

Media relations for school promotions at Trensains Muhammadiyah Sragen Senior High School

Fajar Junaedi✉, Budi Dwi Arifianto, Muhammad Rifki Ihsan Tamimi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

✉ fajarjun@umy.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.9092>

Abstract

Trensains Muhammadiyah Sragen High School is a prominent Muhammadiyah institution located in Sragen, Central Java, known for its excellence in the field of science. The main challenge it faces is the lack of exposure in mass media due to its limited connection with the media. To address this issue, this community service program aims to enhance the media relations skills of the teachers at Trensains Muhammadiyah Sragen High School. This program was implemented through a workshop that involved the teachers from Trensains Muhammadiyah Sragen High School. The workshop covered topics such as media relations for school publications, news release writing, and the distribution of news releases to mass media outlets. As a result of this program, the teachers have improved their skills in creating news releases, leading to increased media coverage of Trensains Muhammadiyah Sragen High School across various platforms.

Keywords: *Media relations; School promotion; Trensains Muhammadiyah Sragen Senior High School*

Media relations untuk promosi sekolah di SMA Trensains Muhammadiyah Sragen

Abstrak

SMA Trensains Muhammadiyah Sragen merupakan amal usaha Muhammadiyah unggulan yang berada di Sragen, Jawa Tengah yang memiliki keunggulan di bidang sains. Persoalan yang dihadapi adalah kurangnya kampanye di media massa mengenai SMA Trensains Muhammadiyah Sragen karena belum memiliki relasi yang erat dengan media massa. Untuk mengatasi persoalan ini, pengabdian masyarakat ini diarahkan pada peningkatan kompetensi guru SMA Trensains Muhammadiyah Sragen di bidang media relations. Pengabdian ini dilakukan dengan workshop yang melibatkan guru SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. Materi workshop meliputi penguasaan tentang media relations untuk publikasi sekolah, penulisan rilis berita, dan mengirimkan rilis berita ke media massa. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya keterampilan guru dalam membuat rilis berita dan meningkatnya pemberitaan tentang SMA Trensains Muhammadiyah Sragen di berbagai media.

Kata Kunci: Media relations; Promosi sekolah; SMA Trensains Muhammadiyah

1. Pendahuluan

Muhammadiyah memiliki sejarah panjang dalam pendidikan Sejarah telah menunjukkan bahwa pendidikan Muhammadiyah terus tegak dan kokoh berdiri dalam menjalankan peran untuk mencerdaskan bangsa. Adanya respons Muhammadiyah diilhami dan dimotori oleh gerakan pendidikan dan pendidikan menjadi *area of concern*

Muhammadiyah dalam eksperimen pendidikan Islam modern (Yusra, 2018). Didirikannya pendidikan Muhammadiyah berlatar belakang dengan adanya motivasi teologis bahwa manusia akan dapat mencapai derajat keimanan dan ketakwaan yang sempurna jika mereka mempunyai kedalaman ilmu pengetahuan (Rusydi, 2016). Bidang pendidikan dalam Persyarikatan Muhammadiyah merupakan amal usaha yang paling strategis guna mewujudkan cita-cita organisasi Muhammadiyah (Darsitun, 2020). Muhammadiyah hadir ketika lembaga pendidikan Islam yang bersifat tradisional mengalami stagnasi (Saihu, 2018). Muhammadiyah dengan ribuan amal usaha menghadapi tantangan baru. Ini adalah melemahnya kiprah para pengelola pendidikan, terlalu beratnya tantangan yang dihadapi atau kompleksitas persoalan yang harus dipecahkan (Rusydi, 2016).

Di tengah stagnasi kualitas sekolah Muhammadiyah, hadir Sekolah Menengah Atas (SMA) Trensains Muhammadiyah Sragen. Sekolah ini merupakan salah satu sekolah milik Muhammadiyah yang terletak di Sragen, Jawa Tengah. Lokasinya di dusun Dawe, Banaran, Sambungmacan, Sragen, Jawa Tengah yang hanya berjarak 3 kilometer dari *exit* tol Sragen timur. Sebagai sekolah unggulan SMA Trensains Muhammadiyah Sragen belum banyak dikenal oleh publik. Data ini didapatkan dari pengakuan pengurus SMA Trensains Muhammadiyah Sragen kepada tim pengabdian saat *Focus Group Discussion* (FGD) awal pengabdian. Pengurus SMA Trensains Muhammadiyah Sragen menunjukkan bukti persoalan ini adalah ekspos tentang prestasi sekolah yang dianggap belum banyak di media massa. Padahal persaingan lembaga pendidikan menjadi kenyataan yang tidak dapat terelakkan lagi (Mukmin, 2020) dan promosi menjadi hal yang tidak terelakkan bagi sekolah (Junaedi et al., 2022).

Maka menjadi penting untuk mengelola *media relations* SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. *Media relations* bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh publik melalui media (Hidayat et al., 2020) Hubungan yang baik antara *public relations* dengan media massa sangat memengaruhi publikasi yang dikirimkan oleh *public relations* ke media massa (Erduandi, 2018).

