

Strategi *Public Relation* Dalam Menarik Minat Siswa Baru di SD Negeri 7 Limboto Kabupaten Gorontalo

Nirmala Prasasti Sako³, Muh Hasbi¹, Ratna Hestiana²

^{1,2,3}IAIN Sultan Amai Gorontalo, Indonesia

Email: nirmalasako28@gmail.com¹, muh.hasbi@iaingorontalo.ac.id²,
hestiana@iaingorontalo.ac.id³

DOI:

Received: 17 Mei 2026

Accepted: 18 Mei 2026

Published: 12 Juni 2026

Abstract:

The development of information and communication technology has transformed the dynamics of education, including strategies for attracting new student enrollment. This study aims to analyze the Public Relations (PR) strategies implemented at SD Negeri 7 Limboto to increase new student enrollment interest, as well as to identify supporting and inhibiting factors. The research employed a qualitative field-based approach, including interviews, observations, and documentation studies. Research subjects comprised the principal, teachers, PR staff, students, and parents. The findings indicate that the PR strategies applied are integrated, encompassing personal communication through direct visits, digital communication via social media, and conventional communication through banners, flyers, and posters. This approach emphasizes familial relationships with the community and parents, the utilization of student achievements, extracurricular activities, and collaboration with the school committee to build a positive image and public trust. Supporting factors for the success of PR strategies include teaching quality, a conducive school environment, strategic location, parental support, student achievements, and the use of digital media. Inhibiting factors include limited internal resources, restricted public access to digital media, public skepticism toward public schools, and competition with leading private schools. The PR strategies implemented align with Grunig and Hunt's two-way symmetrical communication model, where dialogue, public participation, and audience-centered adaptation are key to success. This study provides both theoretical and practical contributions for developing adaptive, innovative, and sustainable communication strategies in elementary schools.

Keywords: *Public Relations; New Student Interest; Communication Strategy; Elementary School; Digital Media; Two-Way Communication.*

Abstrak:

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dinamika pendidikan, termasuk dalam menarik minat siswa baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Public Relations (PR) yang diterapkan di SD Negeri 7 Limboto dalam meningkatkan minat pendaftaran siswa baru, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode lapangan, meliputi wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari kepala sekolah, guru, humas, siswa, dan orang tua. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi PR yang diterapkan bersifat terintegrasi, mencakup komunikasi personal melalui kunjungan langsung, komunikasi digital melalui media sosial, serta komunikasi konvensional melalui spanduk, pamflet, dan banner. Pendekatan ini menekankan hubungan kekeluargaan dengan

masyarakat dan orang tua, pemanfaatan prestasi siswa, kegiatan ekstrakurikuler, serta kolaborasi dengan komite sekolah untuk membangun citra positif dan kepercayaan publik. Faktor pendukung keberhasilan strategi PR meliputi kualitas pengajaran, lingkungan sekolah kondusif, lokasi strategis, dukungan orang tua, prestasi siswa, dan pemanfaatan media digital. Faktor penghambat mencakup keterbatasan sumber daya internal, akses masyarakat terhadap media digital yang terbatas, persepsi publik yang meragukan sekolah negeri, serta persaingan dengan sekolah swasta unggulan. Strategi PR yang diterapkan sejalan dengan model komunikasi dua arah simetris Grunig dan Hunt, di mana dialog, partisipasi publik, dan penyesuaian kebutuhan audiens menjadi kunci keberhasilan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan strategi komunikasi sekolah dasar yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Public Relation; Minat Siswa Baru; Strategi Komunikasi; Sekolah Dasar; Media Digital; Komunikasi Dua Arah.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk pendidikan. Kemudahan akses informasi yang dihadirkan oleh era digital mendorong perubahan cara masyarakat memperoleh, memproses, dan memanfaatkan informasi. Dalam konteks pendidikan, digitalisasi tidak hanya memengaruhi proses belajar mengajar, tetapi juga mengubah cara lembaga pendidikan berinteraksi dengan calon siswa dan orang tua mereka. Persaingan antar sekolah, baik negeri maupun swasta, menjadi semakin ketat karena setiap lembaga dituntut untuk mampu menarik perhatian calon siswa melalui strategi komunikasi yang efektif. Strategi komunikasi ini tidak semata-mata bersifat informatif, tetapi juga persuasif, sehingga mampu membangun citra positif sekolah dan menimbulkan kesan yang menguntungkan di mata publik (Br.Sinulingga 2024).

Dalam kerangka tersebut, Public Relation (PR) berperan sebagai salah satu fungsi komunikasi strategis yang krusial. PR tidak hanya berfungsi sebagai pengelola citra lembaga, tetapi juga sebagai jembatan komunikasi antara sekolah dan masyarakat. Melalui PR, sekolah dapat menyampaikan pesan yang tepat, memperkenalkan program unggulan, serta menjalin hubungan yang harmonis dengan orang tua, calon siswa, komunitas sekitar, dan berbagai pihak pemangku kepentingan lainnya. Di era digital, PR juga dituntut untuk adaptif dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital lain, karena penggunaan media digital memungkinkan pesan sekolah menjangkau audiens yang lebih luas dan heterogen. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai strategi PR yang efektif menjadi kebutuhan penting bagi sekolah dalam menghadapi dinamika persaingan dan ekspektasi masyarakat yang terus berkembang (Hidayattullah and Hidayat 2025).

Fenomena yang terjadi di SD Negeri 7 Limboto menjadi ilustrasi konkret dari tantangan ini. Data menunjukkan adanya penurunan jumlah pendaftar baru pada beberapa tahun terakhir, yang dipengaruhi oleh persaingan dengan sekolah swasta di sekitar wilayah. Tahun ajaran 2023 tercatat 26 siswa baru, menurun drastis menjadi 9 siswa pada 2024, dan diperkirakan meningkat lebih dari 10 siswa pada 2025. Kondisi ini menjadi perhatian utama kepala sekolah dan staf, karena jumlah siswa baru menjadi salah satu indikator keberhasilan sekolah dalam mempertahankan reputasi dan daya tariknya. Penurunan minat pendaftar ini memunculkan urgensi untuk menerapkan strategi komunikasi yang lebih inovatif, baik melalui media konvensional maupun digital, serta pendekatan langsung kepada masyarakat.

Strategi PR yang diterapkan oleh SD Negeri 7 Limboto mencakup berbagai metode. Media cetak, seperti spanduk dan banner, dipasang di sekitar lingkungan sekolah untuk meningkatkan visibilitas informasi mengenai penerimaan siswa baru. Media digital, khususnya platform media sosial seperti Facebook, digunakan untuk membagikan informasi kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan program unggulan yang dimiliki. Selain itu, sekolah juga melakukan kunjungan langsung ke rumah warga dan TK di sekitar wilayah sebagai upaya membangun hubungan personal dengan calon siswa dan orang tua mereka. Penempatan guru berkualitas di kelas awal, terutama kelas 1, menjadi strategi tambahan yang mampu menarik perhatian orang tua karena kualitas pendidikan di tingkat awal sangat menentukan keputusan mereka dalam memilih sekolah. Intensitas kegiatan PR ini memiliki korelasi positif dengan peningkatan jumlah pendaftar, seperti yang terlihat dari pengalaman sebelumnya, di mana jumlah pendaftar meningkat dari 9 menjadi 20 siswa setelah intensitas sosialisasi diperkuat melalui berbagai media.

