



Collaboration between Educational Institutions and Media for the Advancement of Youth in the Digital Era

Kolaborasi lembaga Pendidikan dan Pers untuk Kemajuan Generasi Muda di Era Digital

Aninda Tri Safinatun Najah^{1*}, Rafi Jauhari²

^{1,2} Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

OPEN ACCESS

ISSN 2541-2841 (online)

ISSN 2302-6790 (print)

Edited by:
Didik Hariyanto

*Correspondence:
anindasafinatun@gmail.com

Citation:

Aninda Tri Safinatun Najah, Rafi Jauhari (2024). Kolaborasi lembaga Pendidikan dan Pers untuk Kemajuan Generasi Muda di Era Digital. 13(1)
Doi: 10.21070/kanal.v13i1.1792

Abstract

The development of technology in the digital era has transformed various fields of life, including education. The aim of this research is to understand the concept of collaboration between educational institutions and the press, its implementation in the digital era, and to identify development strategies for a better future. This research method is library research with data collection from primary and secondary sources. The analysis techniques involve content analysis and descriptive analysis to draw conclusions from the obtained data. The results of the study indicate that the concept of collaboration between educational institutions and the press is based on the principle that both have roles in shaping the future of the younger generation. Educational institutions are responsible for providing knowledge and skills, while the press disseminates information and promotes educational innovation. A good relationship between educational institutions and the press can enhance public trust and participation, as well as the image of educational institutions. Strategies for developing this relationship include improving communication and cooperation with the press, using digital technology, and public relations management training. So, a strong collaboration between educational institutions and the press is crucial to advancing education and building a brighter future for the younger generation.

Keywords: Digital, Younger Generation, Education, Press.

Abstrak

Perkembangan teknologi dalam era digital telah mengubah berbagai bidang kehidupan, salah satunya pendidikan. Tujuan penelitian ini untuk memahami konsep kolaborasi antara lembaga pendidikan dan pers, implementasinya dalam era digital, serta mengidentifikasi strategi pengembangan untuk masa depan yang lebih baik. Metode penelitian ini adalah *library research* dengan pengumpulan data dari sumber primer dan sekunder. Teknik analisis melibatkan analisis isi dan analisis deskriptif untuk menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep kolaborasi antara lembaga pendidikan dan pers didasarkan pada prinsip bahwa keduanya memiliki peran dalam membentuk masa depan generasi muda. Lembaga pendidikan bertanggung jawab untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan, sedangkan pers menyebarkan informasi dan mempromosikan inovasi

pendidikan. Hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dan pers dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat, serta citra lembaga pendidikan. Strategi untuk pengembangan hubungan, yaitu peningkatan komunikasi dan kerjasama dengan media pers, penggunaan teknologi digital, serta pelatihan manajemen humas. Kesimpulannya, kolaborasi yang kuat antara lembaga pendidikan dan pers sangat penting untuk memajukan pendidikan dan membangun masa depan yang lebih cerah bagi generasi muda.

