YASIN
Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya

p-ISSN : 2808-2346
e-ISSN : 2808-1854

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/yasin.v3i6.1628

URGENSI PUBLIC RELATION DALAM MEMBANGUN CITRA YAYASAN NURHAYATI BERSAMA PADA MASYARAKAT TEMBUNG

Icha Fahira Azzani[1], Khatibah[2], Elfi Yanti Ritonga[3]
UIN Sumatera Utara Medan
ichafahiraazzani@gmail.com

Abstract

In general, this thesis research aims to find out about how the Nurhayati Bersama Foundation builds its image without the role of public relations. This study uses a type of qualitative research with a descriptive approach. The data sources used in this study are secondary data sources and primary data sources obtained from observations, interviews, and documentation which will later be compiled and described in manuscript form. The results showed that (1) the process of building the image of the Nurhayati Bersama Foundation was carried out in several ways, namely promotion through distributing brochures, parades, learning recreation, improving the quality of education, improving physical and non-physical conditions, and establishing friendship with the community. (2) The media used in building the image are social media such as Instagram and WhatsApp which are used to post activities from the Nurhayati Bersama Foundation in the form of videos or pictures, then through print media such as brochures and banners. However, the methods used to build the image of the Nurhayati Bersama Foundation to the people of Medan Tembung did not go well because they encountered several obstacles. (3) the obstacle for the Nurhayati Bersama Foundation in building its image in society is the absence of a public relations role that assists the Nurhayati Bersama Foundation in building its image in society and the location of the school which is in an alley.

Keywords: *Public Relations, Image, Nurhayati Bersama Foundation*

Abstrak: Secara umum, penelitian skripsi ini bertujuan untuk mengetahui tentang bagaimana Yayasan Nurhayati Bersama membangun citra tanpa adanya peran dari *public relation*. penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder dan sumber data primer yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang nantinya akan dirangkai dan dideskripsikan dalam bentuk naskah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) proses membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama dilakukan dengan beberapa cara yaitu promosi melalui pembagian brosur, kegiatan pawai, rekreasi belajar, meningkatkan mutu pendidikan, membenahi kondisi fisik dan non

Jurnal Yasin is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

fisik, dan menjalin silaturahmi kepada masyarakat. (2) Media yang digunakan dalam membangun citra adalah media sosial seperti *instagram* dan *whatsapp* yang digunakan untuk memposting kegiatan dari Yayasan Nurhayati Bersama dalam bentuk video atau gambar, kemudian melalui media cetak seperti brosur dan spanduk. Namun cara-cara yang dilakukan dalam membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama pada masyarakat di Medan Tembung, tidak berjalan dengan baik karena mengalami beberapa hambatan. (3) hambatan Yayasan Nurhayati Bersama dalam membangun citra di masyarakat yaitu tidak adanya peran *public relation* yang membantu Yayasan Nurhayati Bersama dalam membangun citra pada masyarakat serta lokasi sekolahyang berada di dalam gang.

Kata Kunci : *Public Relation*, *Citra, Yayasan Nurhayati Bersama*

PENDAHULUAN

Public relations adalah fungsi manajemen yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, menumbuhkan pemahaman, kerjasama antara organisasi dan publiknya, melibatkan pengelolaan masalah dan isu, membantu manajemen untuk tetap terinformasi dan responsif terhadap opini publik, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik. (Agus Setyanto Adi, 2018) Peran dari public relation ini nantinya akan berpengaruh terhadap citra suatu instansi sebagaimana Kriyantono mengatakan bahwa, citra positif dapat terbentuk bila publik mempunyai persepsi yang positif terhadap perusahaan atau suatu lembaga yang diciptakan melalui hubungan komunikasi yang dibangun oleh *public relation*. (Sriye Amanah Pebriany, 2020)Semua tujuan *public relations* menjelaskan bahwa berdirinya *public relations* di sebuah intansi sangat penting untuk membangun hubungan komunikasi yang baik dengan *public* internal maupun eksternal. (Isma Asdiani Nasution, 2019)

