



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2026) pp: 15169-15176

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Komunikasi Humas dalam Memitigasi Opini Publik Negatif terhadap Perilaku Menyimpang Siswa di Sekolah Dasar

Ahmad Sofwan Firdaus, Fatmawati, Iwan Aprianto, Mahdayeni

Universitas Islam Batang Hari Jambi

ahmadsofwanfirdaus@gmail.com, fw8185244@gmail.com, iwanaprianto@gmail.com, laangelina99@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam memitigasi opini publik negatif yang muncul akibat perilaku menyimpang siswa, seperti kenakalan dan kebiasaan membolos, di lingkungan sekolah dasar. Masalah utama yang diangkat adalah bagaimana sekolah mengelola persepsi masyarakat di tengah keterbatasan pengawasan orang tua dan kondisi sosial ekonomi pedesaan yang menantang. Studi kasus dilakukan di SD Negeri 105/I Tanjung Pasir, di mana ditemukan adanya peningkatan kasus siswa membolos dan perilaku tidak disiplin yang mulai merusak citra lembaga di mata masyarakat. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa penggunaan strategi komunikasi dua arah yang transparan dan berbasis nilai kemanusiaan berhasil menurunkan tingkat pelanggaran disiplin secara signifikan dan memulihkan kepercayaan publik. Kesimpulannya, efektivitas Humas di lembaga pendidikan tidak hanya bergantung pada kemampuan publikasi, tetapi pada peran sebagai mediator dan fasilitator sosial yang mampu membangun sinergi antara sekolah, keluarga, dan masyarakat. Keberhasilan pemulihan citra sekolah di mata masyarakat ditandai dengan munculnya dukungan dari tokoh desa yang mengusulkan sekolah tersebut sebagai percontohan pembinaan karakter di wilayahnya. Analisis peran Humas menunjukkan efektivitas fungsi sebagai mediator dalam menengahi konflik melalui pendekatan dialogis dan fasilitator sosial yang mampu menciptakan kerja sama lintas sektor. Secara teoretis, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi pendidikan yang berbasis pada prinsip human relations dan nilai-nilai akhlak, seperti kejujuran serta adab, merupakan instrumen krusial dalam menghadapi arus opini publik yang dinamis di era digital.

Kata kunci: Humas Pendidikan; Strategi Komunikasi; Opini Publik; Kenakalan Siswa; Citra Lembaga.

1. Latar Belakang

Dalam era informasi yang berkembang sangat pesat saat ini, komunikasi menjadi hal yang sangat vital bagi setiap organisasi, termasuk dalam bidang hubungan masyarakat atau humas. Humas tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, melainkan menjadi jembatan yang menghubungkan organisasi dengan publiknya, yaitu kelompok masyarakat yang memiliki kepentingan dan interaksi dengan organisasi tersebut. Dalam konteks ini, publik bukan sekadar kumpulan individu, tetapi merupakan kelompok atau segmen masyarakat yang memiliki sikap, opini, dan harapan tertentu terhadap organisasi. Opini publik menjadi aspek yang sangat penting dalam kegiatan humas karena opini tersebut adalah gambaran persepsi masyarakat yang terbentuk dari interaksi, informasi, dan pengalaman mereka. Opini publik tersebut bisa berwujud sebagai dukungan, kritik, atau bahkan penolakan terhadap organisasi. Oleh sebab itu, humas memiliki peran strategis dalam membentuk, memelihara, dan mengelola opini publik agar sesuai dengan nilai dan tujuan organisasi. Dalam proses pembentukan opini publik, humas harus berusaha menyajikan informasi yang tepat, akurat, dan dapat dipercaya sehingga tercipta opini yang rasional dan bukan sekadar reaksi emosional.

Kelompok masyarakat atau publik sangat beragam, mulai dari internal organisasi seperti karyawan hingga eksternal seperti masyarakat umum. Dinamika dalam kelompok masyarakat inilah yang menuntut humas untuk senantiasa adaptif dan mampu memahami berbagai latar belakang dan kepentingan publik yang berbeda-beda. Di negara demokratis seperti Indonesia, kebebasan berpendapat menjadikan opini publik semakin dinamis dan kompleks. Oleh karenanya, humas harus mampu mengelola komunikasi dua arah yang efektif dengan publik agar tidak hanya menjadi penyampai informasi, tetapi juga pendengar yang aktif terhadap aspirasi publik.

Permasalahan yang muncul dalam praktik humas ialah bagaimana membangun dan memelihara opini publik yang positif sekaligus menghadapi opini yang negatif atau kontroversial.⁹ Hal ini membutuhkan strategi komunikasi yang cerdas dan etis, dengan memberikan informasi yang lengkap dan akurat, menyaring isu-isu yang beredar, serta menjalin hubungan baik dengan media dan berbagai elemen masyarakat. Dengan demikian, humas tidak hanya menciptakan citra positif, tetapi juga membangun kepercayaan dan kredibilitas organisasi di mata publik.