Kata Kunci: Digital, Generasi Muda, Pendidikan, Pers.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan. Kemajuan teknologi tidak hanya menghadirkan peluang baru, tetapi juga tantangan bagi generasi muda dalam mengakses informasi, belajar, dan berpartisipasi dalam masyarakat. (Adiansah dkk., 2019) *Platform e-learning*, dan sumber daya digital lainnya menjadikan siswa untuk belajar di mana saja dan kapan saja. Teknologi juga menjadikan komunikasi yang lebih efektif antara siswa, guru, dan orang tua melalui alat seperti email, konferensi video, dan media sosial. (Yeung dkk., 2023) Tantangan utama adalah disparitas akses teknologi yang menyebabkan kesenjangan digital, di mana tidak semua generasi muda memiliki akses yang sama terhadap perangkat digital dan internet. Selain itu, rendahnya literasi digital membuat generasi muda rentan terhadap informasi yang menyesatkan dan dampak negatif dari penggunaan teknologi yang berlebihan, seperti isolasi sosial dan *cyberbullying*. (Ghufron, 2018) Oleh karena itu, lembaga pendidikan dan pers berperan dalam mengatasi tantangan melalui penyediaan akses teknologi, pendidikan literasi digital, serta penyebaran informasi yang akurat.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi dampak teknologi dalam pendidikan dan peran media dalam mendukung proses pembelajaran. Studi yang dilakukan oleh Camilleri dalam "*Higher Education Marketing Communications in the Digital Era*" menunjukkan bahwa institusi pendidikan tinggi (HEIs) mengadopsi strategi pemasaran yang mirip dengan organisasi nirlaba untuk bersaing dalam lanskap global. (Camilleri, 2020) Literatur menunjukkan bahwa terjadi pergeseran menuju penggunaan komunikasi pemasaran terpadu (IMC) sebagai strategi bagi institusi pendidikan tinggi (HEIs) untuk menarik perhatian dari beragam populasi mahasiswa, dan menegaskan dedikasi mereka terhadap pendidikan berkualitas serta penelitian yang bermakna. Dengan memanfaatkan alat dan platform digital, HEIs dapat berinteraksi dengan calon mahasiswa dan pemangku kepentingan, membentuk rasa komunitas dan kerjasama yang kuat. Agar tetap kompetitif, HEIs harus terus beradaptasi dengan tantangan-tantangan sosial-ekonomi serta perkembangan teknologi yang terus berlanjut.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Nuruzzaman, dll berjudul "*Digital Public Relations Communication Strategy in Swadaya Gunung Jati University, Indonesia dan Thai Global Bisnis Administration Technological College, Thailand*" bertujuan untuk membandingkan strategi komunikasi digital di Universitas Swadaya Gunung Jati (UGJ) Indonesia dan Teknologi Kolej Bisnis Global Thai (TGBC) Thailand dalam hubungan masyarakat (PR) digital. (Nuruzzaman dkk., 2024) Segmentasi audiens dalam PR digital di TGBC dilakukan berdasarkan kewarganegaraan dan usia dengan variasi media sosial yang disesuaikan untuk mahasiswa internasional. Sebaliknya, di UGJ, penentuan pesan dan media komunikasi didasarkan pada pemahaman terhadap audiens yang beragam. Kendala TGBC adalah tantangan jumlah pengikut yang terbatas, UGJ mengalami kesulitan dalam mengoordinasikan penggunaan media yang

sesuai dengan kebutuhan. Kolaborasi dengan pemangku kepentingan eksternal menjadi fokus utama bagi TGBC, sedangkan UGJ menitikberatkan pada promosi yang luas dan pemahaman terhadap audiens.

Artikel ini merupakan kebaruan ilmiah yang berfokus pada kolaborasi antara lembaga pendidikan dan pers sebagai sinergi untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan generasi muda di Indonesia. Penelitian ini akan mengidentifikasi model kolaborasi yang efektif dan faktor-faktor yang mendukung keberhasilannya, serta mengembangkan strategi praktis untuk memaksimalkan manfaat teknologi dan media dalam pendidikan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan pendidikan di Indonesia dalam era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *library research*, yaitu metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber literatur untuk mencari jawaban atas masalah yang dihadapi dengan cara mengumpulkan, mengolah, dan menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. (Fadli, 2021) Metode ini digunakan karena peneliti akan mengakses berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian, yaitu kolaborasi lembaga pendidikan dan pers sebagai sinergi untuk kemajuan generasi muda dalam era digital.

Teknik pengumpulan data melibatkan penggunaan sumber data primer yang diperoleh secara langsung menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data sesuai dengan informasi yang dibutuhkan. (Sugiyono, 2019) Selain itu, data sekunder diperoleh melalui buku, artikel, dan sumber-sumber literatur lain yang relevan. (Arifin & Nurdyansyah, 2018) Proses pengumpulan data melibatkan pencarian kata kunci, penggunaan filter pencarian untuk menyaring hasil yang relevan, dan analisis teks literatur terpilih untuk mengidentifikasi konsep, teori, dan temuan yang relevan. Setelah berbagai data dari literatur terkumpul, dilakukan proses analisis data untuk menarik kesimpulan yang mendalam dan komprehensif.

Teknik analisis dalam penelitian ini meliputi analisis isi (*content analysis*) dan analisis deskriptif. Analisis isi mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen resmi yang memiliki validitas dan keabsahan yang terjamin, seperti dokumen perundangan, kebijakan, dan hasil penelitian. (Nuriman, Abubakar, Aiyub, Hasan, & Suzanna, 2022) Analisis ini juga dilakukan terhadap buku-buku teks, baik yang bersifat teoritis maupun empiris. Analisis deskriptif melibatkan pendeskripsian data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, artikel, dan jurnal. (Fadli, 2021) Peneliti mendeskripsikan dan membuat kesimpulan berdasarkan informasi yang ditemukan, data direduksi melalui abstraksi untuk mengambil informasi yang relevan dengan konteks penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Kolaborasi Lembaga Pendidikan dan Pers