Faktor-faktor yang memengaruhi minat calon siswa dan orang tua dalam memilih sekolah sangat beragam. Persaingan antar sekolah, baik di dalam wilayah yang sama maupun di wilayah berbeda, menjadi salah satu faktor utama. Keberadaan dua lokasi sekolah di sekitar Limboto membuat calon siswa tersebar, sehingga strategi PR harus disesuaikan dengan karakteristik audiens di masing-masing lokasi. Faktor lain yang turut memengaruhi adalah kondisi keluarga, termasuk orang tua yang bekerja sebagai guru di sekolah lain, yang sering kali memilih menyekolahkan anaknya di tempat mereka mengajar. Perubahan preferensi dan ekspektasi orang tua dan calon siswa juga semakin kompleks; mereka tidak hanya mencari kualitas akademik, tetapi juga memperhatikan fasilitas, kegiatan ekstrakurikuler, reputasi sekolah, dan nilai tambah lain yang dapat menunjang perkembangan anak. Sekolah swasta yang aktif dalam promosi dan menawarkan program-program menarik sering kali menjadi pesaing berat bagi sekolah negeri. Hal ini menuntut SD Negeri 7 Limboto untuk mengembangkan strategi PR yang inovatif, persuasif, dan mampu membangun hubungan emosional dengan masyarakat.

Peran PR di sekolah memiliki beberapa dimensi penting. Pertama, PR berfungsi sebagai pengelola citra sekolah dengan memastikan pesan yang disampaikan konsisten, jelas, dan relevan bagi audiens. Kedua, PR menjadi mediator antara sekolah dan publik, sehingga mampu mengelola ekspektasi, membangun kepercayaan, serta mengurangi potensi miskomunikasi. Ketiga, PR memungkinkan sekolah untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik audiens yang berbeda-beda, baik melalui media cetak, media digital, maupun interaksi langsung. Tidak semua sekolah memiliki kapasitas yang sama dalam mengimplementasikan strategi PR yang adaptif dan inovatif. Perbedaan ini membuka peluang penelitian untuk memahami praktik PR secara mendalam, khususnya bagaimana strategi PR dirancang dan diimplementasikan untuk menarik minat siswa baru.

Berbagai penelitian sebelumnya telah menyoroti peran PR dalam konteks pendidikan, menekankan pentingnya komunikasi korporat dalam membangun reputasi sekolah, meskipun kurang menekankan strategi spesifik untuk menarik siswa baru. Penelitian menunjukkan bahwa strategi humas sekolah dilakukan melalui perencanaan kegiatan promosi, pelaksanaan komunikasi langsung dan digital, kemitraan dengan komite sekolah dan media lokal, serta evaluasi efektivitas program (Harditia 2025). Penelitian tersebut memiliki kesamaan fokus dengan

penelitian ini, yakni strategi PR dalam menarik minat siswa baru, namun perbedaannya terletak pada fokus lokasi dan penekanan pada strategi PR yang konkret, termasuk faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian lain oleh Ahmad Fauzi (2020) dan Eka Yuliani (2021) menegaskan fungsi humas sebagai jembatan komunikasi antara sekolah dan masyarakat, serta menunjukkan efektivitas pendekatan komunikasi interpersonal dan media sosial dalam membangun citra positif dan meningkatkan pendaftaran siswa baru. Dari tinjauan penelitian terdahulu ini, terlihat bahwa meskipun peran PR dalam pendidikan telah banyak diteliti, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman tentang strategi implementasi PR yang adaptif dan inovatif di tingkat sekolah dasar, khususnya di daerah pedesaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali strategi Public Relation yang diterapkan di SD Negeri 7 Limboto dalam menarik minat siswa baru, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi kepala sekolah, tim humas, dan pengambil kebijakan di lingkungan pendidikan dalam merancang strategi komunikasi sekolah yang lebih terstruktur dan terukur. Selain itu, penelitian ini juga memiliki manfaat teoritis sebagai referensi bagi studi lanjutan terkait pengembangan strategi PR di lembaga pendidikan dasar, sehingga praktik PR dapat terus berkembang dan adaptif terhadap dinamika sosial dan perubahan teknologi. Dengan memahami hubungan antara strategi PR, persepsi masyarakat, dan mutu pendidikan, sekolah dapat merumuskan pendekatan yang lebih efektif, kontekstual, dan berkelanjutan dalam menarik minat calon siswa.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik strategi PR yang diterapkan di SD Negeri 7 Limboto, termasuk metode yang digunakan seperti media digital, media cetak, kunjungan langsung, serta komunikasi dari mulut ke mulut. Analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan strategi PR, baik pendukung maupun penghambat, juga menjadi fokus utama. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi komunikasi sekolah yang lebih efektif, sehingga tidak hanya meningkatkan jumlah pendaftar, tetapi juga memperkuat reputasi sekolah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan terpercaya di mata masyarakat.

Secara keseluruhan, fenomena penurunan jumlah siswa baru di SD Negeri 7 Limboto mencerminkan tantangan yang dihadapi sekolah negeri di daerah pedesaan, yang harus bersaing dengan sekolah swasta dan menyesuaikan diri dengan ekspektasi masyarakat yang terus berkembang. Strategi Public Relation yang terencana dan dilaksanakan secara konsisten terbukti memiliki peran penting dalam meningkatkan minat siswa baru. Dengan memanfaatkan berbagai media, membangun hubungan personal dengan calon siswa dan orang tua, serta menonjolkan keunggulan sekolah, PR dapat menjadi instrumen strategis untuk mempertahankan daya tarik sekolah di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini memberikan kontribusi untuk memperluas pemahaman tentang praktik PR dalam pendidikan dasar, sekaligus menjadi referensi bagi pengembangan strategi komunikasi sekolah yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan.

dalam penelitian ini menekankan pentingnya pemahaman terhadap konsep Public Relations (PR) dan minat siswa, baik secara umum maupun dalam konteks pendidikan, serta perspektif Islam sebagai landasan nilai. Public Relations secara etimologis berasal dari kata *public*, yang berarti publik, dan *relations*, yang berarti hubungan. Dengan demikian, PR dapat diartikan sebagai upaya untuk membangun dan memelihara hubungan dengan publik. Definisi ini diperluas oleh berbagai ahli. Institute of Public Relations (IPR) menyatakan bahwa PR merupakan serangkaian upaya yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan untuk membangun hubungan harmonis dan saling pengertian antara suatu organisasi dan publiknya. Hal ini menekankan pentingnya komunikasi dua arah, perencanaan yang sistematis, serta pelaksanaan kegiatan yang konsisten untuk menciptakan citra positif dan kerja sama yang saling menguntungkan (Manaf et al. 2024).