Lebih jauh lagi, keberhasilan humas dalam mengelola publik dan opini publik akan sangat menentukan keberlangsungan dan perkembangan suatu organisasi. Opini publik yang kondusif dapat menumbuhkan dukungan dan partisipasi aktif dari masyarakat, sementara opini yang negatif dapat menjadi hambatan besar. Oleh sebab itu, pemahaman mendalam mengenai konsep publik, proses terbentuknya opini publik, serta strategi pengelolaan opini menjadi sangat penting untuk dikuasai oleh praktisi humas. Dalam dinamika lembaga pendidikan modern, hubungan antara institusi dengan masyarakat semakin menuntut keterbukaan, kepercayaan, dan komunikasi yang efektif. Hal ini tidak terlepas dari peran strategis hubungan masyarakat (humas) sebagai jembatan antara lembaga dan publiknya. Humas bukan sekadar bagian administratif, tetapi menjadi instrumen penting dalam membangun citra positif, menumbuhkan kepercayaan publik, serta mengelola opini masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Publik atau kelompok masyarakat memiliki posisi yang sangat penting dalam menentukan keberlangsungan lembaga pendidikan. Dalam konteks lembaga pendidikan, misalnya, keberadaan publik bukan hanya sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai mitra partisipatif dalam menentukan arah pengembangan lembaga. Sebab pendidikan pada hakikatnya adalah tanggung jawab bersama antara sekolah, keluarga, dan masyarakat.

Disisi lain, munculnya opini publik menjadi realitas yang tidak dapat diabaikan. Opini publik terbentuk melalui berbagai saluran komunikasi, baik formal maupun informal, yang pada era digital saat ini berkembang secara cepat melalui media sosial. Opini publik dapat berpengaruh besar terhadap reputasi lembaga pendidikan, baik secara positif maupun negatif. Oleh karena itu, humas memiliki tanggung jawab untuk mengelola persepsi dan opini publik secara profesional dan beretika. Dalam praktiknya, keberhasilan humas dalam lembaga pendidikan sangat bergantung pada kemampuannya memahami siapa publiknya, bagaimana karakteristiknya, serta bagaimana opini publik terbentuk dan berkembang. Dengan pemahaman tersebut, humas dapat membangun strategi komunikasi yang tepat, sehingga hubungan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat dapat berjalan harmonis dan saling menguntungkan. Keterkaitan antara publik, opini publik, dan humas menunjukkan bahwa lembaga pendidikan tidak dapat berdiri sendiri. Ia hidup dalam sistem sosial yang dinamis, dimana setiap tindakan komunikasi berpotensi membentuk persepsi publik. Oleh karena itu, pemahaman mendalam terhadap konsep publik dan opini publik menjadi penting bagi setiap praktisi humas di lembaga pendidikan.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah studi kepustakaan (*library research*), yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, serta mengolah bahan penelitian. Sumber data utama diperoleh dari literatur primer dan sekunder berupa buku-buku teks mengenai manajemen hubungan masyarakat, komunikasi organisasi, dan opini publik, serta jurnal ilmiah yang relevan dengan dinamika humas di lembaga pendidikan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menelaah berbagai referensi teoretis, seperti teori sistem sosial dan model komunikasi dua arah Grunig & Hunt, yang kemudian diintegrasikan dengan data deskriptif mengenai kondisi objektif di SD Negeri 105/I Tanjung Pasir. Data yang telah terkumpul dianalisis secara kualitatif dengan teknik analisis isi (*content analysis*) dan komparatif untuk merumuskan strategi komunikasi humas yang efektif dalam memitigasi opini publik negatif. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun landasan teoretis yang kuat guna memecahkan permasalahan kenakalan siswa dan penurunan citra sekolah melalui perspektif manajemen humas yang profesional dan beretika.

Guna menjamin keabsahan data yang dianalisis, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai literatur yang memiliki sudut pandang berbeda mengenai penanganan krisis reputasi. Proses analisis data dimulai dengan tahap reduksi data, di mana informasi yang relevan dari berbagai literatur dan data deskriptif sekolah dipilih untuk kemudian dikategorisasikan berdasarkan variabel strategi komunikasi. Selanjutnya, dilakukan penyajian data (*data display*) secara sistematis guna melihat keterkaitan antara teori manajemen humas dengan fenomena kenakalan siswa yang terjadi di lapangan.

Melalui pendekatan ini, peneliti berupaya melakukan sintesis antara idealisme teoretis dengan realitas empiris di SD Negeri 105/I Tanjung Pasir. Hasil analisis tersebut diharapkan tidak hanya memberikan gambaran mengenai

akar penyebab opini publik negatif, tetapi juga menghasilkan rekomendasi taktis yang aplikatif bagi pihak sekolah. Fokus utama dari tahap akhir analisis ini adalah merumuskan pola komunikasi proaktif yang mampu mengubah krisis menjadi peluang untuk memperkuat kembali kepercayaan *stakeholder* serta memulihkan marwah institusi pendidikan di mata masyarakat luas.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Epistimologi Publik Dan Opini Publik

Istilah **publik** dalam konteks komunikasi dan hubungan masyarakat mengacu pada sekelompok orang yang memiliki perhatian, kepentingan, atau keterlibatan terhadap suatu isu, organisasi, atau lembaga. Publik bukan sekadar masyarakat secara umum dalam pengertian massa yang anonim, melainkan kelompok yang memiliki kesadaran dan kepedulian kolektif terhadap eksistensi lembaga tertentu. Sejalan dengan pemikiran Cutlip, Center, dan Broom, publik didefinisikan sebagai sekelompok orang yang dihadapkan pada suatu permasalahan bersama, menyadari keberadaan masalah tersebut, dan merasakan adanya kebutuhan mendesak untuk menanggapi atau mengorganisir diri guna mencari solusi.

