

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokus Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah dan Profil Yayasan Ar-Rahman Islamic School**

Ar-Rahman Islamic School adalah lembaga pendidikan formal yang didirikan oleh Yayasan Ikhlasul Amal Bukit Cinere dan dikelola secara profesional untuk ikut berpartisipasi dalam mewujudkan dan meningkatkan kecerdasan bangsa. Nama tersebut diambil dari salah satu Asmaul Husna yaitu nama baik Allah SWT yang terdiri dari 99 nama, yang merupakan salah satu nama Allah yang paling menonjol dan paling sering muncul dalam Al Qur'an. Pemilihan nama Ar-Rahman juga sejalan dengan nama masjid Baiturrahman yang dimiliki Yayasan Ikhlasul Amal Bukit Cinere dan dalam perkembangan selanjutnya akan dijadikan sebagai pusat kegiatan pendidikan. .

Ar-Rahman Islamic School (AIS) yang didirikan tanggal 21 Desember 2003 berada di bawah Yayasan Ikhlasul Amal Bukit Cinere (YIA-BC) yang bergerak di bidang sosial, pendidikan, kemanusiaan dan keagamaan. AIS didirikan sebagai realisasi dari maksud dan tujuan YIA-BC yang antara lain menyelenggarakan dan membina pendidikan yang berkualitas dan bernapaskan Islam.

Pada Tahun Pelajaran 2004-2005 AIS telah berhasil membuka pendidikan tingkat Kelompok Bermain dan Taman Kanak-Kanak. Lalu pada tahun 2006 AIS membuka jenjang pendidikan Sekolah Dasar (SD). Selanjutnya, dengan dibukanya jenjang Pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) pada tahun 2012, diharapkan cita-cita Yayasan Ikhlasul Amal – Bukit Cinere untuk mewujudkan Ar-Rahman Islamic Center semakin dekat.

#### **4.1.2 Logo Instansi Yayasan Ar-Rahman Islamic School**

**Gambar 4.1**

**Logo Yayasan Ar-Rahman Islamic School**



<https://arrahman-islamic.sch.id/profile/>

#### **4.1.3 Visi Yayasan Ar-Rahman Islamic School**

Terwujudnya Lembaga Pendidikan Islam Unggul dalam Membina Generasi Ulul Albab.

#### **4.1.4 Misi Yayasan Ar-Rahman Islamic School**

- a. Menyelenggarakan dan membina pendidikan yang bernapaskan Islam dalam arti yang seluas-luasnya, mulai dari Kelompok Bermain (KB), Taman Kanak-Kanak (TK), SD,SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi (PT) secara bertahap;
- b. Membentuk generasi ulul albab yang beriman, bertakwa, cerdas, kreatif, mandiri, terampil, dan berakhlakul karimah;
- c. Membantu pemerintah dalam mencapai tujuan pendidikan nasional.

#### **4.1.5 Lokasi Yayasan Ar-Rahman Islamic School**

Jl. Bukit Raya Cinere Blok D No.185 Gandul Kecamatan Cinere, Kota Depok.

### **4.2 Hasil Penelitian**

Pada bagian ini berisi mengenai analisis dari penelitian berupa data dan fakta yang telah ditemukan dilapangan secara langsung, serta disesuaikan dengan kepustakaan yang digunakan untuk mengetahui strategi *Public Relations* dalam mempertahankan citra Ar-Rahman Islamic School Depok.

Mengingat penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, serta dengan pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi, maka hasil penelitian ini disajikan dan dianalisis berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan sebagai berikut:

1. Informan I, menjabat sebagai Humas Yayasan Ar-Rahman Islamic School. Telah bekerja selama 5 tahun (Januari 2015 – Sekarang)
2. Informan II, menjabat sebagai Kepala Sekolah SD Yayasan Ar-Rahman Islamic School. Telah bekerja selama 9 tahun (September 2010 – sekarang)
3. Triangulasi, Wali Murid. Telah menjadi wali murid selama 3 tahun (Juni 2018-sekarang)

Wawancara yang dilakukan meliputi pertanyaan-pertanyaan mengenai bagaimana strategi *Public Relations* dalam mempertahankan citra Ar-Rahman Islamic School Depok. Maka pada bab ini akan diuraikan secara mendalam mengenai fenomena tersebut. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka deskripsi hasil penelitian ini dibagi menjadi dua bagian. Pertama, untuk mengetahui *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School dapat melakukan pendekatan persuasif dan edukatif. Kedua, mengetahui kegiatan *Public Relations* Ar-Rahman *Public Relations* dapat melakukan pendekatan tanggung jawab sosial humas.