International Public Relations Association (IPRA) menekankan fungsi PR sebagai bagian dari manajemen khusus yang mendukung jalur komunikasi bersama antara organisasi dan publik. Fungsi ini mencakup penyampaian informasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama, sehingga reputasi organisasi dapat dikelola secara efektif. Hal ini sejalan dengan pandangan Oliver, yang menyebutkan PR sebagai manajemen reputasi yang bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi publik terhadap organisasi dan menyampaikan informasi kinerja organisasi kepada audiens yang relevan. Frank Jefkins menekankan bahwa PR merupakan komunikasi terencana antara organisasi dan publik untuk mencapai tujuan tertentu dengan dasar saling pengertian. Sementara itu, Onong Uchjana Effendy menyatakan bahwa PR adalah fungsi manajemen yang melibatkan sikap dan niat baik secara berkelanjutan untuk membangun simpati, pengertian, dan dukungan dari publik. Secara keseluruhan, PR merupakan manajemen strategis yang tidak hanya menciptakan citra positif, tetapi juga membangun kerja sama, pemahaman bersama, dan mengelola reputasi lembaga.

Dalam konteks pendidikan, PR berperan sebagai media komunikasi dua arah yang terencana dan sistematis antara lembaga pendidikan dengan lingkungan internal maupun eksternal. Tujuan utamanya adalah membangun citra positif, meningkatkan pemahaman masyarakat, dan memperoleh dukungan untuk keberhasilan program pendidikan. PR dalam pendidikan berfungsi sebagai jembatan antara lembaga dan masyarakat, serta media penyampaian informasi yang bertanggung jawab. Fungsi ini mencakup komunikasi internal, untuk menjaga hubungan antar anggota lembaga, dan komunikasi eksternal, untuk membina hubungan positif dengan publik, media, mitra kerja, serta masyarakat secara luas. Harlov menekankan peran PR sebagai jembatan komunikasi dua arah antara lembaga pendidikan dan masyarakat untuk mendukung pencapaian tujuan pendidikan dan membangun kerja sama yang saling menguntungkan. Dengan komunikasi yang efektif, masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam pemecahan masalah dan peningkatan kualitas pendidikan, sehingga tercipta sinergi positif.

Tujuan PR dalam pendidikan antara lain menjaga saling pengertian, membangun dan memelihara kepercayaan, serta menciptakan kerja sama yang

harmonis. Lesie menambahkan bahwa PR berperan untuk mengembangkan pengertian masyarakat terhadap tujuan pendidikan, memperlihatkan kerja sama antara rumah dan sekolah, menyediakan sarana pertukaran informasi, memperoleh opini masyarakat, dan membantu perkembangan pribadi anak. Mulyasa menekankan bahwa tujuan hubungan sekolah dengan masyarakat meliputi peningkatan kualitas pembelajaran, memperkuat tujuan dan kualitas hidup masyarakat, serta menggerakkan partisipasi aktif masyarakat dalam pendidikan. Oleh karena itu, PR dalam pendidikan memiliki peran vital dalam membangun citra, mengelola opini publik, dan memperkuat hubungan internal dan eksternal lembaga Pendidikan (Azizah et al. 2020).

Model PR memberikan kerangka bagi praktisi untuk melaksanakan strategi komunikasi. Grunig dan Grunig membagi model PR menjadi empat, yaitu: press agency, public information, two-way asymmetrical, dan two-way symmetrical. Model press agency dan public information bersifat satu arah, berfokus pada penyampaian pesan tanpa riset mendalam. Model two-way asymmetrical menggunakan riset ilmiah untuk memengaruhi publik, sedangkan model two-way symmetrical menekankan dialog dua arah yang seimbang untuk membangun *mutual understanding*. Strategi PR yang efektif dalam lembaga pendidikan meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, yang bertujuan untuk menumbuhkan hubungan baik, memotivasi partisipasi publik, dan menciptakan opini yang menguntungkan lembaga.

Minat siswa merupakan aspek penting yang memengaruhi keberhasilan pendidikan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat adalah rasa suka atau kecenderungan hati yang besar terhadap sesuatu. Minat muncul dari dalam diri seseorang dan ditunjukkan melalui perhatian, keterlibatan, dan perasaan senang terhadap objek tertentu. Slameto menekankan bahwa minat adalah penerimaan individu terhadap hubungan antara dirinya dengan sesuatu di luar dirinya, sedangkan Hurlock menambahkan bahwa kesenangan terhadap suatu aktivitas memengaruhi intensitas cita-cita seseorang. Ciri minat mencakup perhatian sadar, perasaan senang, konsistensi, pencarian objek, dan keterkaitan dengan pengalaman sebelumnya. Minat dapat diekspresikan melalui pernyataan, tindakan nyata, atau inventarisasi menggunakan instrumen tertentu. Faktor yang memengaruhi minat meliputi faktor internal seperti bakat dan motivasi, serta faktor eksternal seperti dukungan keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sosial. Minat yang tinggi mendorong siswa untuk belajar secara disiplin dan sungguh-sungguh, meningkatkan prestasi akademik, serta memperkuat hubungan harmonis antara sekolah, orang tua, dan Masyarakat (Santoso et al. 2024).

Dalam perspektif Islam, PR dan minat belajar juga memiliki landasan nilai. PR dalam Islam dapat diartikan sebagai dakwah yang terencana untuk membangun komunikasi dan saling pengertian. QS. As-Saff ayat 4 menekankan keteraturan, kerja sama, dan kesatuan dalam mencapai tujuan bersama. Hadis Nabi Muhammad SAW menegaskan pentingnya akhlak mulia, seperti kejujuran, amanah, dan kesopanan, dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Minat siswa dalam perspektif

Islam tidak hanya didorong oleh ketertarikan duniawi, tetapi juga niat yang ikhlas, doa, tawakal, dan lingkungan yang mendukung nilai-nilai Islam. Dengan demikian, minat belajar siswa menjadi sarana untuk mendekatkan diri kepada Allah, meningkatkan kualitas diri, dan mencapai tujuan pendidikan secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian di atas, kerangka berpikir penelitian ini menunjukkan hubungan erat antara strategi Public Relations yang diterapkan lembaga pendidikan dengan minat siswa untuk mendaftar. Strategi PR yang efektif akan membangun citra positif, komunikasi dua arah yang harmonis, dan partisipasi publik yang aktif. Hal ini pada gilirannya meningkatkan minat siswa dan dukungan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Dalam perspektif Islam, PR dan minat siswa harus dijalankan dengan niat ikhlas, akhlak mulia, dan komunikasi yang jujur untuk mencapai tujuan pendidikan yang bermanfaat dan diridhai Allah. Dengan memahami konsep PR, minat siswa, serta nilai-nilai Islam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar teoritis yang kuat untuk menganalisis praktik strategi PR di sekolah dalam meningkatkan minat siswa baru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif, yang dimaksudkan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena yang terjadi dalam konteks nyata. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan pengalaman, perilaku, dan interaksi sosial para subjek penelitian secara utuh. Penelitian kualitatif menekankan deskripsi fenomena dalam bentuk kata-kata, baik lisan maupun tulisan, serta pengamatan terhadap perilaku yang relevan (Yusanto 2019). Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, meskipun memperoleh dukungan dari pihak lain untuk membantu pengumpulan data. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi Public Relation dalam meningkatkan minat siswa baru di SD Negeri 07 Limboto, sehingga setiap informasi yang diperoleh bersifat mendalam dan relevan dengan konteks lembaga pendidikan yang diteliti. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk membuka komunikasi yang lebih intens dengan partisipan, serta memahami dinamika yang terjadi secara alami di sekolah.

