemanfaatan platform media sosial yang dilakukan secara konsisten, serta produksi konten yang relevan dan menarik sesuai dengan karakteristik audiens. Selain itu, tingkat keterlibatan yang aktif dengan komunitas daring serta kemampuan merespons umpan balik dan keluhan publik secara cepat dan tepat diidentifikasi sebagai faktor penting dalam memperkuat reputasi sekolah di ruang digital.

Bertolak dari berbagai permasalahan yang telah diidentifikasi, diperlukan perancangan dan pelaksanaan program pelatihan Public Relations berbasis teknologi digital bagi tenaga pendidik di SMP Negeri 21 Surakarta. Program pelatihan ini diarahkan untuk memperkuat pemahaman dan keterampilan tenaga pendidik dalam menerapkan strategi komunikasi yang efektif, mengoptimalkan pemanfaatan media digital sebagai sarana pembentukan citra positif sekolah, serta meningkatkan kapasitas dalam menangani isu dan krisis komunikasi secara profesional dan terstruktur. Melalui pelatihan tersebut, diharapkan SMP Negeri 21 Surakarta mampu mengelola komunikasi publik secara lebih proaktif dan strategis, sehingga reputasi sekolah di mata masyarakat dapat ditingkatkan secara berkelanjutan.

METODE

Metode pelaksanaan terdiri atas tahap perencanaan, persiapan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi. Adapun penjelasan dari tiap tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan diawali dengan proses pemetaan kebutuhan yang bertujuan untuk memahami secara komprehensif kondisi tenaga pendidik serta berbagai tantangan yang mereka hadapi dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pembentukan citra sekolah. Proses identifikasi ini dilakukan melalui beberapa pendekatan, yaitu penyebaran survei awal kepada tenaga pendidik untuk mengukur tingkat literasi digital serta pemahaman mereka terhadap konsep dan praktik Public Relations (PR). Selain itu, wawancara mendalam dengan kepala sekolah dan staf administrasi dilaksanakan guna memperoleh gambaran mengenai sejauh mana strategi komunikasi berbasis digital telah diterapkan dalam pengelolaan informasi dan citra sekolah. Analisis terhadap media digital sekolah, seperti website resmi, akun media sosial, dan platform komunikasi lainnya, juga dilakukan untuk menilai efektivitas pemanfaatannya dalam mendukung komunikasi publik sekolah.

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, dirumuskan tujuan utama kegiatan yang berfokus pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia di lingkungan sekolah. Tujuan kegiatan ini mencakup upaya untuk memperkuat pemahaman tenaga pendidik mengenai prinsip dasar Public Relations dalam konteks pendidikan, meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai instrumen strategis pembentukan citra positif sekolah, serta merancang

strategi komunikasi berbasis digital yang dapat diimplementasikan secara berkelanjutan di SMP Negeri 21 Surakarta.

Adapun sasaran kegiatan diarahkan kepada tenaga pendidik, khususnya guru dan staf sekolah yang memiliki peran dan tanggung jawab dalam pengelolaan komunikasi sekolah, sehingga hasil pelatihan diharapkan dapat berdampak langsung pada peningkatan kualitas komunikasi publik dan reputasi institusi pendidikan secara menyeluruh.

2. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dirancang untuk memastikan seluruh rangkaian pelatihan dapat terlaksana secara terstruktur dan memberikan hasil yang optimal. Pada tahap ini, modul pelatihan disusun secara komprehensif dengan materi yang relevan dan kontekstual dengan kebutuhan dunia pendidikan. Materi pelatihan mencakup pengenalan konsep dan peran Public Relations dalam lingkungan pendidikan, teknik membangun dan memperkuat citra sekolah melalui pemanfaatan media digital, serta strategi optimalisasi media sosial dan website sebagai sarana komunikasi sekolah. Selain itu, peserta juga dibekali dengan pemahaman mengenai pengembangan konten kreatif yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens, serta strategi pengelolaan isu dan penanganan krisis komunikasi di platform digital.