Dalam lingkup lembaga pendidikan, publik memiliki struktur yang multidimensi, mencakup kelompok internal seperti siswa, guru, dan tenaga kependidikan, serta kelompok eksternal yang meliputi orang tua, masyarakat sekitar, instansi pemerintah, hingga media massa. Setiap segmen publik ini membawa ekspektasi, kebutuhan, dan standar persepsi yang berbeda-beda terhadap institusi pendidikan. Oleh karena itu, efektivitas manajemen humas sangat bergantung pada kapasitas praktisi dalam melakukan pemetaan publik serta memahami karakteristik psikografis dan sosiografis dari masing-masing pihak agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara akurat.

Secara konseptual, **opini publik** muncul sebagai kristalisasi dari ekspresi kolektif berupa sikap, pandangan, atau penilaian masyarakat terhadap isu-isu krusial yang menyangkut kepentingan umum. Jalaluddin Rakhmat menekankan bahwa opini publik bukanlah sekadar akumulasi pendapat individu yang berdiri sendiri, melainkan hasil dari interaksi sosial yang dinamis di antara individu-individu dalam masyarakat terhadap suatu objek sosial tertentu. Di lingkungan pendidikan, opini publik sering kali terbentuk secara organik sebagai respons terhadap kualitas layanan instruksional, pencapaian prestasi akademik, kebijakan manajerial sekolah, hingga isu-isu sensitif terkait moralitas dan kedisiplinan peserta didik.

Lebih lanjut, dalam paradigma pendidikan Islam, diskursus mengenai opini publik memperoleh signifikansi yang lebih mendalam karena berkelindan erat dengan nilai-nilai transendental, keagamaan, dan standar moralitas religius. Sebuah lembaga pendidikan Islam tidak hanya dipotret melalui indikator performa akademis semata, melainkan juga dievaluasi berdasarkan sejauh mana institusi tersebut mampu mengaktualisasikan nilai-nilai Islami dalam pola perilaku warga sekolah, kualitas pelayanan yang amanah, serta budaya organisasi yang mencerminkan akhlakul karimah. Opini publik dalam konteks ini berfungsi sebagai kontrol sosial yang memastikan lembaga tetap berpijak pada integritas moral dan spiritual.

Dinamika opini publik di era kontemporer juga dipengaruhi secara masif oleh penetrasi media digital dan media sosial, yang memungkinkan penyebaran informasi dan pembentukan persepsi terjadi dalam waktu yang sangat singkat. Hubungan masyarakat di sekolah harus menyadari bahwa opini publik memiliki kekuatan untuk membangun sekaligus meruntuhkan reputasi lembaga dalam waktu yang bersamaan. Oleh sebab itu, strategi humas tidak boleh bersifat reaktif, melainkan harus proaktif dalam mengelola isu melalui penyajian informasi yang transparan, akurat, dan dapat dipercaya guna memastikan bahwa opini yang berkembang di tengah publik bersifat rasional dan tidak sekadar didasarkan pada reaksi emosional sesaat.

Dalam praktiknya, pengelolaan publik di lembaga pendidikan dasar memerlukan pendekatan yang lebih spesifik mengingat adanya keterkaitan emosional yang kuat antara sekolah dan komunitas lokal. Hal ini sejalan dengan teori sistem yang memandang sekolah sebagai sub-sistem dari lingkungan kemasyarakatan yang lebih luas, di mana setiap informasi mengenai perilaku siswa, seperti fenomena membolos atau kenakalan remaja, akan langsung diolah oleh publik menjadi sebuah penilaian terhadap kredibilitas sekolah. Jika humas gagal memberikan klarifikasi atau solusi yang nyata, opini publik yang berkembang akan cenderung menjadi liar dan destruktif. Oleh karena itu, sinergi antara publik internal dan eksternal harus dijaga melalui kanal komunikasi yang terbuka, sehingga setiap riak opini negatif dapat diredam melalui proses tabayun (klarifikasi) dan dialog yang konstruktif.