Konsep kolaborasi antara lembaga pendidikan dan pers didasarkan pada prinsip bahwa kedua institusi ini memiliki

peran dalam membentuk masa depan generasi muda. Lembaga pendidikan bertanggung jawab untuk menyediakan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan, sementara pers berperan dalam menyebarkan informasi, dan mempromosikan inovasi pendidikan. Dalam era digital, sinergi ini semakin penting karena teknologi mendistribusikan informasi yang lebih cepat dan luas. Sehingga lembaga pendidikan dapat memastikan bahwa prestasi dan program inovatif diketahui oleh masyarakat luas, sementara pers dapat mendukung pendidikan dengan menyediakan platform untuk diskusi dan pembelajaran yang berkelanjutan. Sehingga, generasi muda mendapatkan akses yang lebih baik terhadap pendidikan berkualitas dan informasi yang relevan untuk menghadapi tantangan masa depan dengan lebih baik.

Humas berkepentingan terhadap pers karena memerlukan publikasi, dan pers menjadi wadah publikasi yang strategis. Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun (1999) Pasal 1 butir (1), Pers adalah lembaga sosial dan sarana komunikasi massa yang melakukan pekerjaan jurnalistik, seperti mencari, mendapatkan, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dalam berbagai bentuk, seperti tulisan, suara, gambar, data, dan grafik, baik melalui media elektronik maupun sarana komunikasi lainnya. Salah satu media komunikasi massa yang paling populer adalah pers yang beroperasi melalui penerbitan berkala dengan menggunakan peralatan seperti percetakan, peralatan FOID, klise, serta berbagai teknik lainnya. Media massa dan humas adalah mitra yang saling menguntungkan, dan hubungan ini melibatkan komunikasi informasi tertentu tentang kegiatan kelembagaan, bisnis, atau kegiatan lainnya yang harus dipublikasikan. (Damayanti & Santoso, 2012)

Pers dan media massa bekerjasama untuk menciptakan publisitas dan citra positif organisasi. Tujuan pers adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada khalayak dan organisasi terkait. Humas menyediakan informasi bagi wartawan, sementara wartawan menjadi sarana publisitas bagi humas, sehingga program kerja organisasi lebih dikenal dan bermanfaat bagi masyarakat luas. (Aras, 2014) Di era digital ini, pers menggunakan berbagai platform online seperti situs web, blog, media sosial, dan podcast untuk menyebarkan informasi dengan lebih cepat dan luas. Effendi (1997) menjelaskan mengenai peran pers, yaitu:

1. Menyebarkan informasi

Media massa dan pers berperan dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat yang membutuhkan informasi tentang peristiwa terkini, gagasan baru, aktivitas yang sedang berlangsung, dan informasi lainnya. Pers memberikan akses kepada masyarakat terhadap informasi yang akurat dan *up-to-date*, sehingga memenuhi kebutuhan informasi mereka.

2. Mendidik sebagai sarana pendidikan

Pers tidak hanya menyampaikan berita dan laporan, tetapi juga menyajikan tulisan-tulisan yang mendidik, berupa artikel-artikel yang memberikan pengetahuan mendalam tentang topik tertentu. Sehingga, pers dapat meningkatkan

pengetahuan pembaca tentang berbagai isu sosial, politik, ekonomi, dan budaya yang relevan.

3. Menghibur dengan menyajikan konten

Konten hiburan yang disajikan pers ini membantu meredakan berita-berita berat dan memberikan variasi dalam pengalaman membaca masyarakat, berupa cerita inspiratif dan konten lain yang menghibur pembaca.

4. Membentuk opini publik

Pers memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik melalui berbagai cara. Secara tersirat, pilihan topik yang diliput dan cara penyajian berita dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu isu atau peristiwa. pers juga menghadirkan opini dan artikel yang mempengaruhi pandangan pembaca terhadap berbagai masalah. Dengan demikian, pengaruh pers tidak hanya terlihat dalam bentuk berita langsung, tetapi juga dalam bagaimana opini dan analisis disajikan kepada pembaca.

Peran pers berbeda dengan peran humas yang lebih fokus pada publikasi positif, seperti pendidikan, memberikan informasi, mempengaruhi opini publik dengan pesan yang positif, serta menghindari publikasi yang bersifat negatif. Tujuan utama dari hubungan pers adalah menciptakan pengetahuan dan pemahaman serta menyebarkan pesan guna membangun citra positif di mata publik. (Buchori, 2019) Tidak ada yang memiliki wewenang untuk mengatur apa yang harus diterbitkan atau disiarkan oleh media massa, terutama dalam masyarakat yang demokratis. Menurut Frank Jeffkins (1998), bentuk-bentuk hubungan pers mencakup:

1. Interaksi personal

Keberhasilan hubungan antara media dan pers sangat bergantung pada kualitas interaksi personal yang terjalin antara keduanya yang didasarkan pada aspek-aspek informal seperti kejujuran, saling pengertian, dan kerjasama yang baik. Hal ini bertujuan untuk mencapai publisitas yang positif.