Solusi yang dihadapi oleh SMA Trensains Muhammadiyah Sragen adalah dengan peningkatan kompetensi pengurus dan guru SMA Trensains Muhammadiyah Sragen dalam *media relations*. Beberapa literatur menyebutkan bahwa hubungan dengan media adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan (Dewi, 2012). Dengan menggunakan perspektif *media relations*, solusi dari persoalan yang dihadapi oleh SMA Trensains Muhammadiyah Sragen adalah dengan peningkatan kompetensi pengurus dan guru SMA Trensains Muhammadiyah Sragen dalam *media relations*.

2. Metode

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan pada Februari-April 2023 di SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. Kegiatan dilaksanakan dalam beberapa langkah. *Pertama*, *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan masukan dari mitra tentang persoalan yang dihadapi dalam perspektif *media relations*. Hasil dari FGD digunakan sebagai basis dalam kegiatan-kegiatan selanjutnya. *Kedua*, *workshop media relations*. Materi *workshop* meliputi, penyusunan rencana *media relations*

dan penulisan rilis pers yang diikuti oleh guru di SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. *Ketiga*, pengiriman rilis pers ke media massa.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Focus Group Discussion

Focus Group Discussion dilakukan dengan melibatkan direktur SMA Trensains Muhammadiyah Sragen, kepala sekolah SMA Trensains Muhammadiyah Sragen, dan guru SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. *Focus Group Discussion* dilaksanakan pada 7 Februari 2023 di SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. Hal-hal yang penting yang ditemukan dari *Focus Group Discussion* adalah sebagai berikut. *Pertama*, SMA Trensains Muhammadiyah Sragen memiliki banyak prestasi di berbagai bidang, terutama di bidang akademik. Prestasi yang diraih SMA Trensains Muhammadiyah Sragen mulai dari tingkat lokal, regional, nasional, sampai dengan tingkat internasional. Prestasi yang telah didapatkan merupakan keunggulan kompetitif SMA Trensains Muhammadiyah Sragen.

Kedua, prestasi yang didapatkan oleh SMA Trensains Muhammadiyah Sragen belum tersebar secara masif melalui media massa. Informasi tentang prestasi sekolah lebih banyak disebarluaskan melalui grup percakapan WhatsApp. *Ketiga*, perlu ada publikasi tentang SMA Trensains Muhammadiyah Sragen kepada masyarakat melalui media massa. Publikasi ini terutama berkaitan dengan aktivitas dan prestasi SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. Untuk meningkatkan publikasi di media massa, maka perlu ada peningkatan kompetensi dalam *media relations* di lingkungan SMA Trensains Muhammadiyah Sragen.

3.2. Workshop media relations dan pengiriman rilis berita

Workshop media relations dilaksanakan di SMA Trensains Muhammadiyah Sragen, pada tanggal 14 April 2023. Fasilitator *workshop* adalah dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Peserta *workshop* adalah guru-guru SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. Pelaksanaan *workshop* dimulai dengan pengenalan mengenai *media relations*. Untuk memberikan penyadaran kepada para peserta mengenai pentingnya *media relations*, para peserta diajak untuk mencari pemberitaan tentang sekolah melalui mesin pencari Google.

Fasilitator kemudian menjelaskan kepada peserta tentang beberapa hal penting tentang *media relations*. *Pertama*, melalui *media relations* publikasi aktivitas dan prestasi sekolah bisa disebarluaskan secara gratis. Ini yang membedakan *media relations* dengan iklan advertorial. *Media relations* termasuk aktivitas kehumasan, dimana prinsip utamanya adalah menjalin relasi yang baik dengan berbagai pihak, dalam hal ini adalah media massa. Dengan relasi yang baik, maka pemberitaan bisa diterbitkan oleh media massa. Sedangkan advertorial adalah aktivitas periklanan dimana untuk mendapatkan ruang dan waktu di media massa perlu mengeluarkan biaya iklan sesuai ketentuan media massa yang dituju. Maka, untuk mendapatkan publikasi di media massa, perlu untuk membuat perencanaan *media relations* di sekolah.

Kedua, fasilitator menjelaskan tentang pengiriman rilis berita sebagai bentuk *media relations*. Hal penting yang harus dipahami dalam pengiriman rilis berita adalah bahwa wartawan dan redaktur media massa menyukai rilis berita dalam bentuk yang sudah jadi. Maksudnya adalah berita yang telah sesuai kaidah jurnalistik. Berita yang dipilih

dalam praktik penulisan berita di *workshop* adalah berita dalam bentuk berita langsung (*hard news*). Fasilitator mengajak peserta berpraktik menulis berita dengan standar piramida terbalik, lengkap unsur berita 5W dan 1 H, ada kutipan langsung dan kutipan tidak langsung, dan sesuai kaidah Bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Setelah *workshop*, fasilitator melakukan pendampingan secara daring kepada SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. Pendampingan dilakukan selama dua bulan, mulai dari Februari sampai dengan April 2023. Pendampingan ini dilakukan dengan penulisan berita tentang aktivitas dan prestasi SMA Trensains Muhammadiyah Sragen. Berita yang ditulis selanjutnya dikirimkan ke media massa.