Berikut ini adalah hasil temuan penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan dua informan yang berkepentingan di Yayasan Al-Hamidiah. Hasil wawancara ini juga merupakan jawaban yang tertuang dalam rumusan masalah penelitian ini mengenai “bentuk bentuk strategi *Public Relations* Ar-rahman Islamic *Public Relations* dalam mempertahankan citra”.

Sebelum mengetahui lebih lanjut tentang strategi *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School dalam mempertahankan citra, terlebih dahulu akan

dibahas mengenai latar belakang atau maksud dan tujuan Ar-Rahman Islamic School dalam menerapkan bentuk-bentuk strategi *Public Relations* untuk mempertahankan citranya. Seperti yang dijelaskan oleh Informan II Ar-Rahman Islamic School sebagai berikut:

“Jadi tujuan Ar-Rahman melakukan pendekatan persuasive dan edukatif, dan *Public Relations* karena memang itu merupakan hal yang harus dicapai sehingga humas dapat memberikan informasi kepada masyarakat serta memberikan manfaat untuk masyarakat.”(Hasil wawancara Informan II 25/08/2020)

Sebagaimana diketahui bahwa di zaman sekarang memang menyampaikan informasi cukup lewat *Public Relations* saja, tetapi menurut humas Ar-Rahman Islamic School menyampaikan informasi lebih baik terjun kelapangan agar bisa lebih dekat dengan masyarakat sekitar serta dapat membuat opini-opini secara langsung. Informan I menambahkan :

“membuat opini kepada masyarakat tentu tidak mudah sekali, itu juga kita melakukan hal tersebut karena kita ingin apa yang kita lakukan ini sangat membekas untuk masyarakat sehingga mereka bisa memberikan *Public Relations* yang positif.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

Bentuk-bentuk *Public Relations* di Ar-Rahman Islamic School diharapkan bisa mempertahankan citra. Karena jika citra yang dibentuk baik maka sumber

daya manusia pun akan semakin bertambah. Seperti yang Informan I tambahkan:

“adanya humas itu sangat membantu, kenapa saya bilang sangat membantu karena konsep untuk pendekatan ke masyarakatnya bisa tersusun secara rapih sehingga tau mana yang harus dijalankan, dan bila sudah berjalan itu bisa membuat masyarakat tau bahwa kami itu sangat peduli oleh lingkungan sekitar.”(Hasil wawancara informan I pada 25/08/2020)

Pernyataan dari dua informan tersebut sejalan dengan teori Rosady Ruslan (2014) yang menyatakan bahwa fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan menggunakan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya. Dan Pendekatan tanggung jawab sosial humas, Menumbukan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasarannya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

#### **4.2.1 Pendekatan Persuasive dan Edukatif *Public Relations* Ar-Rahman *Public Relations* dalam mempertahankan citra.**

Dalam menciptakan komunikasi dua arah kepada publiknya untuk menyebarkan informasi yang mendidik dan memberikan penerangan, humas Ar-Rahman Islamic School mengadakan *Public Relations* sebagaimana yang disampaikan informan I sebagai berikut.

“Sekolah kita mempunyai *Public Relations* tahunan yaitu seminar parenting yang wajib di ikuti oleh seluruh orang tua murid atau wali murid.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

*Public Relations* tahunan seminar *Public Relations* yang diadakan tiap tahun dan wajib diikuti oleh seluruh orang tua atau wali murid ini sama seperti yang disampaikan oleh informan II.

“Yaa, *Public Relations* rutinan sekolah kami yaitu seminar *Public Relations*, cukup mambangun citra yang baik ya mba apa lagi dengan orang tua murid.”(Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020)

Lalu konsep *Public Relations* seminar *Public Relations* itu dengan mengundang seluruh orang tua murid dan diberikan penjelasan mengenai bagaimana cara mendidik anak dengan baik, seperti yang disampaikan informan I.