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja, yaitu SD Negeri 07 Limboto, karena lembaga ini sesuai dengan topik penelitian dan dapat memberikan data yang representatif terkait strategi Public Relation dalam meningkatkan minat siswa baru. Penentuan lokasi ini mempertimbangkan relevansi institusi dengan tujuan penelitian serta kemudahan akses untuk pengumpulan data lapangan. Penelitian dilakukan dalam rentang waktu tertentu yang memungkinkan peneliti memperoleh data secara menyeluruh melalui berbagai metode pengumpulan data. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai strategi komunikasi yang dijalankan, respon siswa, guru, orang tua, serta pihak terkait lainnya dalam mendukung tujuan lembaga pendidikan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber informasi melalui wawancara dan observasi. Subjek penelitian sebagai sumber data primer meliputi humas sekolah, kepala sekolah, guru dan staf lainnya, siswa, serta orang tua. Wawancara dengan humas sekolah menekankan pada strategi yang digunakan, media komunikasi yang dipilih, tantangan yang dihadapi, serta hasil yang diharapkan dari kegiatan promosi sekolah. Kepala sekolah berperan memberikan pandangan, dukungan, dan arahan terkait implementasi strategi Public

Relation di sekolah. Guru dan staf lainnya berperan dalam membantu menyampaikan nilai-nilai positif sekolah dan mendukung promosi sekolah melalui interaksi dengan siswa maupun orang tua. Siswa dan orang tua menjadi subjek penting karena keputusan dan minat mereka menentukan keberhasilan strategi yang diterapkan (Haifa et al. 2025).

Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder atau data tambahan yang diperoleh melalui dokumen tertulis. Dokumen-dokumen ini meliputi sejarah berdirinya SD Negeri 07 Limboto, visi, misi, dan tujuan sekolah, struktur organisasi, data guru, staf dan siswa, serta sarana dan prasarana yang tersedia. Data sekunder berfungsi sebagai bahan referensi untuk memahami konteks institusi dan mendukung interpretasi data primer. Dengan adanya data sekunder, peneliti dapat memverifikasi informasi yang diperoleh dari partisipan dan menambah kedalaman analisis.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yakni wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi subjektif dari partisipan mengenai pengalaman, pendapat, dan persepsi mereka terhadap strategi Public Relation yang diterapkan (Jailani 2023). Dalam wawancara, peneliti menggunakan pertanyaan terbuka agar partisipan dapat memberikan jawaban yang leluasa dan mendalam, sesuai pengalaman serta pandangan mereka tanpa dibatasi arahan tertentu dari peneliti. Observasi dilakukan untuk memperoleh data secara langsung mengenai perilaku, interaksi, dan kegiatan di lingkungan sekolah. Melalui observasi, peneliti mencatat aktivitas guru, siswa, serta interaksi antar siswa dan antara guru dan siswa dalam konteks kelas maupun kegiatan lainnya. Observasi memungkinkan peneliti menangkap fenomena yang tidak diungkapkan secara verbal, sehingga memberikan wawasan lebih mendalam mengenai praktik komunikasi dan implementasi strategi Public Relation di sekolah. Studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah dokumen tertulis, baik dokumen publik seperti laporan sekolah, agenda kegiatan, maupun dokumen pribadi seperti catatan guru atau jurnal internal. Pendekatan dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari wawancara dan observasi, serta memberikan perspektif tambahan terkait kebijakan, struktur, dan strategi yang dijalankan di sekolah (Datuela, 2013).

Data yang dikumpulkan kemudian diolah melalui tahapan sistematis yang dimulai dengan reduksi data. Reduksi data merupakan proses menyeleksi, menyederhanakan, dan memfokuskan data agar dapat dikategorikan sesuai tema penelitian. Data yang luas dan beragam dipilah menjadi kode dan kategori tertentu, sehingga memudahkan penyajian dan analisis selanjutnya. Penyajian data dilakukan dengan menampilkan informasi secara sistematis dalam bentuk naratif, sehingga memudahkan peneliti untuk membangun argumen dan interpretasi yang logis. Tahap analisis dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan dan verifikasi, di mana peneliti menafsirkan hubungan antar kategori data untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Analisis data dilakukan secara interaktif, di mana pengumpulan, penyajian, dan interpretasi data berlangsung bersamaan sehingga proses penelitian lebih dinamis dan komprehensif.

Keabsahan data dijaga melalui indikator kredibilitas, transferabilitas, ketergantungan, dan kepastian. Teknik yang digunakan untuk memastikan kredibilitas meliputi perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, pengecekan sejawat, pengecekan anggota, analisis kasus negatif, dan kecukupan referensial. Triangulasi dilakukan untuk memeriksa konsistensi data

dari berbagai sumber, teknik pengumpulan, dan waktu pengumpulan data . Triangulasi sumber melibatkan pengecekan data dari beberapa partisipan untuk memperoleh kesepakatan (member check), sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data dari metode yang berbeda, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Apabila terdapat perbedaan informasi, peneliti melakukan diskusi dan klarifikasi dengan sumber data untuk menentukan informasi yang valid.

Dengan penerapan metode penelitian yang sistematis ini, penelitian dapat menghasilkan data yang komprehensif, valid, dan mendalam. Proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara terpadu memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang utuh mengenai strategi Public Relation yang diterapkan di SD Negeri 07 Limboto, serta pengaruhnya terhadap minat siswa baru. Pendekatan kualitatif, pengumpulan data multi-metode, serta uji keabsahan melalui triangulasi menjamin bahwa hasil penelitian tidak hanya akurat, tetapi juga relevan dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

SD Negeri 7 Limboto merupakan salah satu lembaga pendidikan dasar yang beroperasi di Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo. Sekolah ini memiliki Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) 40500277 dan merupakan sekolah negeri yang beralamat di Jalan Hasan Dangkoa, Kelurahan Bongohulawa, dengan kode pos 96214. Berdiri sejak 15 Maret 1952 melalui Surat Keputusan Pendirian Sekolah Nomor 420/Dikbud-Kab. Gtlo/2234, SDN 7 Limboto awalnya dikenal dengan nama SDN Bongohulawa. Seiring waktu, sekolah mengalami beberapa penyesuaian nomenklatur sesuai keputusan pemerintah daerah, antara lain pada tahun 2006 menjadi SDN 1 Bongohulawa, kemudian pada tahun 2009 dan 2012 memperoleh penetapan nama SDN 7 Limboto hingga saat ini. Letak geografis sekolah yang strategis, mudah dijangkau oleh kendaraan, serta dikelilingi pemukiman penduduk mayoritas petani, menjadikan SDN 7 Limboto sebagai salah satu pilihan utama masyarakat untuk menyekolahkan anaknya. Keberadaan sekolah yang dekat dengan gerbang bagian utara pusat bumi perkemahan Kecamatan Limboto juga menambah daya tarik bagi masyarakat yang ingin memperoleh pendidikan dasar berkualitas.