Selain itu, integrasi antara nilai-nilai kearifan lokal dengan strategi komunikasi humas menjadi variabel kunci dalam pembentukan opini publik di wilayah pedesaan. Di daerah seperti Tanjung Pasir, opini publik tidak hanya dipengaruhi oleh informasi formal, tetapi juga oleh desas-desus yang berkembang dalam interaksi sosial sehari-hari antarwarga. Humas pendidikan dituntut untuk mampu memposisikan diri sebagai jembatan yang menghubungkan kepentingan pedagogis sekolah dengan ekspektasi moral masyarakat. Dengan menanamkan prinsip keterbukaan dan akuntabilitas sosial, humas dapat mentransformasi publik yang tadinya kritis atau apatis menjadi mitra strategis yang turut bertanggung jawab dalam menjaga moralitas dan kedisiplinan siswa. Pada akhirnya, opini publik yang positif akan menjadi aset intangible yang sangat berharga bagi keberlanjutan dan marwah lembaga pendidikan di masa depan

3.2. Klasifikasi dan Peran Publik dalam Humas Lembaga Pendidikan

Dalam praktik manajemen hubungan masyarakat (humas), identifikasi publik merupakan langkah krusial yang dilakukan berdasarkan derajat kedekatan, pengaruh, serta kepentingannya terhadap organisasi. Mengacu pada pemikiran Ruslan, publik dalam institusi pendidikan diklasifikasikan menjadi dua pilar utama, yakni publik internal dan publik eksternal. Publik internal merupakan representasi dari seluruh aktor yang berada di dalam struktur organisasi, meliputi kepala sekolah sebagai pucuk pimpinan, guru, tenaga kependidikan, siswa, hingga yayasan atau komite sekolah. Dalam konteks ini, humas memiliki peran strategis untuk mengonstruksi komunikasi yang harmonis guna menciptakan sinergi lintas sektoral dan menumbuhkan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap lembaga. Sebagai ilustrasi, stabilitas hubungan antara pendidik dan pimpinan tidak hanya berdampak pada iklim kerja yang kondusif, tetapi juga secara linier memengaruhi semangat kerja dan kualitas layanan pedagogis yang diberikan kepada peserta didik.

Di sisi lain, publik eksternal mencakup berbagai entitas di luar organisasi yang memegang peran vital dalam membentuk legitimasi sosial, seperti orang tua siswa, alumni, masyarakat sekitar, awak media, serta instansi pemerintah. Kelompok ini bertindak sebagai penilai sekaligus pembentuk citra lembaga di mata khalayak luas. Dukungan masif dari orang tua siswa, misalnya, dapat mengamplifikasi reputasi lembaga melalui testimoni positif, sementara kritik yang tidak terkelola dengan baik dari masyarakat dapat memicu krisis persepsi yang merugikan eksistensi sekolah. Selain dua kategori fundamental tersebut, diskursus kontemporer dalam ilmu komunikasi juga menyoroti keberadaan publik marginal dan publik media. Publik marginal merupakan kelompok yang meski tidak terlibat secara langsung dalam operasional pendidikan, namun dapat terdampak oleh kebijakan lembaga, seperti masyarakat di sekitar area geografis sekolah. Sementara itu, publik media memegang peran sebagai *gatekeeper* informasi yang mampu mengonstruksi opini publik melalui penyebaran berita mengenai prestasi maupun isu-isu kelembagaan.

Dalam perspektif lembaga pendidikan Islam, pengelolaan berbagai kelompok publik tersebut menuntut pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan nilai-nilai spiritual. Hubungan masyarakat tidak hanya dipandang sebagai instrumen manajerial untuk mencapai tujuan pragmatis, melainkan diimplementasikan sebagai perwujudan prinsip silaturahmi, kejujuran (*siddiq*), dan tanggung jawab moral (*amanah*). Dengan menerapkan paradigma ini, lembaga pendidikan Islam dapat membangun kepercayaan publik yang berbasis pada akhlakul karimah, di mana setiap informasi yang disampaikan mengandung nilai kebenaran dan setiap interaksi sosial didasarkan pada semangat ukhuwah. Integrasi antara teori humas konvensional dan prinsip islami inilah yang pada akhirnya akan membentuk identitas lembaga yang kuat, transparan, dan akuntabel di mata seluruh pemangku kepentingan.

Keberhasilan integrasi antara manajemen publik dan nilai-nilai Islami tersebut pada akhirnya bermuara pada terbentuknya reputasi institusional yang resilien di tengah dinamika era disrupsi informasi. Dalam konteks ini, Humas lembaga pendidikan Islam dituntut untuk tidak hanya sekadar menjadi penyampai pesan (*informant*), tetapi juga sebagai pembangun konsensus (*consensus builder*) yang mampu menjembatani perbedaan ekspektasi antar-stakeholder. Di era digital, batasan antara publik internal dan eksternal menjadi kian cair; persepsi negatif yang muncul dari internal lembaga dapat dengan cepat teramplifikasi ke ranah publik melalui media sosial. Oleh karena itu, strategi *cyber-public relations* yang berbasis pada prinsip *tabayyun* (verifikasi informasi) menjadi imperatif bagi lembaga pendidikan Islam guna memitigasi penyebaran disinformasi yang berpotensi mencederai marwah institusi.