“Kami pihak sekolah mengadakan seminar *Public Relations* dengan mengundang seluruh wali murid untuk mengikutinya seminar yang setiap tahunnya berbeda tema, contohnya yang pernah kita lakukan itu mengenai mendidik anak dengan baik dan dalam seminar tersebut sekolah juga menunjukkan kepedulian kepada mental seluruh muridnya, baik itu disekolah maupun dirumah.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

Sependapat dengan informan I, informan II juga mengatakan bahwa seminar *Public Relations* ini wajib dihadiri oleh seluruh orang tua

murid dan di dalam seminar tersebut orang tua murid diberikan penjelasan bagaimana mendidik anak yang baik.

“Konsep nya setiap tahun Ar-Rahman Islamic School pasti mengadakan seminar parenting yang wajib dihadiri wali murid, dan untuk *Public Relations* yang sudah kita lakukan yaitu pernah mengadakan seminar cara mengasuh anak yang positif sehingga wali murid diberi pengertian pentingnya pola asuh anak yang baik.”(Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020).

**Gambar 4.2**  
**Dokumentasi kegiatan seminar *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School**



Dalam melakukan *Public Relations* tersebut, pihak sekolah membentuk panitia agar *Public Relations* seminar *Public Relations* tersebut berjalan dengan lancar, seperti yang disampaikan informan I.

“Setiap diadakan nya seminar *Public Relations* bukan hanya humas yang bertanggung jawab, seluruh pihak sekolah juga ikut berpartisipasi dengan membentuk panitia untuk menjalankan *Public Relations*

tersebut agar seminar bisa berjalan sesuai dengan yang diharapkan.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

Informan II juga mengatakan bahwa *Public Relations* seminar *Public Relations* tersebut terdapat panitia penyelenggara agar acara tersebut tersusun dengan rapih dan lancar.

“Setiap kegiatan selalu ada panitia mba jadi acara tersusun dengan rapih dan lancar.”(Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020)

*Public Relations* seminar *Public Relations* ini sudah berjalan dua kali pada tahun 2018 dan 2019, namun tahun ini tidak diadakan dikarenakan covid-19 ini, seperti yang disampaikan informan I.

“Baru dua kali aja mba, seminar *Public Relations* berlangsung sejak tahun 2018 dan 2019. Dan kebetulan tahun ini ada kendala covid pihak sekolah tidak menyelenggarakannya.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020).

Sependapat dengan informan I, informan II juga mengatakan bahwa seminar *Public Relations* ini sudah berjalan dua kali pada tahun 2018 dan 2019.

“Sudah berlangsung dua kali mba tahun 2018 dan 2019.” (Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020).

*Public Relations* seminar *Public Relations* tersebut diadakan untuk menumbuhkan rasa kepedulian orang tua murid dengan cara mendidik anak dengan baik dimulai dari rumah dan memberikan rasa kepercayaan kepada orang tua bahwa pihak sekolah juga peduli dengan pendidikan anak muridnya, seperti yang telah disampaikan oleh informan I.

“iya mba, *Public Relations* yang kita lakukan itu bukan hanya sembarang acara tapi mengandung makna contohnya parenting untuk orang ta kemaritiu untuk menumbuhkan rasa kepedulian orang tua murid dengan cara mendidik anak dengan baik dimulai dari rumah, dan memberikan rasa kepercayaan kepada setiap orang tua murid

bahwa pihak sekolah peduli sepenuhnya dengan pendidikan murid murid nya.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

Sesependapat dengan informan I, informan II juga mengatakan bahwa seminar *Public Relations* ini dilakukan untuk menumbuhkan rasa kepedulian orang tua murid dan menumbuhkan rasa kepercayaan kepada orang tua murid.

“iya mba, orang tua sekarang kan sibuk-sibuk banget nih yaa jadi ya biar mereka sibuk tapi kan mereka punya anak yang perlu di perhatikan juga. Agar meningkatkan kepedulian orangtua tentang pola asuh anak dan memberitahu juga kalau sekolah juga peduli dengan murid disekolah .”(Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020)

*Public Relations* seminar *Public Relations* ini juga sangat berpengaruh untuk mempertahankan citra sekolah Ar-Rahman ini, seperti yang dikatakan oleh informan I sebagai berikut.