Selanjutnya, penyusunan jadwal pelatihan direncanakan dalam beberapa sesi dengan alokasi waktu yang disesuaikan dengan aktivitas dan kesibukan tenaga pendidik, sehingga pelatihan dapat diikuti secara maksimal tanpa mengganggu proses belajar mengajar. Aspek logistik juga menjadi perhatian utama, meliputi penyiapan lokasi pelatihan yang representatif, ketersediaan perangkat pendukung seperti laptop, proyektor, dan koneksi internet yang memadai, serta penyediaan materi pelatihan dalam bentuk cetak maupun digital untuk memudahkan proses pembelajaran.

Untuk menjamin kelancaran pelaksanaan kegiatan, koordinasi intensif dilakukan dengan berbagai pihak terkait, termasuk pihak sekolah dan tim pelaksana. Dengan perencanaan yang matang dan persiapan yang menyeluruh, pelatihan ini diharapkan mampu memberikan dampak nyata bagi peningkatan kapasitas tenaga pendidik dalam memanfaatkan teknologi digital secara strategis guna membangun dan menjaga citra positif sekolah di mata publik.

3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dirancang sebagai inti dari kegiatan pelatihan dengan menekankan pendekatan yang interaktif dan aplikatif, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam konteks sekolah. Pelatihan dilaksanakan melalui berbagai metode pembelajaran aktif, antara lain workshop praktik yang memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam memanfaatkan media digital sebagai instrumen Public Relations sekolah. Dalam sesi ini, tenaga pendidik dibimbing untuk mengelola media sosial, website sekolah, serta platform digital lainnya secara strategis dan profesional.

Selain itu, kegiatan pelatihan juga dilengkapi dengan simulasi dan studi kasus yang merefleksikan tantangan nyata komunikasi digital yang kerap dihadapi sekolah. Melalui pendekatan ini, peserta diajak untuk menganalisis permasalahan, merumuskan solusi komunikasi yang tepat, serta memahami strategi penanganan isu dan krisis di ruang digital. Diskusi kelompok menjadi ruang berbagi pengalaman antar tenaga pendidik, memungkinkan pertukaran

gagasan, praktik baik, serta strategi komunikasi yang telah maupun belum berhasil diterapkan di sekolah masing-masing.

Untuk memperkuat hasil pelatihan, pendampingan teknis diberikan secara langsung, khususnya dalam proses pembuatan konten, pengelolaan akun media digital sekolah, serta perancangan pesan komunikasi yang selaras dengan visi dan nilai institusi. Pendekatan pendampingan ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kemandirian peserta dalam mengelola komunikasi digital sekolah.

Sebagai tindak lanjut berkelanjutan, pelatihan ini juga diarahkan pada pembentukan komunitas Public Relations Sekolah. Komunitas ini berfungsi sebagai wadah kolaborasi, pembelajaran bersama, dan implementasi strategi komunikasi jangka panjang, sehingga upaya pembangunan citra positif sekolah dapat terus dikembangkan secara konsisten dan berkesinambungan.

4. Tahap Monitoring Dan Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi dilaksanakan untuk memastikan pelatihan berjalan sesuai dengan perencanaan serta untuk menilai efektivitas capaian kegiatan. Proses monitoring dilakukan melalui pengisian survei oleh peserta guna mengukur tingkat peningkatan pengetahuan dan keterampilan setelah mengikuti pelatihan, serta dilengkapi dengan pengumpulan testimoni peserta sebagai umpan balik kualitatif terhadap pelaksanaan kegiatan. Data yang diperoleh dari proses monitoring tersebut kemudian dianalisis secara sistematis untuk mengevaluasi keberhasilan pelatihan serta menilai potensi keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat di masa mendatang.