2. Penyediaan informasi atau berita

Hubungan ini melibatkan pihak *public relation* dalam memberikan layanan informasi kepada media dalam berbagai bentuk, baik itu tulisan, cetakan (pembukaan pers, berita, surat, foto pers), atau rekaman (siaran video, perekaman kaset, slide film).

3. Kesiapan dalam menghadapi keadaan darurat

Humas harus siap merespons dengan baik guna menjaga hubungan yang telah terjalin dan reputasi para narasumbernya untuk mengantisipasi permintaan mendadak dari pihak wartawan atau pers terkait wawancara, konfirmasi, dan sebagainya.

Komunikasi massa adalah penyebaran informasi, ide, dan sikap kepada sejumlah besar orang melalui media. (Hadi dkk., 2020) Komunikasi massa lebih kompleks daripada komunikasi antarpribadi karena komunikator tidak mendapatkan tanggapan secara langsung dari setiap individu. Komunikasi massa merupakan sarana utama yang digunakan oleh pers untuk menyebarkan informasi kepada khalayak luas. Di dunia pers terdapat kecenderungan untuk membangun relasi yang luas.

Seseorang yang menggunakan media komunikasi massa untuk berkomunikasi perlu memahami karakteristik-karakteristik media tersebut (Hadi dkk., 2020), antara lain:

1. Komunikasi massa bersifat universal, yaitu pesan yang disampaikan tersedia untuk semua orang. Media massa tidak akan dianggap jika digunakan untuk kepentingan pribadi.
2. Komunikasikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen yaitu dari berbagai latar belakang, termasuk tempat tinggal, pekerjaan, kondisi ekonomi, pendidikan, dan pengalaman.
3. Media massa menciptakan kesan keserempakan, yaitu komunikator dan komunikan merasa terhubung meskipun berada di tempat yang berbeda.
4. Hubungan antara komunikator dan komunikan dalam komunikasi massa bersifat non-pribadi, karena teknik penyebaran pesan yang massal dan sifat komunikasi massa yang bertujuan untuk mencapai khalayak yang luas.

Implementasi Kolaborasi Lembaga Pendidikan dan Pers dalam Era Digital

Era digital yang terus berkembang pesat menjadikan hubungan antara lembaga dengan media massa mengalami perubahan signifikan. Teknologi telah mengubah cara informasi disampaikan, diterima, dan direaksi oleh masyarakat. Menurut Frank Jeffkins (1998), bentuk-bentuk hubungan pers adalah sebagai berikut :

1. Keberhasilan hubungan media dan pers bergantung pada "apa dan bagaimana" yang dilakukan melalui cara yang tidak formal, seperti jujur, saling memahami, menghormati, dan bekerja sama dengan baik untuk mencapai publikasi yang bermanfaat.
2. Pihak humas berhubungan dengan kepolisian, maka sama-sama mendapatkan informasi, publikasi, dan berita melalui media tertulis, tercetak, atau terekam seperti berita, koran, surat, dan foto.
3. Humas harus melayani wartawan dalam situasi darurat untuk menjaga hubungan dan reputasi yang baik dengan narasumbernya. Ini diperlukan untuk mengantisipasi permintaan cepat seperti wawancara, konfirmasi, dan sebagainya.

Paparan tersebut dielaborasi melalui berbagai jenis kegiatan yang dapat dikaitkan dengan hubungan antara lembaga pendidikan dan pers, antara lain :

1. Konferensi pers

Konferensi pers adalah sebuah pertemuan para jurnalis berkumpul secara khusus untuk mendapatkan informasi terbaru atau perincian tentang suatu peristiwa, topik, atau isu tertentu. (Suriady dkk., 2023) Acara ini sering diadakan mendadak, tanpa persiapan yang matang, bahkan bisa saja dilakukan di tempat yang sederhana, seperti ruang tunggu bandara. Acara ini bertujuan untuk menyebarkan informasi positif tentang lembaga pendidikan kepada masyarakat, menjelaskan berita yang mungkin tidak benar atau negatif, mempromosikan prestasi dan kegiatan sekolah, serta membangun citra yang baik untuk membantu penerimaan siswa dan dukungan masyarakat.