“ Jelas ya mba pengaruhnya besar sekali, karna dengan adanya *Public Relations* ini dapat meningkatkan kepercayaan orang tua murid karna sudah menyekolahkan anak anak mereka di Ar-Rahman Islamic School, selain itu kan mba tau ya kalo ibu-ibu mulutnya seperti apa, nah karena mereka tuh mba kadang *Public Relations* kita tuh ramai. Memang kebetulan *Public Relation* tahunan ini kan setiap tahun pasti ada ya mba dan pesertanya bebas mba ga hanya lingkup Ar-Rahman tapi umum. kami sangat menghargai banget tuh mba, karena berkat mereka banyak calon wali murid Ar-rahman mendengar bisikan-bisikan sekolah di Ar-Rahman aja gitu ya mba.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020).

Informan II juga sesependapat dengan informan I bahwa seminar tersebut sangat berpengaruh dalam mempertahankan citra sekolah Ar-Rahman.

“yaa sangat berpengaruh ya mba, karna dengan adanya kegiatan event ini kan engga cuman wali murid mba yang bisa ikut, orang luar pun bisa mba ikut sebenarnya, maka dari itu kita sangat bersyukur banget

karena dengan adanya event tahunan ini selalu nambah sdm kita mba”.(Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020).

Melalui hasil wawanacra triangulasi yang telah dilakukan, triangulasi dalam hal ini menjabat sebagai ketua paguyuban Ar-Rahman Islamic School akan menjelaskan pendapatnya mengenai hasil dari startegi *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School dalam mempertahankan citra. Menurutnya kegiatan yang dilakukan Ar-Rahman Islamic School sebagai berikut:

“Terus terang saja, untuk kegiatan yang dilakukan Ar-Rahman Islamic School sangat kreatif yaa karena kita yang para orang tua jadi bisa menambah ilmu lagi tentang mendidik anak-anak yang benar dan membuat kita sadar kalo pendidikan bukan hanya disekolah tetapi dirumah juga penting sekali.” (Hasil wawancara 26/08/2020).

Sebelumnya wali murid Ar-Rahman Islamic School tidak secara menyeluruh berpartisipasi dengan adanya kegiatan atau acara yang diadakan Ar-Rahman Islamic School . Namun sejak adanya informasi wajib mengikuti kegiatan parenting wali murid mengikutinya.

“Namun, walaupun kita tidak terlalu sering berkomunikasi dengan baik ya mba, tapi saya sendiri harus menyampaikan dan mengajak wali murid yang lain untuk ikut berpartisipasi karena kan buat nambah ilmu juga ya mba jadi kalo bisa ya ikut semua, lagian kegiatannya juga wajib mba sayang banget kalo ga hadir.” (Hasil wawancara 26/08/2020)

Ia juga mengatakan terkait pendapat dan tanggapan Wali murid lain tentang kegiatan parenting di Ar-Rahman Islamic School sebagai berikut:

“Sangat baik tanggapan dari mereka. Karna acaranya bagus ya mba seminarnya mendidik buat kita para orang tua, hal hal yang seperti ini yang kadang banyak sekolah lupa tapi Ar-Rahman Islamic Shcool punya ide yang bagus ngadain seminar seperti ini.”(Hasil wawancara 26/08/2020)

Kemudian apakah masyarakat atau publik secara luas mengetahui adanya kegiatan *Public Relations* Ar-Rahman, triangulasi mengatakan publik mengetahui adanya kegiatan tersebut khususnya bagi para wali murid dan calon wali murid diberbagai seluruh Indonesia.