Dari berbagai instansi/ lembaga yang ada, lembaga pendidikan menjadi salah satu lembaga yang membutuhkan peranan *public relation*dalam membangun citra sebagaimana Muhammad Noor Syam mengungkapkan bahwa peran *public relation* dalam mewujudkan suatu hubungan yang harmonis antara sekolah dengan publik, nantinya akan menghasilkan opini *public* yang menguntungkan bagi kehidupan lembaga pendidikan tersebut. Namun, peneliti memukan bahwa masih ada lembagapendidikan yang tidak mempunyai *public relation* yaitu lembaga pendidikan Yayasan Nurhayati Bersama yang berlokasi di Jl. Bersama Gang, Keluarga, No. 5 Kec. Medan Tembung, Kel. Bantan, Medan, Sumatera Utara. Tidak adanya *public relation* pada Yayasan Nurhayati Bersama, memberi dampak terhadap pemberian, pemanfaatan, serta penyebaran informasi mengenai Yayasan Nurhayati Bersama.

Akibatnya, citra dari Yayasan Nurhayati Bersama tidak tumbuh dan berkembang di masyarakat luas.

Selain itu, adanya pengaruh dari beberapa lembaga pendidikan yang lebih terstruktur dalam membangun citra, menjadikan Yayasan Nurhayati Bersama tidak terlihat oleh masyarakat luas karena tidak mempunyai *public relation* untuk memperkenalkan, membangun, serta mengembangkan citra Yayasan Nurhayati Bersama pada masyarakat di Medan Tembung. Di sisi lain, peneliti menemukan adanya kepercayaan yang berkembang di sekolompok masyarakat terhadap Yayasan Nurhayati Bersama yang menjadikan Yayasan Nurhayati Bersama tetap bertahan menjadi lembaga pendidikan yang dipilih oleh sekelompok masyarakat tersebut. Namun, tidak menutup kemungkinan jika terus mengandalkan kepercayaan sekelompok masyarakat ini, nantinya Yayasan Nurhayati Bersama akan berjalan stagnan dan memberi dampak pada eksistensi Yayasan Nurhayati Bersama.Hingga saat ini, keberadaan *public relation* bagi Yayasan Nurhayati Bersama menjadi suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Hal ini dikarenakan Yayasan Nurhayati Bersama mengalami berbagai keterbatasan dan hambatan dalam membangun citranya, termasuk dalam memanfaatkan media-media yang memiliki peluang untuk membangun citra kepada masyarakat luas.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenispenelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang menurut Bodan dan Biklen kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang dapat diamati. Deskriptif yaitu sebuah pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan suatu situasi proses dan gejala-gejala atau objek tertentu yang sedang diamati. Dalam penelitian ini, objek yang diamati adalah Yayasan Nurhayati Bersama yang beralamat di Jalan Bersama Gg. Keluarga No.5 Medan. Berdasarkan jenis penelitian yang telah diuraikan, maka untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan objek penelitian, maka penulis memilih beberapa informan.

HASIL

1. Pengertian *Public Relations*

Secara etimologis, *public relations* terdiri dari dua kata, yaitu *public* dan *relations*. *Public* berarti publik dan *relations* berarti hubungan-hubungan. Jadi, *public relations* berarti hubungan-hubungan dengan publik. (Budiman Purba, 2018) Menurut Frank Jefkins, *public relation* adalah sesuatu yang merangkum semua komunikasi baik itu perencanaan internal maupun eksternal, antara organisasi dan khalayak untuk mencapai tujuan tertentu. (Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, 2016) Hal ini sejalan dengan pendapat W. Emerson terkait *public relations* yang merupakan kelanjutan dari proses penetapan kebijakan dengan penentuan pelayanan yang disesuaikan berdasarkan sikap dan kepentingan suatu golongan atau kelompok.

Menurut Rex Harlow dalam bukunya *A Model For Public Relations Education For Professional Practices*, *public relation* adalah fungsi manajemen yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan komunikasi antara organisasi dan publik. Guna untuk melakukan kegiatan komunikasi yang menimbulkan pemahaman, penerimaan, kerjasama, serta berpartisipasi dalam manajemen untuk memecahkan masalah dan membantu manajemen untuk dapat menanggapi opini publik. (Edi Sahputra Sitepu, 2011) *World Assembly of Public Relations* Pada tahun 1978, mengadakan pertemuan di Meksiko yang menghasilkan *The Statement Of Meksiko*. Hasil dari pertemuan tersebut merumuskan *public relation* adalah seni dan ilmu sosial yang dapat digunakan untuk menganalisis tren, memprediksi konsekuensi, menasihati kepemimpinan organisasi dan melaksanakan program-program yang telah direncanakan dan melayani dengan baik kepentingan organisasimaupun kepentingan umum.