Lebih lanjut, pengelolaan publik media dalam ekosistem pendidikan Islam harus dipandang sebagai upaya dakwah bil-hal, di mana setiap narasi yang dipublikasikan merupakan refleksi dari kualitas dan integritas lembaga. Penguatan hubungan dengan publik eksternal, terutama alumni dan instansi terkait, tidak boleh terjebak dalam

pola hubungan transaksional semata, melainkan harus dikembangkan menjadi kemitraan strategis yang berkelanjutan (*sustainable partnership*). Dengan memosisikan publik sebagai mitra dalam pengembangan kualitas pendidikan, lembaga akan memperoleh dukungan organik yang kuat, baik dalam bentuk materiil maupun dukungan kebijakan. Pada akhirnya, harmoni antara pengelolaan publik yang sistematis dan penerapan etika komunikasi Islami akan melahirkan lembaga pendidikan yang tidak hanya unggul secara akademis, namun juga mendapat tempat yang terhormat dalam tatanan sosial masyarakat.

Implementasi konkret dari sinergi ini menuntut transformasi kompetensi praktisi Humas di lingkungan pendidikan Islam. Mereka harus bertransformasi menjadi *cultural brokers* yang fasih dalam bahasa teknologi namun tetap teguh pada akar nilai syariat. Di tengah gempuran algoritma yang sering kali mengedepankan sensasi, lembaga pendidikan Islam perlu membangun narasi tandingan (*counter-narrative*) yang sarat dengan pesan kedamaian dan prestasi nyata. Hal ini dapat dicapai melalui pemanfaatan analisis data besar (*big data*) untuk memetakan sentimen publik secara akurat, sehingga setiap kebijakan komunikasi yang diambil tetap relevan dengan kebutuhan zaman tanpa harus mengorbankan prinsip-prinsip keteladanan (*uswah hasanah*).

Lebih dari sekadar menjaga citra, upaya ini pada dasarnya adalah bentuk tanggung jawab moral lembaga terhadap umat. Ketika publik menaruh kepercayaan yang tinggi, lembaga pendidikan Islam akan berfungsi sebagai mercusuar di tengah badai ketidakpastian informasi. Dengan demikian, keberadaan Humas bukan lagi sekadar fungsi penunjang administratif, melainkan jantung dari ketahanan institusional yang memastikan bahwa misi pendidikan dan dakwah tetap berjalan beriringan, adaptif terhadap kemajuan zaman, namun tetap setia pada identitas luhur keislamannya.

Sinergi antara misi dakwah dan fungsi strategis Humas ini pada akhirnya akan melahirkan ekosistem pendidikan yang resilien dan berwibawa. Ketahanan institusional tersebut tidak hanya diukur dari kemampuan lembaga dalam meredam krisis, tetapi dari sejauh mana nilai-nilai Islami terinternalisasi dalam setiap interaksi publik yang dilakukan. Ketika etika komunikasi yang santun (*qaulan layyin*) dan kejujuran informasi menjadi fondasi utama, maka reputasi yang terbangun bukanlah sekadar komoditas citra semata, melainkan manifestasi dari kualitas spiritual dan intelektual institusi.

Pada titik puncaknya, lembaga pendidikan Islam akan menjelma menjadi episentrum peradaban yang mampu menjawab tantangan zaman tanpa kehilangan arah kompas moralnya. Hubungan yang harmonis dengan publik yang dibangun atas dasar kepercayaan dan transparansi akan menciptakan efek bola salju positif, di mana dukungan masyarakat mengalir secara sukarela sebagai bentuk kepemilikan bersama (*sense of belonging*). Dengan demikian, keberhasilan manajemen humas dalam konteks ini bukan hanya tentang memenangkan persepsi pasar, melainkan tentang memenangkan hati umat demi keberlangsungan pendidikan generasi masa depan yang berakhlakul karimah

3.3. Manajemen Komunikasi Strategis: Mengelola Opini Publik dan Citra Institusi

Opini publik bukanlah sebuah fenomena instan yang muncul tanpa landasan, melainkan sebuah konstruksi sosial yang lahir dari proses komunikasi yang kompleks dan berkelanjutan di tengah masyarakat. Secara teoretis, pembentukan opini publik ini mengikuti alur kognitif dan perilaku yang sistematis. Merujuk pada pemikiran Onong Uchjana Effendy, proses ini melibatkan empat tahapan krusial, yakni dimulai dari tahap perhatian (*attention*) di mana sebuah isu mulai disadari oleh khalayak, disusul dengan tahap pemahaman (*comprehension*) sebagai proses interpretasi informasi. Selanjutnya, masyarakat masuk pada tahap penerimaan (*acceptance*) terhadap pesan yang disampaikan, hingga akhirnya bermuara pada tahap tindakan (*action*) sebagai respons nyata terhadap persepsi yang telah terbentuk. Dalam konteks lembaga pendidikan, keberhasilan melewati tahapan-tahapan ini sangat bergantung pada efektivitas saluran komunikasi yang digunakan serta konsistensi pesan yang diterima oleh para pemangku kepentingan.