Program pengabdian ini telah menghasilkan perubahan dalam *media relations* di SMA Trensains Muhammadiyah Sragen sebagaimana disajikan pada [Tabel 1](#). Adapun hasil dari berita yang telah terbit dari rilis yang dikirim dapat dilihat pada [Gambar 1-3](#). Seluruh pemberitaan tersebut tidak ada biaya penerbitan. Lebih lanjut, capaian ini membuktikan tentang efektivitas *media relations* untuk publikasi aktivitas dan prestasi sekolah.

Pemilihan media digital untuk publikasi berita yang ditulis guru dilatarbelakangi bahwa media digital media adalah strategi komunikasi modern seiring dengan kemajuan teknologi. Pendekatan beralih dari konvensional ke kontemporer. Tidak terkecuali *public relations* menggunakan media digital sebagai pendekatan kerja ([Hidayat et al., 2020](#)).

Tabel 1. Perbandingan pra dan pasca pelatihan *media relations*

No	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
1	Guru menggunakan WhatsApp Group untuk publikasi aktivitas dan prestasi sekolah	Guru menggunakan rilis berita di media massa publikasi aktivitas prestasi sekolah. WhatsApp Group tetap digunakan untuk publikasi penyebaran aktivitas dan prestasi sekolah, serta tautan berita yang telah terbit
2	Guru belum memiliki akses kepada wartawan dan redaktur media massa	Guru memiliki akses kepada wartawan dan redaktur media massa.
3	Guru belum mengirimkan rilis kepada media massa	Guru sudah mengirimkan rilis kepada media massa



Gambar 1. Berita di Suara Muhammadiyah



Gambar 2. Berita di Menara 62



Gambar 3. Berita di Radar Solo

4. Kesimpulan

Program pengabdian ini telah menghasilkan solusi bagi kebutuhan publikasi SMA Trensains Muhammadiyah Sragen di media massa. Keberhasilan guru SMA Trensains Muhammadiyah Sragen melakukan publikasi di berbagai media yang berasal dari rilis berita membuktikan keberhasilan ini. Publikasi tentang aktivitas dan prestasi SMA Trensains Muhammadiyah Sragen berimplikasi pada semakin dikenalnya SMA Trensains Muhammadiyah Sragen oleh masyarakat. Semakin masif pemberitaan tentang SMA Trensains Muhammadiyah Sragen di media massa, terutama media digital, maka SMA Trensains Muhammadiyah Sragen akan semakin mudah tampil di halaman pertama situs mesin pencari. Program pengabdian ini diharapkan bisa menjadi model bagi sekolah-sekolah Muhammadiyah agar semakin dikenal aktivitas dan prestasinya oleh publik melalui *media relations* pengiriman rilis ke media massa. Semakin banyak rilis berita yang terbit, semakin sekolah dikenal publik. Dengan demikian, sekolah akan menjadi pilihan masyarakat sebagai sekolah yang unggul.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan SMA Trensains Muhammadiyah Sragen untuk dukungan dan fasilitasnya dalam program pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Darsitun. (2020). Potret Pendidikan Islam Model Muhammadiyah dan Perannya dalam Pengembangan Pendidikan Islam Indonesia. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 05(1), 18.
- Dewi, M. (2012). Media Relations 2.0 Mutia Dewi Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 7(1), 17-28.
- Erduandi. (2018). Strategi Public Relation Dalam Membangun Hubungan Dengan Media Massa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 15(2), 35. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v15i2.3598>
- Hidayat, D., Gustini, L. K., & Dias, M. P. (2020). Digital Media Relations Pendekatan Public Relations dalam Menyosialisasikan Social Distancing di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3). <https://doi.org/10.31315/jik.v18i3.3575>
- Junaedi, F., Sukmono, F. G., Sudiwijaya, E., & Arifianto, B. D. (2022). Promosi Sekolah dengan Pemanfaatan Brand Journalism di Sekolah Dasar Muhammadiyah Mlangi Sleman. *WEBINAR ABDIMAS 5*, 308-311.
- Mukmin, B. (2020). Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 5(1), 97-112. <https://doi.org/10.15575/isema.v5i1.6076>
- Rusydi, S. R. (2016). Peran Muhammadiyah Konsep pendidikan dan Tokoh. *Tarbawi*, 1(2), 139-148.
- Saihu. (2018). Modernisasi Pendidikan Islam. *Al Amin: Jurnal Kajian Ilmu dan Budaya Islam*, 1(1), 1-33.
- Yusra, N. (2018). Muhammadiyah: Gerakan Pembaharuan Pendidikan Islam. *POTENSIA: Jurnal Kependidikan Islam*, 4(1). <https://doi.org/10.24014/potensia.v4i1.5269>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