2. Perkembangan *Public Relation* Di Dunia

Dalam sejarah, istilah *public relations* dikenalkan oleh pelopor Ivy Ledbetter Lee yang pada tahun 1906 yang mampu memecahkan dan melumpuhkan industri batubara di Amerika Serikat dengan sukses. Pada tahun 1903, Ivy Lee bersama rekannya George Parker membukan kantor publisitas (*publicity office*) yang kliennya sebagian besar adalah perusahaan. Beberapatahun kemudian Lee menjadi pejabat perwakilan pers bagi perusahaan batu bara kereta api. Saat itu terjadi pemogokan yang dilakukan pekerja tambang batu bara, kemudian Lee menerbitkan suatu 'Pernyataan prinsip' (*declaration of principle*) yang menyatakan bahwa ia dan perusahaan akan bersikap terbuka dan jujur dalam berhubungan dengan khalayak.

Kumpulan prinsip pokok tersebut dimuat dalampernyataannya yang sangat termasyhur pada tahun 1906.

3. Perkembangan Public Relation Di Indonesia

Secara garis besar perkembangan praktek kehumasan di Indonesia dapat diklasifikasikan menjadi empat periode perkembangan. Periode pertama bisa disebut sebagai periode perkembangan awal. Periode kedua ditandai dengan kedatangan perusahaan multinasional setelah kemerdekaan Indonesia. Periode ketiga dimulai dengan adanya kebijakasanaan pemerintah untuk menarik modal asing denga dikeluarkannya UUPMA pada tahun 1967. Undang-undang ini pada akhirnya menarik banyak perusahaan asing baik dalam bentuk perusahaan patungan maupun *subsidiary*. Periode keempat ditandai dengan ekpansi besar-besaran perusahaan swasta di Indonesia berkat adanya kebijaksaaan deregulasi (perbankan) yang dimulai pada tahun 1983. Periode kelima ditandai dengan munculnya reformasi politik di pertengahan tahun 1998. (Nurul Candrasari Masykuri, 2011)

4. Fungsi *Public Relations*

Berdasarkan defenisi yang disampaikan para pakar sebagimana yang telah diuraikan di atas, maka dapat dipahami bahwa humas mempunyai fungsi ganda yaitu, keluar memberikan informasi kepada khalayak, ke dalam menyerap reaksi dari khalayak.Sejauh mana upaya tersebut dilakukan, semua itu tergantung kepada kemampuan organisasi yang bersangkutan. **(**Surajiyo, 2019) Bertrand R. Canfiel sebagaimana dikutip Widjaja mengemukakan bahwa fungsi humas adalah 1) mengabdi kepada kepentingan khalayak, 2) memelihara komunikasi yang baik, 3) menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik. Sementara Edward L. Bernays menjelaskan bahwa fungsi humas adalah 1) untuk memberi penerangan kepada masyarakat, 2) membujuk masyarakat secara langsung sehingga sikapnya berubah, 3) usaha- usaha menyatukan sikap dan tindakan dari permasalahan dengan masyarakat dan dari masyarakatt terhadap permasalahannya.[12] Fungsi public relations apabila dilaksanakan dengan baik akan menjadi alat yang ampun guna memperbaiki sistem di perusahaan dan mengembangkan peraturan, budaya perusahaan atau organisasi, suasana kerja atau internal perusaan yang lebih kondusif, dan peka terhadap karyawan yang memang perlu pendekatan khusus guna memotivasi dan meningkatkan kinerjanya.

Fungsi public relations adalah sebagai jalan penengah antara organisasi dengan publik internal atau eksternal yakni, orang-orang yang berada di luar organisasi dan mempunyai kaitan atau kepentingan yang bertujuan menjalin hubungan baik antara satu

dengan yang lainnya. Dengan kata lain seorang public relations harus mampu memelihara, mengembangkan dan menumbuhkan, serta mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlakukan dalam menangani dan mengatasi masalah yang muncul sebelum terjadi dan pasca terjadi krisis. (Agus Setyanto Adi, 2019) Menurut Djanalis Djanaid yang dikutip oleh Frida Kusumastuti, ada dua fungsi public relations yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif. Dalam fungsi konstruktif ini, public relations mendorong semua aktivitas/kegiatan yang dilakukan perusahaan/organisasi sehingga dapat terencana dan berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Sedangkan dalam fungsi korektif, *public relations* diibaratkan sebagai pemadam kebakaran, artinya apabila sebuah perusahaan/organisasi terjadi masalah-masalah dengan publik, maka dapat segera mengatasi dan menyelesaikan masalah tersebut. (Frida Kusumastuti, 2022).