2. Peliputan pers

Peliputan pers adalah proses wartawan atau jurnalis melakukan pengumpulan informasi, pengamatan, dan dokumentasi tentang suatu topik tertentu, kemudian

disampaikan kepada publik melalui media massa seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, atau platform online. (Asmaul Husna, 2016) Ini melibatkan kegiatan seperti wawancara dengan sumber-sumber terkait, pengambilan foto atau video, penulisan laporan berita, dan penyiaran informasi yang relevan kepada masyarakat. Tujuan utama dari peliputan pers adalah memberikan informasi yang akurat, berimbang, dan terkini kepada publik sehingga dapat membentuk pemahaman yang baik tentang berbagai isu dan peristiwa yang terjadi. (Siregar dkk., 2023) Wartawan dapat meliput berbagai acara seperti pembukaan, pameran, seminar, dan pertandingan olahraga yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan. Dengan demikian, kolaborasi antara lembaga pendidikan dan pers saling menguntungkan.

3. Resepsi pers

Resepsi pers adalah suatu acara yang diadakan organisasi atau individu untuk menciptakan persepsi positif di mata publik melalui interaksi langsung dengan wartawan. (Sholikhah, 2016) Dalam resepsi pers, wartawan diundang untuk hadir dan diberikan kesempatan untuk bertemu dengan pemimpin organisasi atau individu tersebut, serta untuk bertanya tentang topik atau isu terkait. Resepsi pers menjadi kesempatan bagi organisasi atau individu untuk menyampaikan informasi, mengklarifikasi berita yang salah, atau mempromosikan pencapaian dan kegiatan. Aspek penting dalam resepsi pers, yaitu persiapan acara, penentuan waktu dan tempat, undangan wartawan yang relevan, persiapan para pemimpin yang akan hadir, serta menyediakan hiburan untuk wartawan. (Virajati & Setianto, 2019) Dengan demikian, resepsi pers dapat menjadi momen yang baik untuk memperkuat hubungan antara lembaga pendidikan dan media.

4. Kunjungan pers

Kunjungan pers adalah kegiatan wartawan atau kelompok wartawan diundang untuk mengunjungi suatu lokasi atau acara yang relevan dengan topik yang ingin diliput. (Virajati & Setianto, 2019) Tujuan dari kunjungan pers ini adalah memberikan kesempatan kepada wartawan untuk melihat langsung situasi atau kegiatan yang sedang berlangsung, sehingga dapat menyajikan informasi yang akurat kepada pembaca atau pemirsa. Kunjungan pers dapat dilakukan ke berbagai tempat, seperti pabrik, kantor baru, lokasi proyek, atau acara peluncuran produk. Beberapa hal penting dalam kunjungan pers, yaitu menentukan media yang diundang, jumlah wartawan, memilih tanggal yang sesuai, menyediakan pemandu yang paham objek kunjungan, memberikan kebebasan berinteraksi kepada wartawan, memberi kesempatan mencoba produk, serta menyediakan bahan-bahan tertulis dan jika memungkinkan memberi uang saku. Dengan demikian, kunjungan pers dapat menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan berbagai kegiatan dan inovasi dari lembaga pendidikan kepada masyarakat melalui media.

Hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dan pers memiliki dampak dan manfaat yang signifikan. Pertama, hubungan ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Ketika media memberikan liputan positif tentang kegiatan dan prestasi lembaga pendidikan, hal ini membantu membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik. Selain itu, hubungan yang

baik juga dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh lembaga tersebut. Liputan media yang informatif dan positif dapat mendorong masyarakat untuk terlibat lebih aktif dalam mendukung program-program pendidikan dan acara-acara sekolah. Selanjutnya, kerjasama dengan media dapat membantu memperbaiki citra lembaga pendidikan. Melalui liputan media yang seimbang dan informatif, lembaga pendidikan dapat membangun reputasi yang positif dan menarik minat calon siswa serta orang tua. Dengan demikian, kolaborasi antara lembaga pendidikan dan pers memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan citra lembaga pendidikan di mata masyarakat.