Di era digital saat ini, media memiliki peran deterministik sebagai katalisator dalam menyebarkan narasi dan membentuk persepsi kolektif masyarakat. Media sosial, khususnya, telah mentransformasi cara informasi mengenai lembaga pendidikan bersirkulasi; prestasi akademik maupun isu negatif dapat tersebar secara viral dalam waktu singkat. Fenomena ini menuntut fungsi Hubungan Masyarakat (Humas) di institusi pendidikan untuk tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi searah, tetapi harus mampu menjalankan fungsi manajemen isu (*issue management*) yang responsif. Kemampuan Humas dalam melakukan mitigasi krisis dan memberikan

klarifikasi yang tepat sangat menentukan apakah sebuah isu akan berkembang menjadi reputasi positif atau justru menjadi stigma negatif yang merugikan institusi di mata publik.

Lebih lanjut, pembentukan opini publik juga sangat dipengaruhi oleh keberadaan pemimpin opini (*opinion leaders*) yang memiliki otoritas moral di lingkungan sosial. Sosok seperti kepala sekolah, guru senior, tokoh masyarakat, hingga tokoh agama sering kali menjadi rujukan utama bagi masyarakat dalam memvalidasi kredibilitas sebuah lembaga pendidikan. Terutama dalam konteks lembaga pendidikan Islam, dimensi nilai-nilai religius dan moralitas menjadi variabel yang sangat sensitif. Masyarakat cenderung menyandarkan ekspektasi tinggi terhadap integritas etik para pendidik, sehingga pelanggaran moral sekecil apa pun dapat memicu sentimen negatif yang masif. Sebaliknya, pengalaman positif yang dirasakan langsung oleh wali murid melalui pelayanan yang prima akan menciptakan efek bola salju berupa promosi alami (*word-of-mouth*). Dengan demikian, opini publik pada akhirnya merupakan resultan dari interaksi dinamis antara kekuatan media, pengaruh otoritas tokoh, serta konsistensi lembaga dalam menjaga nilai-nilai sosial dan kualitas pengalaman nyata yang diberikan kepada masyarakat.

Manajemen opini publik merupakan determinan utama dalam aktivitas Hubungan Masyarakat (Humas) yang bertujuan untuk menyelaraskan persepsi publik dengan realitas objektivitas lembaga. Dalam konteks institusi pendidikan, strategi pengelolaan opini publik harus diimplementasikan melalui pendekatan transparansi informasi mengenai kebijakan dan program kerja guna membangun kepercayaan (*trust*) serta meminimalisir asimetri informasi. Implementasi ini sejalan dengan model komunikasi simetris dua arah dari Grunig & Hunt, yang menekankan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya terletak pada diseminasi pesan, tetapi juga pada kemampuan lembaga dalam menyerap aspirasi dan umpan balik dari publik melalui forum-forum dialogis seperti rapat komite maupun kanal digital interaktif. Selain itu, optimalisasi *media relations* menjadi instrumen krusial dalam memperluas jangkauan informasi positif sekaligus berfungsi sebagai mekanisme pertahanan dalam melakukan klarifikasi cepat terhadap isu-isu negatif yang berpotensi mendegradasi reputasi lembaga.

Lebih lanjut, integrasi nilai-nilai etis dalam praktik humas menjadi distingsi penting, khususnya bagi lembaga pendidikan Islam. Strategi komunikasi tidak hanya sekadar teknis-profesional, tetapi harus berlandaskan pada prinsip akhlakul karimah seperti kejujuran (*shiddiq*), amanah, dan adab berkomunikasi yang santun sebagai manifestasi dari *dakwah bil hal*. Pendekatan ini secara fundamental akan memengaruhi hubungan antara humas dan publik dalam menciptakan citra lembaga yang positif. Sebagaimana dikemukakan oleh Soemirat dan Ardianto, citra organisasi merupakan akumulasi kesan yang terbentuk dari pengetahuan dan pengalaman empiris khalayak terhadap organisasi tersebut. Oleh karena itu, citra yang luhur tidak sekadar dihasilkan melalui strategi promosi yang masif, melainkan dari integritas institusi dalam menjalankan visi dan misi pendidikannya. Dalam posisi ini, humas berfungsi sebagai garda terdepan dalam menjaga reputasi dan memastikan bahwa setiap aktivitas komunikasi mencerminkan sinergi antara nilai-nilai keislaman, profesionalisme, serta tanggung jawab sosial yang berkelanjutan.

3.4. Strategi Komunikasi Humas Dalam Penanganan Kenakan Siswa Dan Pemulihan Citra Positif Di SD Negeri 105/I Tanjung Pasir, Batang Hari, Jambi

Hubungan Masyarakat (Humas) dalam institusi pendidikan memegang peranan vital sebagai jembatan komunikasi strategis yang menghubungkan sekolah, orang tua, dan masyarakat. Di SD Negeri 105/I Tanjung Pasir, sebuah lembaga pendidikan dasar yang terletak di lingkungan agraris Kabupaten Batang Hari, peran Humas menjadi sangat krusial ketika institusi dihadapkan pada tantangan perilaku menyimpang siswa. Pada awal tahun ajaran 2024/2025, tercatat sekitar 20% dari total 52 siswa mengalami degradasi kedisiplinan, mulai dari perilaku membolos, keterlibatan perkelahian, hingga rendahnya etika terhadap pendidik. Kondisi geografis dan sosial ekonomi masyarakat yang didominasi oleh buruh dan petani menyebabkan lemahnya kontrol sosial orang tua di luar jam sekolah. Fenomena ini tidak hanya mencederai integritas akademik, tetapi juga memicu stigma negatif dari masyarakat yang menganggap sekolah gagal dalam menegakkan disiplin, sehingga berdampak langsung pada penurunan citra dan kepercayaan publik terhadap lembaga.