PEMBAHASAN

1. Proses Membangun Citra Yayasan Nurhayati Bersama Pada Masyarakat Di Medan Tembung

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian,ditemukan bahwa untuk membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama pada masyarakat di Medan Tembung dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

a. Promosi

Dalam upaya membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama di masyarakat, salah satu cara yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat adalah promosi. Sesuai dengan pendapat Freddy Rangkuti dalam bukunya *"Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication"* maka promosi merupakan starategi marketing dimana sebuah perusahaan atau lembaga melakukan kegiatan memperkenalkan produk, barang atau jasa guna untuk mengembangkan atau meningkatkan suatu bidang usaha. Secara rinci promosi ini dilakukan untuk menarik, mempertahankan dan mengembangkan citra Yayasan Nurhayati Bersama di masyarakat melalui pembagian brosur, pawai tahunan dan rekreasi belajar. Promosi ini dilakukan sebagai tahapan awal dalam membangun citra Yayasan dengan maksud memperkenalkan Yayasan secara garis besar kepada masyarakat. Desi Maisura Sidabutar S.pd, selaku kepala sekolah Yayasan Nurhayati menjelaskan mengenai

proses membangun citra Yayasan, beliau mengatakan. Seperti yang diketahui, bahwa kami tidak mempunyai pekerja khusus untuk mempromosikan yayasan, seperti *public relation*, untuk itu promosi ini dilakukan secaralangsung oleh guru-guru dan beberapa pengurus dari yayasan di lapangan yang nantinya menjadi objek untuk menarik perhatian masyarakat. Karna promosi inidilakukan dengan berbagai keterbatasan, jadi kami tidak punya strategi khusus untuk membangun citra yayasan. Kami hanya melakukan hal-hal dasar sepeti pada umumnya yaitu membagikan brosur, dan melakukan kegiatan yang sekiranya dapat menarik perhatian masyarakat terhadap yayasan. Kegiatan yang dimaksud disini yaitu pawai tahunan dan rekreasi belajar. Pawai tahunan sendiri sebenarnya merupakan kegiatan akhir untuk anak-anak Raudhatul Athfal yang akan menyelesaikan masa belajarnya. Anak-anak yang mengikuti pawai akan memakai baju adat dari 34 provinsi yang ada di Indonesia kemudian kami akan berkeliling dai gang ke gang sambil membaca surah, sholawatan, danbernyanyi yel-yel. Sedangkan rekreasi belajar temasuk dalam program belajar untuk Raudhatul Athfal, biasanya rekreasi belajar ini dilakukan diluar sekolah dan umumnyakami pergi ke kolam renang. Lalu nanti akan melakukan pembelajaran sambil bermain. Tentunya rekreasi belajar ini dilaksanakan atas persetujuan orangtua murid dan pihak yayasan. Apabila orangtua dan pihak yayasan tidak menyetujui maka rekreasi belajar tidak akan dilaksanakan. Rekreasi belajar yang kami lakukan justru kebanyakan permintaan dari orangtua. Hal ini dikarenakan orangtua senang karna bisa ikut serta. Tempat yang akan dituju jugadari hasil diskusi bersama orangtua, guru, dan yayasan. (Desi Maisura Sidabutar, 2023)

b. Meningkatkan Mutu Pendidikan Yayasan Nurhayati Bersama

Ditengah-tengah persaingan ketat antar lembaga pendidikan saat ini, tentunya suatu lembaga pendidikan perlu untuk meningkatkan mutu pendidikannya. Sebagai pelanggan pendidikan, masyarakat sudah cukup pintar dalam menganalisa sebuah lembaga pendidikan yang nantinya akan menjadi tujuan untuk anak-anaknya kedepan. Oleh karena itu, lembaga pendidikan harus mampu menganalisa kebutuhan masyarakat akan pendidikan yang diinginkan oleh para orangtua. Selain efektif, hal ini juga menjadi bukti bahwa suatu sekolah layak mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Yayasan Nurhayati Bersama juga memandang mutu pendidikan sebagai sesuatu hal yang sangat penting untuk membangun citra pada masyarakat hal ini