Hasil evaluasi digunakan untuk mengidentifikasi capaian, kendala, dan peluang perbaikan, sehingga dapat dirumuskan solusi atas permasalahan yang masih dihadapi. Dengan demikian, evaluasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pengukuran keberhasilan kegiatan, tetapi juga menjadi dasar dalam penyusunan rencana tindak lanjut dan pengembangan program secara berkelanjutan. Indikator keberhasilan pada tahap ini ditunjukkan oleh tersusunnya rekomendasi strategis yang dapat dijadikan pijakan dalam perancangan dan pelaksanaan program lanjutan yang lebih efektif dan berdampak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai upaya untuk meningkatkan kapasitas komunikasi digital tenaga pendidik, program pengabdian kepada masyarakat ini diwujudkan melalui pelaksanaan pelatihan Public Relations yang diselenggarakan di SMP Negeri 21 Surakarta pada tanggal 5–6 Agustus 2025. Kegiatan pelatihan tersebut, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, dirancang untuk membekali guru dengan keterampilan praktis dalam mengelola komunikasi sekolah berbasis digital.

Sesi awal pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop praktik, di mana para guru secara aktif dilibatkan dalam proses pembuatan konten digital yang bersifat strategis, termasuk perancangan unggahan media sosial yang bertujuan untuk memperkuat citra positif sekolah. Pada sesi ini, peserta juga memperoleh pendampingan teknis terkait pemanfaatan fitur-fitur interaktif pada platform digital, seperti stories dan reels, guna meningkatkan daya tarik dan jangkauan pesan komunikasi sekolah.



Gambar 1. Sesi Penjelasan Materi

Tahap berikutnya diisi dengan diskusi berbasis studi kasus yang mengangkat persoalan nyata dalam komunikasi digital, khususnya terkait penanganan krisis daring, seperti munculnya komentar negatif atau penyebaran informasi yang tidak akurat mengenai sekolah. Melalui diskusi ini, para peserta berhasil merumuskan strategi respons digital yang tepat, cepat, dan profesional, sebagaimana tercermin dari hasil monitoring yang ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil post survey kemampuan penyelesaian krisis

Dalam sesi diskusi aktif, terjadi pertukaran pengalaman dan praktik terbaik antar peserta. Salah satu guru mengemukakan tantangan pengelolaan media digital sekolah yang memerlukan kerja tim yang solid serta keterampilan khusus dalam produksi konten. Bersama-sama, peserta juga mengidentifikasi berbagai hambatan, seperti keterbatasan waktu dan perbedaan tingkat kemampuan digital, kemudian mendiskusikan solusi kolaboratif, antara lain melalui pemanfaatan template konten bersama dan pengaturan jadwal rotasi pengelolaan media sekolah. Dinamika diskusi tersebut tergambarkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Sesi diskusi peserta

Pelatihan kemudian ditutup dengan sesi pendampingan teknis secara langsung, di mana para guru dibantu dalam mengembangkan dan mengoptimalkan akun media sosial resmi sekolah, mulai dari penyusunan informasi bio hingga perancangan jadwal konten agar penyebaran informasi dapat dilakukan secara konsisten dan efektif. Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini tidak hanya meningkatkan penguasaan perangkat digital, tetapi juga menumbuhkan semangat kolaborasi, kesiapsiagaan dalam menghadapi krisis komunikasi, serta kesadaran akan pentingnya keberlanjutan pengelolaan citra sekolah melalui konten digital. Hasil monitoring menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memahami tahapan yang tepat dalam mengelola media informasi sekolah, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil post survey langkah tepat mengelola media informasi sekolah

Sebagai tindak lanjut dari pelaksanaan pelatihan, para peserta sepakat membentuk sebuah wadah kolaborasi jangka panjang yang berfungsi sebagai komunitas Public Relations sekolah. Komunitas ini dirancang untuk mendukung kerja sama berkelanjutan dalam pengelolaan strategi komunikasi sekolah, khususnya di ranah digital. Struktur organisasi komunitas disusun secara sistematis, meliputi seorang koordinator yang bertanggung jawab mengatur jadwal kegiatan dan melakukan evaluasi, tim konten yang berperan dalam perencanaan serta penjadwalan publikasi media sosial, serta tim evaluasi dan umpan balik yang bertugas mengumpulkan dan menganalisis data metrik seperti jumlah suka, komentar, dan tingkat keterlibatan audiens sebagai dasar peningkatan kualitas konten di masa mendatang.