Strategi Pengembangan Hubungan antara Lembaga Pendidikan dan Pers dalam Membangun Masa Depan yang Lebih Baik

Strategi untuk mengembangkan hubungan antara lembaga pendidikan dan media merupakan bagian penting dari upaya menjembatani dunia pendidikan dengan masyarakat luas. Banyak hal yang dapat dilakukan oleh *Public Relations* (PR) lembaga pendidikan untuk berkolaborasi dengan media. (Dakir, 2018) Hal ini meliputi mengumpulkan kliping berita dari surat kabar, menganalisis pendapat umum atau aspirasi kelompok tertentu, serta menyampaikan informasi dan pernyataan resmi melalui media massa. Selain itu, departemen PR dapat menyelenggarakan acara jumpa pers, menyusun dan mendistribusikan keterangan pers, serta membina komunikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa seperti surat kabar, televisi, radio, dan majalah. Beberapa aspek dalam menjaga hubungan yang harmonis dengan pers melibatkan pemahaman kebutuhan dan harapan media, serta menjalin kerjasama yang saling menguntungkan, yaitu:

1. Sikap saling menghargai antara kedua belah pihak, sehingga hubungan harmonis antara humas dan wartawan dibangun atas dasar saling menghargai. Ini mencakup menghargai waktu, pendapat, dan profesionalisme masing-masing pihak dalam menjalankan tugasnya.
2. Saling pengertian tentang peran, fungsi, kewajiban, dan tugas sesuai etika dan profesi masing-masing. Humas dan wartawan harus saling memahami peran, fungsi, kewajiban, dan tugas masing-masing sesuai dengan etika dan kode etik profesi yang berlaku. Pemahaman yang jelas tentang peran ini akan membantu menghindari konflik dan mempromosikan kerja sama yang efektif.
3. Saling mempercayai bahwa peran masing-masing adalah untuk kepentingan bersama, bukan untuk kepentingan satu pihak saja, kepercayaan adalah kunci dalam hubungan antara humas dan wartawan. Kedua belah pihak perlu yakin bahwa tujuan mereka adalah untuk kepentingan bersama, yaitu menyediakan informasi yang akurat dan relevan kepada masyarakat, bukan untuk kepentingan individu atau organisasi tertentu.
4. Sikap toleransi dari kedua belah pihak dalam menghadapi perbedaan pendapat atau situasi yang kompleks. Ini mencakup kemampuan untuk

mendengarkan dengan terbuka, menghargai perspektif yang berbeda, dan mencari solusi yang saling menguntungkan.

Lembaga pendidikan dan pers dapat membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan, sehingga mendukung tujuan bersama dalam memajukan pendidikan dan menyebarkan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas. Lembaga pendidikan dapat berperan lebih proaktif dalam membentuk persepsi publik melalui tindakan strategis, antara lain:

1. Peningkatan komunikasi dan kerjasama aktif dengan media pers

Pelatihan dan peningkatan kapasitas manajemen humas menjadi fondasi dalam memastikan hubungan yang harmonis antara lembaga pendidikan dengan media pers. (Triatmaja dkk., 2021) Berikut beberapa strategi yang harus dijalankan, yaitu:

- a. Menetapkan staf atau tim khusus yang bertanggung jawab untuk menjalin hubungan dengan media pers, serta memiliki keterampilan komunikasi yang baik dan pemahaman tentang lembaga serta isu-isu yang relevan.
- b. Memberikan pelatihan kepada staf dan siswa tentang bagaimana berkomunikasi dengan media secara efektif, seperti wawancara, menyusun pidato, atau menulis artikel opini yang menarik.
- c. Aktif mengirimkan rilis pers berkala yang menyoroti kegiatan, prestasi, dan inisiatif-inisiatif lembaga, sehingga memperkuat kesadaran publik tentang kontribusi dan dampak positif yang dihasilkan.
- d. Mengadakan acara-acara khusus seperti konferensi pers, seminar, atau lokakarya untuk bertukar pandangan, mendiskusikan isu-isu terkini, dan memperkuat sinergi antara lembaga dan media.

2. Penggunaan teknologi dan platform digital

Penggunaan teknologi dan platform digital telah berpeluang besar bagi lembaga pendidikan untuk memperkuat hubungan dengan media pers. (Nur, 2021) Salah satu cara potensial adalah melalui pemanfaatan media sosial. Berikut beberapa cara lembaga pendidikan dapat memanfaatkan teknologi dan platform digital, antara lain:

- a. Memiliki situs web lembaga dan diperbarui secara teratur. Situs web harus informatif tentang lembaga, kegiatan, program, prestasi siswa, dan berita terbaru, serta menyediakan saluran khusus untuk media, seperti halaman pers atau pusat media yang membantu dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
 - b. Aktif media sosial dengan memposting pembaruan tentang kegiatan, acara, dan prestasi di platform seperti Twitter, Facebook, TikTok, dan LinkedIn.
 - c. Pembuatan konten multimedia yang menarik seperti video liputan acara, wawancara dengan staf dan siswa, atau cuplikan kegiatan di lembaga, yang kemudian dibagikan melalui situs web, media sosial, atau platform.
 - d. Siaran pers digital dengan mengadakan webinar atau konferensi video untuk mengumumkan berita terbaru, sehingga wartawan mendapatkan informasi langsung dari sumber dan memungkinkan interaksi dua arah.
3. Pelatihan dan peningkatan kapasitas manajemen humas
 - Pelatihan dan peningkatan kapasitas manajemen

humas merupakan upaya strategis untuk memperluas pengaruh dan memperdalam pemahaman masyarakat tentang nilai-nilai yang dijunjung tinggi. Beberapa langkah strategis yang dapat diimplementasikan, antara lain:

- a. Menyelenggarakan program pelatihan yang mencakup komunikasi efektif tentang keterampilan dasar komunikasi, *public speaking*, simulasi situasi nyata dalam menghadapi situasi darurat, dan penulisan materi pers yang menarik. Adapun pelatihan media dilakukan untuk memperdalam pemahaman tentang industri media, tren, dan etika jurnalistik.
- b. Memanfaatkan sumber daya eksternal dengan menggunakan jasa konsultan atau pelatih profesional untuk memberikan wawasan baru dan keterampilan manajemen humas.

Hubungan yang erat antara lembaga pendidikan dan media sangat penting untuk memastikan publikasi yang efektif dan akurat. Media merupakan saluran utama untuk menyebarkan informasi tentang lembaga pendidikan, dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, hubungan yang baik antara keduanya harus dijaga. Prinsip-prinsip utama yang menjadi dasar hubungan ini termasuk memberikan pelayanan kepada media melalui kerjasama dan hubungan timbal balik, menjaga reputasi agar dapat dipercaya, menyediakan informasi yang berkualitas, serta membangun hubungan personal yang didasari oleh keterbukaan dan saling menghormati. Sehingga, lembaga pendidikan dapat menjaga hubungan yang harmonis dengan media dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik adalah yang terbaik.

Penelitian terdahulu menekankan pentingnya publikasi dalam lembaga pendidikan sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi terkait keadaan dan berita di lingkungan sekolah. (Jawhari dkk., 2024) Untuk mencapai tujuan ini, perencanaan konten yang matang dan komunikasi yang efektif antara humas sekolah dan pers sangatlah diperlukan. Peran pers dalam pendidikan tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai alat untuk meningkatkan animo dan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan pendidikan. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa media cetak lokal, seperti Radar Pos berperan dalam mempublikasikan program-program unggulan sekolah dan meningkatkan reputasi sekolah di tingkat lokal. (Rosad dkk., 2021)

Baik penelitian terdahulu maupun penelitian saat ini menunjukkan bahwa kerjasama antara lembaga pendidikan dan pers sangat penting. Hal ini dikarenakan perubahan signifikan dalam cara informasi disebarkan dan diakses oleh generasi muda. Dengan adanya era digital, media massa, termasuk media cetak, elektronik, dan media baru, menjadi saluran penting dalam mengedukasi dan mempengaruhi masyarakat, khususnya generasi muda. Penelitian ini memperkuat temuan penelitian terdahulu dengan menambahkan dimensi baru, yaitu penggunaan teknologi digital dan media sosial sebagai alat utama dalam kolaborasi antara lembaga pendidikan dan pers.

KESIMPULAN

Artikel ini menegaskan pentingnya hubungan erat

antara lembaga pendidikan dan media, khususnya pers dalam memastikan publikasi yang akurat. Dengan kerja sama yang baik antara keduanya, lembaga pendidikan dapat memperkuat citra mereka, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan meningkatkan partisipasi dalam kegiatan pendidikan. Sementara itu, media massa mendapat akses yang lebih baik terhadap informasi yang relevan untuk disebarkan kepada publik. Namun, tantangan seperti memastikan informasi yang disampaikan akurat dan seimbang, serta menjaga hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak harus diatasi. Dengan menerapkan strategi pengembangan hubungan, lembaga pendidikan dapat memperkuat hubungan mereka dengan media dan memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada publik adalah yang terbaik, menciptakan dampak positif yang signifikan dalam memajukan pendidikan dan membangun masa depan yang lebih baik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah turut serta dalam penulisan artikel ini. Khususnya kepada para dosen di Pascasarjana MPI UIN Malang atas bimbingan, dukungan, dan wawasan yang berharga. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua teman yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Adiansah, W., Setiawan, E., Kodaruddin, W. N., & Wibowo, H. (2019). Person in Environment Remaja Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 47. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23118>
- Aras, M. (2014). Kegiatan Government Public Relation dalam Membangun Komunikasi dengan Dunia Pers: Studi Kasus Humas Pemerintah Kota Administrasi Jakarta Timur. *Humaniora*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v5i2.3221>
- Arifin, M. B. U. B., & Nurdyansyah. (2018). Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan. *Umsida Press*, 1–143. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-19-5>
- Asmaul Husna, 411005978. (2016). *Strategi Peliputan Berita Islami Pada Tabloid Gema Baiturrahman* [Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh]. <http://library.ar-raniry.ac.id/>
- Buchori, A. (2019). Peran dan Strategi Public Relation dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Pariwisata. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13(1), Article 1. <https://doi.org/10.47256/kji.v13i1.76>
- Camilleri, M. A. (2020). *Higher Education Marketing Communications in the Digital Era* (SSRN Scholarly Paper 3521848).
- Dakir. (2018). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global* (A. Qodir, Ed.). K-Media.
- Damayanti, N., & Santoso, P. Y. (2012). Kegiatan Media Relations Departemen Pendidikan Nasional dalam Sosialisasi Ujian Akhir Nasional. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 11(1), Article 1. <https://doi.org/10.32509/wacana.v11i1.173>