“Dari grup paguyuban Ar-Rahman Islamic School tersebut kan banyak wali santri yang wilayahnya disebrang seperti lampung, padang, berbagi suku lah ya mba, jadi mereka juga ikut berpartisipasi gitu buat nyebarin informasi kegiatan sekolah mba. Jadi lumayan si mba yang daftar kesini bukan warga Depok sama Jakarta aja tapi dari Sulawesi atau sumatera pun ada.”(Hasil wawanacra 26/08/2020)

Terkait hal yang melatarbelakangi Ar-Rahman Islamic School membuat seminar *Public Relations* sebagai sarana kegiatan. Dijelaskan oleh triangulasi sebagai berikut:

“ Yang Paling utama untuk memberikan edukasi kepada orang tua cara mendidik anak yang baik dan mungkin untuk menjalin hubungan dengan para wali murid agar lebih menjaga silaturahmi, dan juga peduli dengan pendidikan muridnya di rumah.”(Hasil wawancara triangulasi 26/08/2020).

#### **4.2.2 Tanggungjawab sosial *Public Relations* Ar-Rahman Islamic school dalam mempertahankan citra.**

*Public Relations* sekolah merupakan tanggung jawab sosial sekolah kepada masyarakat khususnya masyarakat terdekat sekitar sekolah. Kegiatan *Public Relations* Ar-Rahman yaitu kegiatan *Public Relations* yaitu menggalang dana untuk para tunadaksa, seperti yang telah disampaikan oleh informan I.

“Ya memang sengaja diadakan social ya mba karena kegiatan ini kan sangat bermanfaat untuk orang lain, selain itu bisa selalu bersedekah juga mba. Sekolah kami mengadakan kegiatan *Public Relations* yang bekerja sama dengan Yayasan Maha Karya sekaligus menggalang dana untuk program “Kaki Ku Kini Kembali – *Public Relations*” Ar-Rahman Islamic School memberikan bantuan kaki palsu setiap tahun nya terhadap penderita Tuna Daksa.”(Hasil wawancara pada 24/08/2020)

Informan II juga menyampaikan hal yang sama seperti informan I, bahwa *Public Relations* merupakan kegiatan *Public Relations* Ar-Rahman.

“Bener mba Sekolah melakukan kegiatan *Public Relations* yaitu menggalang dana untuk membuat kaki palsu untuk teman teman tunadaksa.”(Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020)

### **Gambar 4.3** **Dokumentasi kegiatan Special Day Ar-Rahman Islamic School**



Informan I mengatakan bahwa perencanaan dalam special day ini dengan menggalang dana untuk kaki palsu dan juga memberikan edukasi kepada murid melalui kisah inspiratif dari teman-teman tuna daksa.

“Jadi, setiap tahun nya dalam pelaksanaan *Public Relations* murid diberikan pemahaman tentang pengenalan arti tunadaksa. Bukan hanya, memberikan bantuan dana saya tetapi murid juga mendengarkan langsung cerita inspiratif dari penyandang tunadaksa sehingga mampu menumbuhkan rasa simpati dan empati terhadap kawan kawan disana

yang memiliki kelebihan khusus.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

Informan II juga sependapat dengan informan I bahwa perencanaan *Public Relations* dilakukan dengan menggalang dana dan memberikan kisah inspiratif dari teman-teman tuna daksa.

“Dengan menggalang dana untuk kaki palsu, bukan hanya itu tetapi memberikan edukasi kepada murid murid melalui kisah inspiratif dari teman teman tunadaksa. Dan juga mendidikan murid untuk menumbuhkan rasa kepedulian terhadap sesamanya.”(Hasil wawancara informan II pada 24/08/2020)

*Public Relations* ini perlu dilakukan untuk menumbuhkan rasa peduli terhadap sesama dan sudah merupakan tanggung jawab sekolah untuk membantu sekitar, seperti yang telah disampaikan oleh informan I.

“baik, mungkin kalo di sebagian kantor-kantor *Public Relations* itu wajib ya mba, sebenarnya Ar-Rahman itu memang harus mempunyai sosial yang tinggi untuk menumbuhkan rasa kepedulian terhadap sesama, dan sudah menjadi hal yang sangat wajib sekolah bisa membantu sekitarnya.”(Hasil wawancara pada 24/08/2020)

Informan II juga mengatakan bahwa kita harus membantu sesama dan menumbuhkan rasa kepedulian terhadap sesama kepada murid.

“Karna sekolah juga perlu membantu sesamanya juga ya mba, dan juga mengajarkan kepada murid agar peduli terhadap sesama.”(Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020)

Informan I mengatakan bahwa kegiatan *Public Relations* ini sangat berpengaruh terhadap citra baik sekolah.