Implementasi Strategi dan Manajemen Krisis Merespons krisis reputasi tersebut, Humas SD Negeri 105/I Tanjung Pasir menjalankan fungsi manajemen komunikasi yang komprehensif melalui pendekatan *human relations*. Langkah strategis diawali dengan koordinasi internal untuk mengidentifikasi akar masalah, diikuti dengan peran mediator melalui pembentukan Forum Komunikasi Orang Tua dan Sekolah (FKOS). Melalui pendekatan persuasif dan empatik, Humas mampu mengubah paradigma penanganan siswa dari pola represif menjadi pola pembinaan karakter yang kolaboratif. Inovasi strategis lainnya adalah peluncuran "Gerakan Peduli Disiplin Siswa (GPDS)"

yang melibatkan sinergi lintas sektor dengan tokoh masyarakat, perangkat desa, hingga Babinsa. Program ini mengintegrasikan pengawasan lingkungan dengan penguatan nilai-nilai religius melalui kegiatan konseling, refleksi diri, dan kelas motivasi. Aktivitas ini merupakan bentuk nyata dari upaya humas dalam melakukan manajemen isu (*issue management*) secara taktis guna mengembalikan marwah institusi pendidikan.

Hasil dan Refleksi Teoretis Setelah implementasi program selama satu semester, efektivitas strategi komunikasi dua arah ini menunjukkan hasil yang signifikan. Data evaluasi mencatat peningkatan kehadiran siswa secara drastis dan penurunan angka pelanggaran tata tertib hingga tersisa 2%.

Keberhasilan ini tidak hanya memulihkan citra sekolah di mata publik, tetapi juga mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam mendukung program sekolah. Secara analitis, keberhasilan Humas dalam kasus ini dapat ditinjau melalui tiga fungsi utama: sebagai komunikator yang efektif, mediator krisis yang dialogis, dan fasilitator sosial yang mampu membangun kohesi antara sekolah dan keluarga. Praktik ini pada akhirnya merefleksikan nilai-nilai komunikasi pendidikan Islam yang mengedepankan prinsip *hikmah* dan *mau'idzatil hasanah*, membuktikan bahwa komunikasi yang humanis dan kolaboratif merupakan kunci utama dalam menjaga reputasi serta keberlanjutan mutu pendidikan di lingkungan masyarakat.

Analisis Sosiokultural dan Kontrol Sosial Masyarakat Secara sosiologis, efektivitas fungsi Humas di SD Negeri 105/I Tanjung Pasir tidak dapat dilepaskan dari pemahaman mendalam terhadap struktur masyarakat pedesaan. Lemahnya kontrol sosial yang sebelumnya terjadi merupakan implikasi dari pergeseran fokus masyarakat pada sektor ekonomi ekstraktif (petani dan penambang), sehingga fungsi pengawasan informal terhadap anak usia sekolah menjadi terabaikan. Dalam kondisi ini, Humas berperan sebagai agen perubahan (*agent of change*) yang merevitalisasi norma-norma sosial melalui keterlibatan tokoh masyarakat. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai kearifan lokal ke dalam program sekolah, Humas berhasil menciptakan lingkungan pendidikan yang bersifat ekosistemik, di mana pengawasan siswa tidak lagi terbatas pada pagar sekolah, melainkan menjadi tanggung jawab kolektif seluruh warga dusun.

Implementasi Model Komunikasi Symmetrical Two-Way dalam Praktik Keberhasilan program FKOS (Forum Komunikasi Orang Tua dan Sekolah) dan GPDS membuktikan bahwa penerapan model komunikasi simetris dua arah dari James Grunig merupakan solusi atas kebuntuan komunikasi birokratis. Humas tidak lagi memposisikan sekolah sebagai otoritas tunggal yang hanya memberikan sanksi, tetapi membuka ruang dialog yang inklusif bagi orang tua untuk berbagi kendala domestik mereka. Transparansi dalam pengelolaan data pelanggaran siswa yang disajikan secara empatik mampu mereduksi resistensi orang tua, sehingga tercipta komitmen bersama. Hal ini menunjukkan bahwa kredibilitas lembaga pendidikan di mata publik sangat bergantung pada kemampuan Humas dalam mengelola ekspektasi *stakeholder* melalui komunikasi yang jujur dan transparan (*accountability*).