- Effendy, O. U. (1997). *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek/Onong Uchjana Effendy* (Bandung). Remaja Rosdakarya.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), Article 1. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Ghufron, M. A. (2018). Revolusi Industri 4.0: Tantangan, Peluang, dan Solusi bagi Dunia Pendidikan. *Seminar Nasional dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat 2018*, 1(1), 332–337.
- Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi Massa. dalam *Komunikasi Massa*. CV. Penerbit Qiara Media. <https://repository.petra.ac.id/19098/>
- Jawhari, A. J., Fauzi, M. A., & Rosyid, A. (2024). Pers Sebagai Media Komunikasi Humas Pendidikan. *CERMIN: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Berbasis Islam Nusantara*, 3(2), Article 2.
- Jefkins, F. W. (1998). *Public Relations*. London, Eng. : M & E Pitman Pub.
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1), Article 1. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Nuriman, N., Abubakar, M. B., Aiyub, A., Hasan, K., & Suzanna, E. (2022). *Memahami Analisis Kualitatif*. Tandaseru.
- Nuruzzaman, M., Nurfalih, F., Khumayah, S., Irawan, N., & Santika, R. N. (2024). Digital Public Relations Communication Strategy in Swadaya Gunung Jati University, Indonesia dan Thai Global Bisnis Administration Technological College, Thailand. *European Journal of Communication and Media Studies*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.24018/ejmedia.2024.3.1.30>
- Rosad, A., Annur, S., & Handayani, T. (2021). Kontribusi Pers dalam Mempublikasikan Program Unggulan pada Sekolah Rujukan. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(02), Article 02. <https://doi.org/10.30868/im.v4i02.1527>
- Sholikhah, F. S. (2016). Strategi Media Relations PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk untuk Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif pada PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional IV Wilayah Jateng & DIY). *Komunikator*, 8(2), Article 2. <https://journal.umy.ac.id/index.php/jkm/article/view/2396>
- Siregar, N. M., Hidayat, A., Marlina, M., & Lubis, N. F. (2023). Mempertegas Hukum dan Mengawal Pembangunan Nasional dengan Pendekatan Pers yang Humanis: (Media dan Masyarakat). *Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(2), Article 2.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67.
- Suriady, I., Ningsih, F. P., Rini, G. M. R., & Savhira, F. F. (2023). Analisis Media Relations Komisi Pemilihan Umum (KPU) Sulawesi Tengah. *Kinesik*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.22487/ejk.v10i2.917>
- Triatmaja, D., Junani, B. L., & Sakinah, A. (2021). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan (Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Swasta (MIS) Nurussalam). *PEMA (Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.56832/pema.v1i2.95>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers. (1999). <https://www.regulasipid.id/regulasi/1477>
- Virajati, C., & Setianto, W. A. (2019). Kebijakan Redaksi Media dalam Pemberitaan Kehumasan (Analyzing Editorial Policy in Public Relations Release). *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 21(1), Article 1. <https://doi.org/10.17933/iptekkom.21.1.2019.59-73>
- Yeung, M. Y., Cheng, H. H., Chan, P. T., & Kwok, D. W. (2023). Communication Technology and Teacher–Student Relationship in the Tertiary ESL Classroom During the Pandemic: A Case Study. *Sn Computer Science*, 4(2), 202. <https://doi.org/10.1007/s42979-023-01667-7>

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright ©2024 Aninda Tri Safinatun Najah dan Rafi Jauhari. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.