“Sangat berpengaruh, karna dengan meningkatnya citra sumber daya manusia pun akan semakin meningkat, dan opini-opini positif pasti akan muncul selain itu nama baik sekolah pun ikut terangkat.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

Sesependapat dengan informan I, informan II juga mengatakan bahwa berkat kegiatan *Public Relations* ini sekolah mendapatkan banyak murid-murid baru dan sekolah juga di kenal baik oleh masyarakat.

“Pasti ya berpengaruh ya mba, karna setiap tahun nya jumlah murid makin bertambah .”(Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020).

Selain itu ia juga Triangulasi juga menjelaskan bagaimana respon khalayak Ar-Rahman Islamic School terhadap kegiatan yang dilakukan. Menurutnya khalayak Ar-Rahman Islamic School merespon sangat baik.

“respon masyarakat sangat baik ya mba, karena mereka aja yang anaknya gasekolah disitu mau ikut berpartisipasi dalam acara tersebut. Dan menurut saya untuk sekolah Ar-Rahman yang saya tau ya berdirinya sudah mempunyai nama yang baik di masyarakat.”(Hasil wawancara 26/08/2020).

Kemudian ia juga memberikan harapan untuk kegiatan Ar-Rahman Islamic School.

“Untuk harapan kedepannya, diharapkan terus bisa bantu sesama yang membutuhkan karna kan bisa salah satu pendidikan penting juga buat anak untuk menumbuhkan rasa kepedulian terhadap sesama, bukan cuma pendidikan saja yang diajarkan disekolah rasa peduli juga perlu diajarkan disekolah mulai sejak dini kan mba.”(Hasil wawancara 26/08/2020).

Kegiatan strategi *Public Relations* Ar-Rahman Islamic School ini menurutnya dapat memberikan solusi yang tepat untuk mempertahankan citra Ar-rahman Islamic School. Ia mengatakan bahwa saat ini semua kegiatan *Public Relations* dan *Public Relations* sangat perlu dilakukan untuk menumbuhkan sifat kepedulian pada diri anak dan orang tua.

#### **4.2.3 Faktor pendukung dan penghambat *Public Relations* Ar-Rahman Islamic school dalam menjalankan strategi guna mempertahankan citra.**

Informan I mengatakan bahwa faktor yang menghambat yaitu kurangnya staff humas untuk membantu setiap kegiatan, karena humas di sekolah Ar-Rahman hanya satu orang.

“Ya kendalanya itu, kita belum ada tenaga yang membantu saya (humas) seperti tim redaksi, Mas Syahrul ( IT) itu memang ngebantu kalo ada problem teknis saja, jadi saya kualahan juga ya kalau ada setiap respon dari luar atau dari dalam ataupun memikirkan setiap kegiatan kegiatan baru, paling dibantu guru atau staf yang lain nya.”(hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

Informan II juga sependapat dengan informan I yang menyatakan bahwa kurangnya humas untuk melakukan setiap kegiatan sekolah, jadi masih banyak guru yang ikut membantu kegiatan humas.

“ Ya kendalanya kurang tenaga ya, saya melihat mas ary (Humas) itu emang sigap dalam memikirkan setiap kegiatan yang berhubungan dengan humas tapi dia kadang ya ngeluh ya, ngeluhnya itu ya karena engga ada yang ngebantu dia dalam ide-ide baru ya paling dibantu guru atau staf yang lain nya, tapi tetap saja ya harusnya ada bagian khususnya lagi ga sendirian.”(Hasil wawanacara informan II pada 25/08/2020).

Triangulasi pun juga menyatakan bahwa ada nya faktor pendukung dan penghambat dalam setiap kegiatan sekolah, banyak orang tua murid yang ikut serta dalam setiap kegiatan kesekolah dan ada juga yang masih acuh.

“menurut saya mba banyak orang tua yang ikut hadir disetiap kegiatan kegiatan bisa berjalan lancar, kalau kendalanya mungkin ada beberapa orang tua murid yang tidak hadir sehingga tidak mengetahui isi kegiatan nya, pihak sekolah juga tidak men share kegitan ke orang tua murid yang tidak hadir.” (Hasil wawancara Triangulasi pada 26/08/2020).