Untuk menjamin keberlanjutan program, komunitas ini merancang pertemuan rutin setiap bulan yang difungsikan sebagai ruang kolaboratif untuk berbagi gagasan, melakukan brainstorming strategi kampanye komunikasi, serta mengevaluasi konten yang telah dipublikasikan melalui berbagai platform digital. Lebih dari itu, komunitas ini menunjukkan komitmen terhadap peningkatan kapasitas secara berkelanjutan dengan menyelenggarakan pelatihan internal, termasuk perencanaan workshop lanjutan bagi guru baru maupun tenaga pendidik yang ingin memperdalam kompetensi di bidang Public Relations digital. Melalui mekanisme tersebut, komunitas diharapkan dapat berperan sebagai pusat inovasi, pembelajaran kolektif, dan kolaborasi yang secara konsisten mendorong penguatan citra positif sekolah.

Meskipun pelatihan Public Relations yang diselenggarakan di SMP Negeri 21 Surakarta pada 5–6 Agustus 2025 menunjukkan capaian yang positif, implementasi di lapangan masih dihadapkan pada sejumlah tantangan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan waktu yang dimiliki guru untuk mengelola media sosial sekolah secara konsisten, mengingat tanggung jawab utama mereka terfokus pada kegiatan pembelajaran dan administrasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa tingginya beban kerja pendidik kerap menjadi hambatan dalam penerapan strategi komunikasi digital di lingkungan pendidikan (F. Rahmawati & Syahrul, 2024).

Tantangan lainnya berkaitan dengan perbedaan tingkat literasi digital di antara tenaga pendidik. Guru yang telah terbiasa menggunakan media sosial umumnya mampu mengimplementasikan teknik pembuatan konten dengan cepat, sementara guru lainnya memerlukan pendampingan yang lebih intensif. Kondisi ini menguatkan temuan Fitriani dan Nugroho (2023) yang menyatakan bahwa keragaman kemampuan teknologi dalam satu tim berpotensi menghambat efektivitas program komunikasi digital apabila tidak diimbangi dengan pelatihan yang berkelanjutan.

Dari aspek teknis, keterbatasan perangkat pendukung dan akses internet yang stabil juga menjadi tantangan tersendiri, terutama bagi guru yang harus mengelola konten dari luar lingkungan sekolah. Hambatan ini berimplikasi pada

keterlambatan publikasi konten dan berdampak pada tingkat keterlibatan audiens. Sebagai respons terhadap berbagai tantangan tersebut, pembentukan Komunitas Public Relations Tenaga Pendidik SMP Negeri 21 Surakarta menjadi langkah strategis yang dirancang untuk mengurangi beban individu dan meningkatkan efektivitas kerja tim. Komunitas ini menerapkan sistem rotasi dalam pengelolaan konten agar tanggung jawab tidak terpusat pada satu pihak, serta memanfaatkan pertemuan bulanan sebagai forum evaluasi konten, berbagi tips teknis, dan penyelenggaraan pelatihan penyegaran bagi anggota yang membutuhkan peningkatan kompetensi. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *continuous professional development* yang menekankan pentingnya proses pembelajaran berkelanjutan di kalangan tenaga pendidik (Lestari & Handayani, 2023).

Pelatihan Public Relations yang diselenggarakan di SMP Negeri 21 Surakarta pada tanggal 5–6 Agustus 2025 menunjukkan capaian yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas guru pada aspek komunikasi digital strategis. Melalui pendekatan workshop berbasis praktik, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga terlibat langsung dalam proses produksi konten digital, seperti perancangan unggahan media sosial yang diarahkan untuk memperkuat citra positif sekolah. Selain itu, peserta dibekali keterampilan teknis dalam memanfaatkan fitur-fitur interaktif pada platform digital, seperti stories dan reels, sebagai sarana meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens. Pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan teori dan praktik ini sejalan dengan pandangan Fitriani dan Nugroho (2023) yang menegaskan bahwa metode pembelajaran aplikatif mampu meningkatkan kompetensi digital peserta secara lebih efektif.