Visi dan misi SDN 7 Limboto mencerminkan komitmen sekolah dalam membentuk peserta didik yang cerdas, berprestasi, berkarakter, dan religius. Visi tersebut diperkuat dengan misi yang mencakup pembentukan sikap dan perilaku yang baik, santun, sopan, dan berkarakter, menanamkan tanggung jawab serta kebanggaan terhadap keluarga, sekolah, lingkungan, bangsa, dan negara. Sekolah juga berupaya meningkatkan kualitas pembelajaran melalui pendekatan Student Centered Learning, dengan penerapan berbagai metode seperti PAKEM atau Contextual Teaching and Learning (CTL), yang berorientasi pada pengembangan keterampilan hidup dan layanan bimbingan konseling. Selain itu, sekolah menciptakan lingkungan yang kondusif, aman, dan nyaman demi efektivitas seluruh kegiatan pendidikan, serta menekankan pentingnya peningkatan mutu lulusan sesuai tuntutan masyarakat dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Penghayatan ajaran agama dan pembinaan akhlak mulia juga menjadi fokus untuk membentuk insan yang beriman, bertaqwa, dan berakhlak mulia.

Kepala sekolah SDN 7 Limboto saat ini adalah Ibu Sawabi Karim Ismail, S.Pd, yang menjabat sejak tahun 2013. Tenaga pendidik di sekolah ini berjumlah delapan

orang, dengan rincian guru PNS, PPPK, dan guru honor yang memiliki berbagai bidang kompetensi, mulai dari pendidikan agama, pendidikan dasar, hingga guru kelas. Struktur tenaga kependidikan yang solid ini memungkinkan sekolah untuk menjalankan berbagai program pendidikan dan promosi secara efektif. Data siswa SDN 7 Limboto terdiri dari enam tingkat kelas, dengan jumlah siswa bervariasi mulai dari kelas I hingga kelas VI, dan distribusi jumlah siswa laki-laki dan perempuan yang relatif seimbang, sehingga mendukung terciptanya suasana pembelajaran yang kondusif.

Dalam mendukung kegiatan pembelajaran dan operasional sekolah, SDN 7 Limboto dilengkapi dengan berbagai sarana dan prasarana. Sarana meliputi komputer, printer, meja dan kursi guru serta siswa, dan papan tulis, sementara prasarana berupa ruang kelas, ruang dewan guru, ruang kepala sekolah, ruang tata usaha, dan fasilitas WC. Ketersediaan sarana dan prasarana tersebut tidak hanya mendukung proses belajar mengajar, tetapi juga membantu pelaksanaan program promosi dan komunikasi sekolah kepada masyarakat. Keberadaan fasilitas yang memadai memungkinkan guru dan siswa untuk menjalankan aktivitas pendidikan dengan nyaman, sehingga berkontribusi terhadap pencapaian visi dan misi sekolah.

Berdasarkan hasil penelitian, profil SDN 7 Limboto menunjukkan bahwa sekolah ini memiliki fondasi sejarah yang kuat, sumber daya manusia yang kompeten, serta dukungan sarana-prasarana yang memadai. Letak geografis yang strategis dan reputasi yang telah terbangun sejak lama menjadikan SDN 7 Limboto sebagai institusi pendidikan yang mampu menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anak-anak mereka. Visi dan misi sekolah yang menekankan kecerdasan, prestasi, karakter, dan religiusitas sejalan dengan upaya strategi Public Relation sekolah dalam meningkatkan minat siswa baru. Keberadaan kepala sekolah, guru, staf, siswa, serta fasilitas yang lengkap menjadi faktor penunjang yang mempermudah implementasi berbagai strategi komunikasi dan promosi, sehingga tujuan sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan dan kualitas peserta didik dapat tercapai secara efektif.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa SDN 7 Limboto tidak hanya menekankan aspek akademik, tetapi juga pengembangan karakter dan keterampilan hidup peserta didik, dengan dukungan tenaga pendidik, sarana-prasarana, serta lokasi yang strategis. Hal ini menjadi dasar bagi analisis lebih lanjut mengenai strategi Public Relation yang diterapkan oleh sekolah untuk meningkatkan minat siswa baru, dengan mempertimbangkan peran semua pihak terkait, mulai dari kepala sekolah, guru, staf, siswa, hingga orang tua. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu memperkuat citra sekolah, membangun kepercayaan masyarakat, dan memfasilitasi tercapainya visi dan misi sekolah dalam konteks pendidikan dasar di Kabupaten Gorontalo.

Penelitian mengenai strategi Public Relation dalam menarik minat siswa baru di SD Negeri 7 Limboto dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sekolah menerapkan berbagai strategi komunikasi yang berorientasi pada pembangunan citra positif lembaga pendidikan serta membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan orang tua calon siswa. Kepala sekolah, Ibu Sawabi Karim Ismail, menjelaskan bahwa upaya menarik minat siswa baru tidak hanya dilakukan melalui promosi semata, melainkan lebih menekankan pada pembangunan hubungan kekeluargaan dengan orang tua dan masyarakat. Hubungan yang hangat dan tidak kaku ini menciptakan suasana nyaman sehingga orang tua merasa mudah

berinteraksi dan menyampaikan harapan terkait pendidikan anak-anak mereka. Selain itu, guru-guru didorong untuk berinovasi dalam kegiatan pembelajaran dan ekstrakurikuler, karena aktivitas ini menjadi daya tarik yang langsung terlihat oleh masyarakat. Kegiatan seperti Pramuka, olahraga, seni, dan kegiatan lain yang melibatkan siswa secara aktif, dinilai mampu memberikan kesan positif tentang kualitas sekolah. Selanjutnya, pemanfaatan teknologi dan media sosial juga menjadi bagian penting dari strategi ini. Sekolah menggunakan grup WhatsApp dan media sosial untuk berbagi informasi terkait kegiatan sekolah, perkembangan siswa, serta program-program menarik, yang secara langsung membantu membangun kepercayaan dan kedekatan emosional dengan orang tua. Partisipasi komite sekolah dan masyarakat dalam perencanaan program turut memperkuat rasa memiliki terhadap sekolah, sementara keterbukaan komunikasi antara kepala sekolah, guru, dan masyarakat menjadi faktor penunjang keberhasilan strategi Public Relation yang diterapkan. Dengan pendekatan seperti ini, sekolah tidak hanya dikenal karena program pendidikan yang dijalankan, tetapi juga karena suasana yang ramah dan terbuka bagi semua pihak.

Strategi serupa juga dikemukakan oleh Kepala Humas, Ibu Eva D. Ismail, yang menyatakan bahwa setiap tahun sekolah mengadakan rapat penyusunan panitia penerimaan peserta didik baru untuk merancang langkah-langkah promosi. Strategi yang diterapkan meliputi penggunaan media cetak dan spanduk, pemanfaatan media sosial seperti Facebook untuk membagikan informasi dan kegiatan sekolah, sosialisasi langsung dengan mengunjungi taman kanak-kanak di sekitar, serta penempatan guru berkualitas di kelas awal untuk menarik minat orang tua. Pendekatan ini menunjukkan bahwa sekolah mengintegrasikan promosi digital, konvensional, dan pendekatan personal secara bersamaan, sehingga informasi tentang pendaftaran siswa baru tersebar luas dan mampu membangun kepercayaan orang tua terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan. Pendekatan akademik dan kualitas pembelajaran juga menjadi faktor penting, sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Risnawaty Bumolo, guru kelas enam. Ia menekankan pentingnya membangun reputasi positif sekolah melalui prestasi siswa yang ditampilkan di media sosial dan website, penyelenggaraan open house atau kelas percobaan agar calon siswa merasakan langsung metode pembelajaran, serta komunikasi intensif dengan orang tua untuk menjelaskan keunggulan program, seperti pendekatan personal, pemanfaatan teknologi, dan pengembangan karakter. Lingkungan belajar yang positif dan inklusif, testimoni dari siswa dan alumni yang berhasil, serta pengembangan kompetensi guru menjadi strategi tambahan yang mendukung keberhasilan promosi dan membangun citra positif sekolah.

Analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi menarik minat siswa baru di SDN 7 Limboto mengintegrasikan pendekatan komunikatif, kolaboratif, inovatif, dan berbasis teknologi. Kepala sekolah menekankan hubungan kekeluargaan yang hangat dengan masyarakat dan orang tua, sementara kepala humas berfokus pada promosi langsung dan digital melalui media sosial, spanduk, dan kunjungan ke sekolah sekitar. Guru menekankan kualitas akademik dan lingkungan belajar yang menyenangkan sebagai daya tarik utama. Keseluruhan strategi ini mencerminkan sinergi antara manajemen sekolah, humas, dan guru dalam membangun citra positif lembaga pendidikan. Pendekatan ini sejalan dengan teori James E. Grunig dan Todd Hunt mengenai model komunikasi dua arah simetris, yang menekankan pentingnya dialog antara organisasi dan publik, mendengarkan, memahami, dan menyesuaikan diri dengan kebutuhan pihak-pihak yang terlibat.

Melalui komunikasi yang partisipatif, seimbang, dan saling menguntungkan, sekolah mampu membangun kepercayaan, meningkatkan citra positif, serta mendorong minat masyarakat untuk mendaftarkan anaknya ke SDN 7 Limboto.

Selain media digital, sekolah juga memanfaatkan media konvensional sebagai bagian dari strategi Public Relation. Media konvensional mencakup spanduk, baliho, pamflet, dan media cetak lainnya yang dapat menjangkau masyarakat secara langsung. Kepala sekolah menyatakan bahwa pemasangan banner dan spanduk di sekitar lingkungan sekolah, serta pemanfaatan media sosial seperti Facebook, membantu informasi penerimaan siswa baru lebih cepat diketahui masyarakat. Kepala humas menambahkan bahwa setiap menjelang pendaftaran, sekolah memasang baliho berisi program unggulan dan jadwal pendaftaran karena masyarakat setempat masih terbiasa memperoleh informasi melalui media visual langsung. Pamflet digunakan untuk memberikan gambaran singkat mengenai fasilitas sekolah, program ekstrakurikuler, dan prestasi siswa, sehingga calon orang tua lebih mudah memahami kualitas pendidikan yang ditawarkan. Strategi kombinasi media digital dan konvensional ini terbukti efektif karena memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas, sekaligus mempertahankan kedekatan emosional dengan masyarakat serta orang tua calon siswa. Dengan demikian, pemanfaatan media yang tepat, baik digital maupun konvensional, menjadi faktor penting dalam keberhasilan strategi Public Relation untuk menarik minat siswa baru, membangun citra positif, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan oleh SD Negeri 7 Limboto.

Strategi Public Relations yang diterapkan di SD Negeri 7 Limboto dalam menarik minat siswa baru sejalan dengan teori James E. Grunig dan Todd Hunt mengenai model Two-Way Symmetrical. Karakter utama dari model ini menekankan adanya kemauan kedua belah pihak untuk berdialog, tidak hanya membujuk, tetapi juga mendengarkan, mempelajari, dan mengadaptasi perilaku pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Strategi sekolah yang memadukan media konvensional dan digital mencerminkan prinsip komunikasi dua arah yang saling menguntungkan antara sekolah dan masyarakat. Penggunaan banner, spanduk, pamflet, serta media sosial menunjukkan bahwa sekolah tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membuka ruang interaksi. Misalnya, melalui Facebook, orang tua dapat melihat kegiatan sekolah, memberikan tanggapan, dan bertanya langsung, sehingga tercipta komunikasi yang lebih terbuka, responsif, dan membangun kepercayaan.

Media komunikasi yang dimanfaatkan oleh sekolah meliputi segala bentuk saluran, baik cetak, elektronik, digital, maupun nonverbal, yang membantu memperjelas dan memperluas jangkauan pesan. Kepala sekolah, Ibu Sawabi Karim Ismail, menyatakan bahwa media sosial seperti Facebook dan WhatsApp dimaksimalkan karena lebih cepat dijangkau orang tua. Selain itu, sekolah membuat video pendek kegiatan siswa yang dibagikan melalui WhatsApp agar orang tua dapat melihat langsung suasana belajar, sehingga menumbuhkan rasa kedekatan dan kepercayaan terhadap sekolah. Meskipun demikian, komunikasi tatap muka tetap menjadi pendekatan utama, sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Eva D. Ismail, kepala humas, bahwa sosialisasi ke masyarakat, pertemuan dengan orang tua, dan berbagai event sekolah memberi ruang bagi interaksi langsung, yang dianggap lebih meyakinkan dan efektif dalam membangun keyakinan orang tua terhadap kualitas pendidikan di sekolah. Guru-guru juga menambahkan bahwa informasi disebar-

melalui brosur, selain media sosial dan komunikasi langsung, sehingga strategi ini menjangkau lebih banyak calon siswa sekaligus memastikan informasi diterima dengan jelas.

Pelaksanaan strategi Public Relations di SD Negeri 7 Limboto dilakukan secara terencana dan berkelanjutan. Kepala sekolah berperan sebagai pengarah dan koordinator, sementara guru melaksanakan program di lapangan sesuai arahan. Setiap kegiatan promosi selalu dibahas dalam rapat agar seluruh pihak memahami tugas dan tanggung jawabnya. Selain media sosial dan media cetak seperti spanduk dan brosur, sekolah juga menjalin pendekatan langsung dengan masyarakat melalui kegiatan keagamaan, kunjungan rumah, dan kegiatan sosial lainnya. Strategi ini membantu masyarakat mengenal sekolah secara lebih dekat, melihat keunggulan program, dan menumbuhkan kepercayaan terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Hal ini sesuai dengan pandangan Harlow, yang dikutip oleh Aldo Redho Syam, bahwa Public Relations berperan sebagai jembatan komunikasi dua arah antara lembaga pendidikan dan masyarakat, mendukung pencapaian tujuan sekolah sekaligus meningkatkan kerja sama dan kepentingan bersama.

Minat siswa dan orang tua dalam memilih SD Negeri 7 Limboto juga dipengaruhi oleh berbagai jalur informasi. Berdasarkan wawancara dengan siswa, informasi awal diperoleh dari keluarga dan alumni, kemudian diperkuat melalui media sosial dan penjelasan guru tentang program-program unggulan, seperti seni, olahraga, dan pramuka. Orang tua menilai informasi yang mudah diakses dan jelas, baik melalui media sosial maupun cerita tetangga, serta keaktifan sekolah dalam kegiatan sosial dan lomba, menjadi faktor yang menumbuhkan kepercayaan dan ketertarikan. Hal ini sejalan dengan teori Hurlock, yang menyatakan bahwa minat merupakan dorongan motivasi yang mengarahkan seseorang melakukan sesuatu yang dianggap bermanfaat, sehingga minat siswa muncul melalui rangsangan internal yang dipicu oleh informasi eksternal. Informasi yang diterima melalui media sosial, keluarga, dan kegiatan sekolah memberikan rasa yakin dan tertarik bagi siswa maupun orang tua untuk memilih sekolah tersebut.