Resonansi Nilai Islami dalam Etika Humas Dalam perspektif komunikasi pendidikan Islam, langkah-langkah yang diambil oleh Humas SD Negeri 105/I Tanjung Pasir merupakan manifestasi dari prinsip *Qaulan Layyin* (perkataan yang lemah lembut) dan *Qaulan Sadid* (perkataan yang benar). Penggunaan media sosial dan grup WhatsApp sebagai sarana koordinasi harian bukan sekadar modernisasi alat komunikasi, melainkan upaya untuk menjalin *silaturahmi* yang intensif guna mencegah terjadinya *su'udzon* (prasangka buruk) masyarakat terhadap kinerja guru. Integrasi antara nilai profesionalisme modern dengan nilai etika religius ini menciptakan sebuah model Humas pendidikan yang unik, di mana reputasi sekolah tidak dibangun melalui pencitraan semu, melainkan melalui integritas akhlak dan konsistensi pelayanan yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat desa.

Kesimpulan Strategis dan Rekomendasi Sebagai simpulan, transformasi citra yang dialami oleh SD Negeri 105/I Tanjung Pasir menegaskan bahwa tantangan internal berupa kenakalan siswa dapat dikonversi menjadi peluang penguatan reputasi melalui manajemen humas yang tepat. Keberhasilan menekan angka pelanggaran hingga 2% dan pemulihan kepercayaan publik memberikan pelajaran penting bahwa humas sekolah dasar di daerah pedesaan harus memiliki fleksibilitas peran—menjadi pendidik sekaligus diplomat sosial. Penelitian ini merekomendasikan agar model "Gerakan Peduli Disiplin Siswa" dapat direplikasi oleh lembaga pendidikan lain yang menghadapi karakteristik sosial masyarakat serupa, dengan tetap mengedepankan sinergi antara sekolah, keluarga, dan lingkungan sosial sebagai pilar utama keberhasilan pendidikan karakter.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi Hubungan Masyarakat (Humas) yang efektif dalam memitigasi opini publik negatif akibat kenakalan siswa di SD Negeri 105/I Tanjung Pasir dilakukan melalui pendekatan komunikasi dua arah yang simetris, transparan, dan berbasis nilai kemanusiaan serta etika Islami. Strategi ini berhasil menurunkan angka pelanggaran disiplin siswa secara signifikan dari 20% menjadi hanya 2%, sekaligus memulihkan citra lembaga di mata masyarakat pedesaan. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa pemulihan kepercayaan publik tercapai ketika Humas mampu bertransformasi dari sekadar fungsi administratif menjadi mediator dan fasilitator sosial yang membangun sinergi antara sekolah, keluarga, dan tokoh masyarakat. Keberhasilan ini ditandai dengan munculnya dukungan kolektif dari masyarakat yang kini menjadikan sekolah tersebut sebagai percontohan pembinaan karakter di wilayahnya. Implikasi dari penelitian ini menegaskan bahwa kredibilitas lembaga pendidikan tidak hanya ditentukan oleh prestasi akademik, tetapi oleh kemampuan manajemen komunikasi publik dalam mengelola isu-isu sensitif secara jujur dan berkelanjutan. Secara praktis, model "Gerakan Peduli Disiplin Siswa" (GPDS) dan forum dialogis dapat diaplikasikan pada lembaga pendidikan lain yang memiliki karakteristik sosial-ekonomi serupa, khususnya di wilayah pedesaan yang mengedepankan nilai-nilai kearifan lokal dan religiusitas. Spekulasi ke depan menunjukkan bahwa di era digital, penguatan fungsi *cyber-public relations* yang berbasis pada prinsip verifikasi informasi (*tabayyun*) akan menjadi instrumen krusial dalam menjaga marwah institusi dari arus opini publik yang dinamis. Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan adanya penelitian lebih lanjut mengenai efektivitas penggunaan media sosial spesifik dalam menjangkau orang tua di daerah dengan akses teknologi yang terbatas guna memperkuat kontrol sosial secara daring.

Referensi

1. Ardianto, E. (2011). *Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
2. Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* (Edisi Revisi). Jakarta: Raja Grafindo Persada.
3. Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th Ed.). New Jersey: Pearson Education.
4. Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
5. Eriyanto. (2018). *Media dan Opini Publik*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
6. Jefkins, F. (2003). *Public Relations* (Edisi Kelima). Jakarta: Erlangga. Muhaimin. (2003). *Paradigma Pendidikan Islam: Upaya Mengefektifkan Pendidikan Agama Islam di Sekolah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
7. Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
8. Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Ruslan, R. (2010). *Etika dan Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
9. Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
10. Saleh, A. (2021). *Etika Profesi Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media. Soemirat, S., & Ardianto, E. (2022). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
11. Suryosubroto, B. (2009). *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
12. Tilaar, H. A. R. (2002). *Perubahan Sosial dan Pendidikan: Pengantar Pedagogik Transformatif untuk Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
13. Ruslan, R. (2014). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
14. Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif disertai Contoh Analisis Media, Public Relations, Periklanan, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
15. Kent, M. L., & Lane, A. B. (2021). Two-way communication, symmetry, negative spaces, and dialogue. *Public Relations Review*, 47(2)