Fokus workshop pada produksi konten kreatif dan pengelolaan media sosial secara strategis juga relevan dengan *Image Restoration Theory* yang dikemukakan oleh Benoit (1995), yang menekankan pentingnya komunikasi yang konsisten dan terencana dalam membangun serta mempertahankan citra organisasi. Dalam konteks institusi pendidikan, penguasaan media digital memungkinkan sekolah membangun narasi positif yang berkelanjutan dan memperkuat reputasi di mata publik.

Selain workshop, pelatihan ini juga dilengkapi dengan sesi simulasi dan studi kasus yang dirancang sesuai dengan konteks nyata yang dihadapi sekolah. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam merespons krisis komunikasi digital secara cepat, tepat, dan profesional. Literatur sebelumnya menegaskan bahwa kesiapsiagaan dalam menghadapi krisis komunikasi merupakan kompetensi krusial bagi praktisi PR, termasuk di lingkungan pendidikan (S. Wibowo & Pratiwi, 2022). Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Syahrul (2024) yang menunjukkan bahwa latihan berbasis simulasi dapat meningkatkan kecepatan dan ketepatan pengambilan keputusan dalam situasi krisis digital.

Pembelajaran melalui simulasi dan studi kasus, khususnya dalam merespons komentar negatif atau informasi keliru tentang sekolah, merefleksikan prinsip *Situational Crisis Communication Theory* (SCCT) yang dikembangkan oleh Coombs (2020). Teori ini menekankan bahwa strategi respons krisis yang cepat, relevan, dan tepat secara emosional berperan penting dalam meminimalkan kerusakan reputasi organisasi. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan guru dalam mengidentifikasi jenis krisis dan menentukan strategi respons digital yang sesuai, sebagaimana direkomendasikan oleh Sukarno dan

Widodo (2022) dalam kajian mereka mengenai manajemen reputasi sekolah di media sosial.

Diskusi kelompok yang menjadi bagian integral dari pelatihan turut memfasilitasi pertukaran praktik terbaik antar peserta, seperti pemanfaatan grup WhatsApp untuk menjalin komunikasi dengan orang tua, konsistensi unggahan di Instagram, serta penerapan visual storytelling dalam konten sekolah. Melalui diskusi ini, peserta juga mengidentifikasi berbagai tantangan, termasuk keterbatasan waktu dan perbedaan tingkat literasi digital antar guru, yang kemudian direspons dengan solusi kolaboratif, seperti berbagi template konten dan penerapan sistem rotasi pengelolaan media digital. Strategi kolaboratif semacam ini terbukti efektif dalam mendukung keberlanjutan program komunikasi di institusi pendidikan (F. Rahmawati & Syahrul, 2024).

Pendekatan diskusi yang menekankan pertukaran pengalaman dan pencarian solusi bersama mencerminkan prinsip Excellence Theory yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984), khususnya pada dimensi komunikasi dua arah simetris. Dalam konteks ini, interaksi antar guru berlangsung secara seimbang, memungkinkan terbangunnya pemahaman bersama dan kerja sama dalam pengelolaan komunikasi sekolah.

Keberlanjutan program pelatihan diwujudkan melalui pembentukan Komunitas Public Relations sebagai wadah kolaborasi jangka panjang. Komunitas ini memiliki struktur organisasi yang jelas, terdiri atas koordinator, tim konten, serta tim evaluasi dan umpan balik, yang masing-masing menjalankan peran spesifik dalam pengelolaan strategi komunikasi sekolah. Dengan agenda pertemuan rutin bulanan yang mencakup berbagi ide, perumusan strategi kampanye, dan evaluasi konten, komunitas ini diharapkan mampu menjadi penggerak utama peningkatan citra sekolah secara berkelanjutan. Penelitian Lestari dan Handayani (2023) menunjukkan bahwa pembentukan komunitas profesional internal berkontribusi pada peningkatan konsistensi komunikasi organisasi dan mempercepat adaptasi terhadap perkembangan teknologi.