Adapun hasil wawancara dengan pihak terkait untuk mempertahankan citra dalam setiap kegiatan yang dilakukan Ar-Rahman Islamic School. Informan I mengatakan bahwa persepsi citra sekolah Ar-Rahman ini baik ditandai dengan meningkatnya murid-murid yang bersekolah di Ar-Rahman ini.

“Menurut saya sudah cukup baik ya mba, karena masyarakat diluar sana menerima baik dan mereka selalu antusias jika kita melakukan *Public Relations*, lalu dengan meningkatnya sumber daya manusia di Ar-Rahman Islamic School setiap tahun nya.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

Informan II mengatakan bahwa citra sekolah Ar-Rahman baik ditandai dengan masyarakat yang merespon baik di setiap kegiatan yang dilakukan oleh Ar-Rahman.

“Menurut saya citranya baik ya mba karna masyarakat merespon baik disetiap kegiatan.”(Hasil wawancara informan II pada 24/08/2020)

Informan I mengatakan bahwa informasi yang telah disampaikan sekolah Ar-Rahman sudah dapat mempengaruhi masyarakat ditandai dengan peningkatan jumlah murid.

“menurut saya si sudah, bisa dilihat dari kegiatan *Public Relations* sosial, siswa-siswi disini pun jiwa empatinya mulai terbentuk ya mba, dan peningkatan jumlah sdm disetiap tahun nya.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020)

Informan II juga sependapat bahwa informasi yang disampaikan sekolah sudah mempengaruhi masyarakat ditandai dengan banyak masyarakat yang menyekolahkan anaknya di Ar-Rahman.

“sudah mba, karena saya juga lumayan lama disini dan melihat perkembangannya selalu meningkat sumber daya manusianya, lalu banyak respon baik juga.”(Hasil wawancara informan II pada 25/08/2020).

Tindakan yang diambil masyarakat terhadap sekolah yaitu mendukung setiap kegiatan sekolah dan masyarakat percaya untuk menyekolahkan anaknya di Ar-Rahman. Respon masyarakat dengan adanya Ar-Rahman Islamic School juga cukup baik karena mereka antusias dengan adanya sekolah islam disekitar mereka, seperti yang dikatakan oleh informan I.

“Jika respon masyarakat sekitar lumayan antusias karna adanya sekolah yang berbasis islamic disekitar mereka, kalau dengan masyarakat luas terlihat baik dengan meningkatnya jumlah siswa disetiap tahun.”(Hasil wawancara informan I pada 24/08/2020).

Menurut informan II respon masyarakat juga baik ditandai dengan banyak masyarakat yang menyekolahkan anaknya di Ar-Rahman.

“Saya rasa baik mba, karena dengan meningkatnya sdm juga kan ya mba bisa memberikan reputasi sekolah dengan baik apalagi kita juga ada kegiatan yang akhif setiap tahunnya itu juga bisa membentuk opini masyarakat.” (Hasil wawancara pada 25/08/2020) .

### **4.3 Pembahasan Hasil Penelitian**

Pada pembahasan ini, selanjutnya akan dibahas berdasarkan deskripsi hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya dari data-data yang diperoleh selama penelitian. Sebagai landasan pedoman penelitian pada strategi *Public Relations* Ar-Rahman *Public Relations* dalam mempertahankan citra. Menurut teori Rosady Ruslan (2014) yang menyatakan bahwa fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbal balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan menggunakan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya.

Dan Pendekatan tanggung jawab sosial humas, Menumbukan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sarasanya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

#### **a. Pendekatan persuasive dan edukatif**

Dalam tahapan ini, penelitian yang dihasilkan adalah mengetahui upaya yang *Public Relations* Ar-rahman Islamic School dalam melakukan kegiatan *Public Relations* parenting disekolah sangat di butuhkan, karena dengan adanya kegiatan tersebut banyak terciptanya hal positif. Dalam pelaksanaannya mereka menyampaikan bahwa tidak ada perbedaan antara sekolah dengan rumah, keduanya sama-sama berperan penting untuk anak-anak. mereka juga

mengatakan bahwa semua staff dan wali murid ikut melaksanakan kegiatan ini karena itu merupakan tanggung jawab bersama dalam mendidik anak-anak.