Selain itu, strategi Public Relations yang diterapkan oleh SD Negeri 7 Limboto juga relevan dengan teori Agenda Setting yang dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw. Teori ini menegaskan bahwa media tidak hanya memberitakan realitas, tetapi juga membentuk persepsi publik tentang isu atau informasi yang dianggap penting. Dalam konteks sekolah, strategi penyebaran informasi melalui media sosial, publikasi, dan komunikasi langsung berperan membentuk persepsi masyarakat terhadap kualitas sekolah dan program unggulannya. Informasi yang konsisten dan mudah diakses membangun perhatian masyarakat terhadap sekolah dan secara tidak langsung memengaruhi minat serta keputusan orang tua dan calon siswa untuk mendaftar. Dengan demikian, kombinasi strategi digital, media konvensional, dan komunikasi tatap muka memungkinkan SD Negeri 7 Limboto menjangkau audiens yang lebih luas, membangun citra positif, dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Pelaksanaan strategi Public Relations di SD Negeri 7 Limboto dalam menarik minat siswa baru menghadapi berbagai tantangan dan dipengaruhi oleh faktor pendukung maupun penghambat, baik dari aspek internal maupun eksternal. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Ibu Sawabi Karim Ismail, tantangan utama terletak pada keterbatasan tenaga dan waktu dalam menjalankan kegiatan kehumasan secara konsisten. Guru dan staf yang terlibat dalam humas memiliki beban kerja tambahan, termasuk mengajar dan mengelola administrasi,

sehingga pelaksanaan program humas belum maksimal. Selain itu, penggunaan media sosial sekolah masih perlu ditingkatkan agar informasi dapat menjangkau masyarakat lebih luas dan menarik minat calon siswa baru. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya menjadi hambatan dalam menciptakan komunikasi yang optimal dengan publik, sejalan dengan teori James E. Grunig dan Todd Hunt dalam model Two-Way Symmetrical, yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang seimbang dan saling menguntungkan antara organisasi dan publik.

Selain keterbatasan internal, tantangan eksternal juga dihadapi, misalnya keterbatasan akses orang tua terhadap media sosial. Ibu Eva D. Ismail, kepala humas, menjelaskan bahwa tidak semua orang tua memiliki handphone atau aktif di platform digital, sehingga informasi sekolah tidak selalu sampai ke mereka. Untuk mengatasi hal tersebut, sekolah melakukan pendekatan langsung melalui kunjungan ke TK dan RA, di mana informasi penerimaan siswa baru disampaikan secara tatap muka. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi dua arah yang efektif tidak hanya bergantung pada media digital, tetapi juga memerlukan interaksi langsung yang membangun kepercayaan dan keakraban dengan masyarakat. Upaya lain yang dilakukan untuk mengatasi tantangan tersebut adalah memperkuat komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui pertemuan rutin, kerja sama dengan komite sekolah, serta publikasi kegiatan positif sekolah, sebagaimana dijelaskan oleh Ibu Risnawaty Bumolo. Strategi ini membantu menciptakan hubungan yang harmonis dan mendukung peningkatan citra sekolah di mata publik.

Faktor pendukung strategi Public Relations di SD Negeri 7 Limboto terletak pada kualitas pengajaran dan lingkungan sekolah yang kondusif. Kepala sekolah menyatakan bahwa guru-guru berdedikasi menciptakan pembelajaran yang menyenangkan, didukung dengan kegiatan ekstrakurikuler seperti olahraga, seni, dan even lingkungan yang melibatkan siswa. Letak sekolah yang strategis dan dekat dengan pemukiman warga memudahkan akses dan memberikan rasa aman bagi orang tua, sementara reputasi sekolah yang ramah, inklusif, dan keberhasilan alumni menambah daya tarik. Dukungan ini diperkuat oleh pernyataan kepala humas, yang menekankan letak strategis sekolah serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana sosialisasi penerimaan siswa baru. Selain itu, guru-guru menyoroti penerapan Kurikulum Merdeka yang fleksibel dan menyenangkan, pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran, dukungan aktif orang tua melalui komite sekolah, serta prestasi siswa di berbagai bidang, yang secara kolektif meningkatkan citra positif sekolah dan menambah minat calon siswa baru.

Meski begitu, faktor penghambat juga muncul dari persepsi masyarakat dan persaingan eksternal. Kepala sekolah menjelaskan bahwa sebagian masyarakat masih memandang sekolah negeri kurang unggul dibandingkan sekolah swasta, sehingga kepercayaan terhadap kualitas SD Negeri 7 Limboto belum sepenuhnya terbentuk. Hal ini diperkuat oleh kepala humas, yang menambahkan adanya persaingan dengan sekolah swasta unggulan di sekitar Limboto, seperti SD Muhammadiyah, yang dianggap lebih unggul dalam pendidikan agama. Pandangan ini menjadi tantangan dalam menarik minat siswa baru, meski pihak sekolah tetap optimis dengan strategi komunikasi dan promosi yang berkesinambungan, terbukti dengan peningkatan jumlah pendaftar dari tahun sebelumnya. Guru-guru juga menegaskan bahwa persaingan dengan sekolah swasta menuntut sekolah untuk terus menonjolkan prestasi, program unggulan, dan kualitas pengajaran sebagai bukti nyata keunggulan SD Negeri 7 Limboto.

Seluruh upaya yang dilakukan, baik dalam mengatasi tantangan maupun memanfaatkan faktor pendukung, selaras dengan prinsip komunikasi dua arah simetris yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt. Sekolah tidak hanya melakukan promosi sepihak, tetapi juga mendengarkan dan menanggapi pandangan masyarakat, menyesuaikan strategi dengan kebutuhan publik, dan membangun hubungan yang saling percaya. Pendekatan ini diwujudkan melalui dialog langsung dengan orang tua, sosialisasi kegiatan sekolah, serta pemanfaatan media sosial dan media cetak untuk memperluas jangkauan informasi. Dengan strategi ini, hubungan timbal balik antara sekolah dan masyarakat terjalin lebih harmonis, citra sekolah diperkuat, dan minat calon siswa baru meningkat. Penelitian Grunig menunjukkan bahwa organisasi yang menggunakan model simetris lebih berhasil dalam membangun loyalitas publik dan menghadapi tantangan komunikasi, yang menjadi bukti keberhasilan strategi Public Relations SD Negeri 7 Limboto dalam meningkatkan kepercayaan dan menarik pendaftar baru.