Pembentukan komunitas ini juga dapat dipahami melalui konsep Community of Practice yang diperkenalkan oleh Wenger (1998), di mana sekelompok individu dengan tujuan dan kepentingan bersama membangun pengetahuan secara kolektif melalui interaksi yang berkesinambungan. Temuan Fitriani dan Nugroho (2023) turut menguatkan bahwa keberadaan komunitas internal mempercepat proses berbagi pengetahuan dan penguasaan teknologi komunikasi digital di lingkungan sekolah. Pembagian peran yang jelas dalam struktur komunitas memungkinkan berjalannya siklus perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi secara sistematis, sekaligus mencerminkan prinsip continuous improvement dalam manajemen Public Relations strategis.

Langkah lanjutan berupa penyelenggaraan pelatihan internal dan perencanaan workshop bagi guru baru atau pendidik yang ingin memperdalam kompetensi PR digital menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya pembelajaran berkelanjutan. Dengan demikian, sinergi antara hasil pelatihan dan pembentukan komunitas PR ini membentuk sebuah model pengembangan kapasitas yang berpotensi menjadi praktik baik (best practice) dalam pengelolaan komunikasi sekolah di era digital. Pendekatan ini menegaskan kebutuhan akan fungsi kehumasan internal yang adaptif, terstruktur, dan berorientasi strategis, sebagaimana ditekankan dalam berbagai literatur manajemen Public Relations kontemporer (Gutama & Nina, 2025).

KESIMPULAN

Pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat mengenai penguatan Public Relations berbasis digital di SMP Negeri 21 Surakarta telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kapasitas komunikasi sekolah. Pelatihan yang dirancang melalui workshop, simulasi penanganan krisis, diskusi kelompok, dan pendampingan teknis berhasil membekali guru dengan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis dalam mengelola media digital sekolah secara lebih efektif dan strategis. Sebelum pelatihan, guru umumnya memiliki kesadaran tinggi mengenai pentingnya komunikasi digital, namun belum memiliki kecakapan yang memadai dalam merencanakan, menyusun, maupun mengevaluasi konten digital. Kondisi ini terlihat dari temuan pre-survey yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menilai media digital sekolah masih memiliki keterbatasan dan belum dikelola secara optimal.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa penguatan literasi digital dan kompetensi PR guru dapat menjadi fondasi penting bagi sekolah dalam membangun citra yang positif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Keberhasilan program ini memberikan gambaran bahwa model pelatihan PR digital dapat direplikasi pada sekolah-sekolah lain, baik di tingkat menengah maupun dasar, untuk mendukung transformasi digital pendidikan secara lebih luas dan berkelanjutan.

Pelaksanaan pelatihan Public Relations di SMP Negeri 21 Surakarta pada tanggal 5–6 Agustus 2025 menunjukkan efektivitas yang signifikan dalam meningkatkan kapasitas guru dalam mengelola komunikasi digital sekolah secara terencana dan strategis. Penerapan beragam metode pembelajaran, seperti workshop aplikatif, simulasi, studi kasus, diskusi kelompok, serta pendampingan teknis, memungkinkan peserta tidak hanya memahami landasan teoretis, tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis dalam produksi konten digital dan penerapan strategi penanganan krisis komunikasi secara profesional. Penguatan kompetensi digital ini mendukung implementasi berbagai teori komunikasi strategis, antara lain Image Restoration Theory, Situational Crisis Communication Theory, dan Excellence Theory, yang secara terpadu berkontribusi pada penguatan citra sekolah melalui praktik komunikasi yang konsisten, responsif, relevan, dan berbasis kolaborasi.