Kegiatan *Public Relations* dilaksanakan sejak 2018 dengan tema yang berbeda. Target pelaksanaan kegiatan mereka menyeluruh ke semua masyarakat terutama orang tua. Menyampaikan segala bentuk informasi sesuai dengan tema kegiatan yang dilakukan memang dapat membuat opini positif kepada masyarakat tentang citra dari Ar-Rahman Islamic School.

*Public Relations* yang dilakukan oleh Ar-rahman Islamic School memberikan pengetahuan kepada orang tua agar selalu mengawasi anak-anaknya dirumah, dan mendidik anak-anaknya bukan hanya menitipkan anak-anaknya disekolah tetapi juga perlu pendidikan dirumah agar anak-anak semakin cerdas dalam berfikir.

#### **b. Pendekatan tanggungjawab sosial**

Pada tahap ini akan membahas mengenai aktifitas *Public Relations* yang dilakukan oleh Ar-Rahman Islamic School. Ar-Rahman Islamic School sudah melakukan kegiatan *Public Relations* sejak berdirinya sekolah ini. Hanya saja mereka tidak terlalu memperlihatkannya, dan Ar-rahman Islamic School memberi nama *Public Relations*.

*Public Relations* adalah dimana nanti pihak sekolah mendatangi tuna daksa untuk bercerita didepan siswa-siswi Ar-rahman Islamic School dan memberi motivasi kepada siswa-siswi. Selain itu juga tuna daksa ini di beri kaki palsu oleh Ar-Rahman Islamic School agar mereka bisa berjalan layaknya seperti orang normal. Dan Ar-Rahman selalu memberikan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan . kegiatan tersebut selalu diinformasikan kepada wali murid agar mereka juga ikut serta dalam menyalurkan rezekinya, dan memberikan edukasi kepada siswa-siswi Ar-Rahman Islamic School.

### **c. Faktor Pendukung dan Penghambat**

Humas Ar-Rahman Islamic School Depok banyak mempunyai faktor yang dapat mendukung maupun menghambat mereka dalam melakukan segala kegiatan mereka. Faktor yang dapat mendukung kegiatan mereka antara lain berasal dari *Public Relations* dan *Public Relations*, faktor pendukung *Public Relations* yang berasal dari dalam Ar-Rahman Islamic School sendiri antara lain kinerja anggota dan teman-teman dari Ar-Rahman Islamic School Depok yang selalu rela bekerja setiap senin hingga sabtu dan siap menerima resiko.

Faktor pendukung *Public Relations* banyak berasal dari wali murid, masyarakat sekitar, mereka selalu berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan Ar-Rahman Islamic School.

Faktor *Public Relations* juga menjadi penghambat kinerja humas, karena kurangnya sumber daya manusia atau staf humas maka kinerja yang dilakukan humas belum terlalu maksimal, sedangkan faktor penghambat *Public Relations*

berasal dari para orang tua murid maupun warga sekitar yang masih tidak peduli dengan *Public Relations* maupun *Public Relations* yang kami laksanakan.

#### **d. Mempertahan Citra**

Tahapan ini membahas mengenai bagaimana humas mengekspresikan idenya didalam *Public Relations* sehingga membangun citra positif. Dalam membangun citra positifnya humas Ar-rahman Islamic School melakukan kegiatan *Public Relations* dan *Public Relations* setiap tahunnya. Dengan adanya kegiatan tersebut, humas yakin bahwa bisa membuat opini yang baik kepada masyarakat.

Keyakinan humas ternyata terjawab dengan adanya kegiatan tersebut wali murid sangat bangga karena siswa-siswi bisa teredukasi dan termotivasi, selain itu bisa ikut berpartisipasi dengan ikut berbagi, dan memiliki empati yang tinggi kepada sesama. Wali murid juga merasa teredukasi dengan adanya *Public Relations* karena dengan kesibukan mereka, mereka masih bisa mengawasi anak-anaknya dirumah dengan memberikan pendidikan yang baik.