Secara keseluruhan, faktor pendukung strategi Public Relations di SD Negeri 7 Limboto meliputi kualitas pengajaran, lingkungan sekolah kondusif, lokasi strategis, dukungan orang tua, prestasi siswa, serta pemanfaatan media sosial. Sementara faktor penghambat berasal dari keterbatasan sumber daya internal, akses masyarakat terhadap media digital, persepsi publik yang masih meragukan sekolah negeri, dan persaingan dengan sekolah swasta unggulan. Pendekatan komunikasi yang menekankan interaksi dua arah, kolaborasi dengan komite sekolah, dan penggunaan media sosial serta media cetak memungkinkan sekolah mengoptimalkan strategi Public Relations, membangun citra positif, dan meningkatkan minat masyarakat untuk mendaftar. Dengan demikian, strategi PR yang diterapkan bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi lebih menekankan hubungan timbal balik, pemahaman bersama, dan penguatan citra melalui bukti nyata kualitas sekolah dan program unggulan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa SD Negeri 7 Limboto menerapkan strategi Public Relations yang efektif dalam menarik minat siswa baru melalui pendekatan komunikasi yang terintegrasi, meliputi personal, digital, dan konvensional. Strategi ini menekankan hubungan kekeluargaan dengan masyarakat dan orang tua, pemanfaatan media sosial serta media cetak, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi siswa, dan keterlibatan aktif komite sekolah.

Faktor pendukung keberhasilan strategi PR sekolah mencakup kualitas pengajaran yang baik, lingkungan belajar yang kondusif, lokasi sekolah yang strategis, dukungan orang tua, prestasi siswa, serta pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan informasi secara luas. Sementara faktor penghambat meliputi keterbatasan tenaga dan waktu staf, akses orang tua terhadap media digital yang terbatas, persepsi masyarakat yang masih meragukan kualitas sekolah negeri, serta persaingan dengan sekolah swasta unggulan di sekitar Limboto.

Sekolah mampu mengatasi hambatan tersebut melalui pendekatan komunikasi dua arah yang harmonis, interaksi langsung dengan masyarakat, kolaborasi dengan komite sekolah, dan penguatan citra melalui bukti nyata kualitas pendidikan dan program unggulan. Strategi ini sejalan dengan model komunikasi dua arah simetris menurut Grunig dan Hunt, di mana hubungan yang saling percaya, mendengarkan, dan menyesuaikan kebutuhan publik menjadi kunci keberhasilan Public Relations.

Secara keseluruhan, strategi Public Relations SD Negeri 7 Limboto berhasil

membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan mendorong minat calon siswa baru secara berkelanjutan, sehingga mendukung pencapaian visi dan misi sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan dasar di Kabupaten Gorontalo.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi Public Relations (PR) yang diterapkan oleh SD Negeri 7 Limboto terbukti efektif dalam meningkatkan minat siswa baru. Strategi tersebut memadukan pendekatan komunikasi personal, digital, dan konvensional yang saling terintegrasi. Hubungan kekeluargaan dengan orang tua dan masyarakat menjadi fokus utama, diperkuat dengan pemanfaatan media sosial, media cetak, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi siswa, serta keterlibatan aktif komite sekolah.

Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan strategi PR sekolah meliputi kualitas pengajaran yang baik, lingkungan belajar yang kondusif, lokasi sekolah yang strategis, dukungan orang tua, prestasi siswa, serta penggunaan media sosial untuk penyebaran informasi yang luas. Adapun faktor penghambat yang dihadapi sekolah antara lain keterbatasan tenaga dan waktu staf, akses orang tua terhadap media digital yang masih terbatas, persepsi masyarakat yang meragukan kualitas sekolah negeri, dan persaingan dengan sekolah swasta unggulan di sekitar Limboto.

Sekolah mampu mengatasi hambatan tersebut melalui komunikasi dua arah yang harmonis, interaksi langsung dengan masyarakat, kolaborasi dengan komite sekolah, dan penguatan citra melalui bukti nyata kualitas pendidikan dan program unggulan. Pendekatan ini selaras dengan model komunikasi dua arah simetris menurut Grunig dan Hunt, yang menekankan pentingnya dialog, saling mendengarkan, serta menyesuaikan strategi dengan kebutuhan publik.

Secara keseluruhan, implementasi strategi Public Relations di SD Negeri 7 Limboto berhasil membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan mendorong minat calon siswa baru secara berkelanjutan. Hal ini sekaligus mendukung pencapaian visi dan misi sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan dasar di Kabupaten Gorontalo, sehingga praktik PR menjadi instrumen strategis yang esensial dalam menghadapi persaingan lembaga pendidikan dan ekspektasi masyarakat yang terus berkembang.

Sebagai penutup, penelitian ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang terencana, adaptif, dan inovatif dalam dunia pendidikan, khususnya bagi sekolah dasar di daerah pedesaan. Diharapkan temuan ini dapat menjadi referensi bagi kepala sekolah, tim humas, guru, dan pemangku kebijakan pendidikan lainnya dalam merancang praktik PR yang efektif, membangun citra lembaga yang positif, serta meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat secara berkelanjutan. Dengan pemahaman dan penerapan yang tepat, strategi Public Relations tidak hanya meningkatkan kuantitas siswa, tetapi juga kualitas pendidikan yang diberikan, sehingga menciptakan dampak positif bagi pembangunan sumber daya manusia di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak di SD Negeri 7 Limboto yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini, serta kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi sehingga penelitian berjudul "Strategi Public Relation

dalam Menarik Minat Siswa Baru di SD Negeri 7 Limboto Kabupaten Gorontalo” dapat diselesaikan dan diterbitkan dalam jurnal ilmiah.

REFERENSI

- Azizah, Alfi Nur, Ananta Dwi Mutia, Andini Syawalia, Ayu Lestari Febmi, Berliana Rosy, Yulinda Sari, and Bima Unggul Hendriansyah. 2020. “Peran Humas Dalam Pencitraan Publik Di Satuan Lembaga Pendidikan.” 4.
- Br.Sinulingga, Sadepa Putri. 2024. “perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital : perspektif masa depan.” 2(12):27.
- Datuela, agnes. 2013. “nstrategi public relations pt. Telkomsel branch manado dalam mempertahankan citra perusahaan Title.” 2(1):3-4.
- Haifa, Nurul Melani, Indah Nabilla, Virda Rahmatika, and Rully Hidayatullah. 2025. “Identifikasi Variabel Penelitian , Jenis Sumber Data Dalam Penelitian Pendidikan Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang Berubah Tergantung Situasi Tertentu . (Arib , M . F . , Dkk , 2024).” : : *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa* 2(2):256-70.
- Harditia. 2025. “Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun.” 4.
- Hidayattullah, Maulana Mahril, and Rofiq Hidayat. 2025. “Tugas Dan Fungsi Humas Dalam Menyukseskan Program Sekolah Ramah Anak.” 3(2):87.
- Jailani, M. Syahran. 2023. “Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif.” *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1(2):1-9.
- Manaf, Bukadin, Kismatul Afroh, Sekolah Tinggi, and Agama Islam. 2024. “Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Image Dimadrasah aliyah(Ma)Hidayatullahpakisanbondowoso Tahun Ajaran 2023/2024.” 2(2):93-109.
- Santoso, Annisa Amelia, Hisyam Faras Muzaki, Rachmad Pamuji P, and Diana Amalia. 2024. “Strategi Public Relation IFI Surabaya Dalam Membangun Brand Awareness.” 10(September):118-25.
- Yusanto, Yoki. 2019. “Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif.” *Journal of Scientific Communication (Jsc)* 1(1):4. doi:http://dx.doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764.