Sebagai tindak lanjut, pembentukan Komunitas Public Relations pascapelatihan berperan sebagai elemen kunci dalam menjamin keberlanjutan program. Keberadaan komunitas ini menyediakan ruang kolaborasi, pembelajaran berkelanjutan, serta mekanisme evaluasi rutin yang memungkinkan sekolah beradaptasi secara cepat terhadap dinamika dan perkembangan teknologi komunikasi. Sinergi antara pelatihan berbasis praktik dan penguatan komunitas internal tersebut menghasilkan sebuah model pengembangan kapasitas kehumasan sekolah yang adaptif, berkelanjutan, serta berpotensi menjadi praktik baik (best practice) bagi institusi pendidikan dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital.

Adapun rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan kajian longitudinal guna mengukur dampak dan efektivitas pelatihan Public Relations sekolah dalam jangka panjang. Selain itu, perluasan ruang lingkup penelitian ke berbagai jenjang pendidikan dan konteks sosial-budaya yang berbeda diharapkan dapat menghasilkan temuan yang lebih komprehensif dan memperkaya pengembangan model komunikasi strategis di lingkungan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Benoit, W. L. (1995). *Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Coombs, W. T. (2015). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Coombs, W. T. (2020). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2012). *Effective public relations* (11th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Dwivedi, Y. K., et al. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice. *International Journal of Information Management*, 55, 102211. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102211>
- Dwivedi, Y. K., et al. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice. *International Journal of Information Management*, 55, 102211. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102211>
- Fearn-Banks, K. (2017). *Crisis communications: A casebook approach* (5th ed.). New York: Routledge.
- Fitriani, D., & Nugroho, A. (2023). Literasi digital tenaga pendidik dan tantangannya dalam pengelolaan komunikasi sekolah berbasis media digital. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 7(2), 145–158.
- Fitriani, D., & Nugroho, A. (2023). Literasi digital tenaga pendidik dan pelatihan berbasis praktik dalam pengelolaan komunikasi sekolah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 7(2), 145–158.
- Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism*, 6(2), 1–19.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York, NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Gutama, R., & Nina, L. (2025). Manajemen kehumasan sekolah di era transformasi digital. *Jurnal Public Relations dan Komunikasi Strategis*, 4(1), 1–15.
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2016). From homo economicus to homo dialogicus: Rethinking social media use in CSR communication. *Public Relations Review*, 42(1), 60–67. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.11.003>
- Kent, M. L., & Taylor, M. (2016). From homo economicus to homo dialogicus: Rethinking social media use in CSR communication. *Public Relations Review*, 42(1), 60–67. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.11.003>
- Lestari, S., & Handayani, R. (2023). Continuous professional development bagi tenaga pendidik di era transformasi digital. *Jurnal Pengembangan Pendidikan*, 11(1), 25–38.
- Lestari, S., & Handayani, R. (2023). Pengembangan komunitas profesional internal sebagai strategi adaptasi teknologi pendidikan. *Jurnal Pengembangan Pendidikan*, 11(1), 25–38.
- Rahmawati, F., & Syahrul. (2024). Beban kerja guru dan implikasinya terhadap implementasi strategi komunikasi digital di sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(1), 60–74.
- Rahmawati, F., & Syahrul. (2024). Beban kerja guru dan tantangan implementasi komunikasi digital di sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 9(1), 60–74.
- Selwyn, N. (2016). *Education and technology: Key issues and debates*. London: Bloomsbury Academic.
- Selwyn, N. (2016). *Education and technology: Key issues and debates*. London: Bloomsbury Academic.
- Sukarno, B., & Widodo, A. (2022). Manajemen reputasi sekolah melalui media sosial. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 29(2), 101–115.

- Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning, and identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wibowo, S., & Pratiwi, R. (2022). Kompetensi komunikasi krisis bagi praktisi public relations pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(1), 45–59.