dapat dilihat dari hasil wawancara bersama Ibu Desi Maisura Sidabutar S.pd, beliau mengatakan, Tentunya mutu pendidikan menjadi fokus setiap lembaga pendidikan agar dapat dilirik oleh masyarakat. Kami juga memberikan dan mengupayakan agar mutu pendidikan Yayasan Nurhayati Bersama terjaga dan berkembang sesuai yang di rencanakan dan diharapkan. Kami memulai dari hal yang paling dasar yaitu kualitas guru, juga sarana dan prasarana dalam belajar. Alhamdulillah guru-guru yang mengajar di Yayasan Nurhayati Bersama memiliki kualitas yang baik, aktif dan kreatif dalam mengajar, juga kami sering mengadakan evaluasi pembelajaran untuk mencari serta memperbaiki kekurangan dalam mengajar. (Desi Maisura Sidabutar, 2023)

Yayasan Nurhayati Bersama juga melakukan cara lain untuk meningkatkan mutu pendidikan yaitu dengan mengikutilomba yang dilaksanakan antar sekolah, antar kecamatan, kelurahan, maupun lomba dari berbagai organisasi. berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Tuty Mardiyah Sidabutar S.pd beliau mengatakan, meningkatkan mutu internal memang penting akan tetapi meningkatkan mutu eksternal juga tidak kalah penting.kami juga perlu melihat dan membuktikan ke sekolah yang lain dengan cara aktif berkegiatan diluar sekolah seperti mengikuti lomba, pertemuan antar guru, bahkan lomba antar guru. Pada semester ini kami sudah mengumpulkan beberapa prestasi dari berbagai cabang perlombaan seperti juara harapan 3 hapalan surah, juara harapan 2 kaligrafi, juara 1 pidato pada lomba pekan olahraga dan seni antar Diniyah sekecamatan medan tembung, kemudian juara 1 alat peraga edukatif, dan juara 2 baca surah tingkat guru sekecamatan medan tembung dalam rangka memperingati hari guru. prestasi seperti inilah yang berupaya kami pertahankan guna meningkatkan mutu pendidikan. (Tuty Mardiyah Sidabutar, 2023)

c. Memperbaiki Kondisi Fisik dan Non Fisik YayasanNurhayati Bersama

Meningkatkan mutu pendidikan tidak hanya terbatas pada proses belajar mengajar saja, tetapi juga harus di dukung dengan ruang kelas yang nyaman. Jika ada fasilitas sekolah yang rusak maka pihak Yayasan Nurhayati Bersama akan melakukan pengecekan. Setelah mengetahui kondisi secara menyeluruh, kepala sekolah, sekretaris yayasan, serta ketua yayasan akan berdiskusi mengenai mana yang harus diperbaiki dan mana yang harus diganti. Ibu Desi Maisura Sidabutar memberikan penjelasanmengenai perbaikan kondisi fisik dan non fisik ini. beliau mengatakan, tiap

minggunya selalu saja ada sarana dan prasarana yangrusak karena ulah anak-anak murid. Entah itu kursi yang patah, meja yang rusak, spidol yang hilang, mainan edukatif yang hancur, dan masih banyak lainnya. Hal ini memang dimaklumi saja mengingat mereka masih anak- anak. Jadi saya selalu mengingat barang-barang apa saja yang rusak, agar nanti diperbaiki kembali atau diganti dengan yang baru. Kemudian saya akan berdiskusi denganibu Tuty Mardiyah Sidabutar selaku sekretaris yang nantinya akan beliau sampaikan kepada pemilik yayasan".[9]brosur, rekreasi belajar dan pawai tahunan. Kegiatan pembagian brosur Yayasan Nurhayati Bersama ini dilakukan oleh para guru di berbagai titik lokasi potensial. Tujuannya untuk menyebarkan informasi YayasanNurhayati Bersama melalui selebaran kertas yang berisi gambar dan informasi mengenai biaya, jenis pendidikan serta visi misi dari YayasanNurhayati Bersama sehingga akan tercipta persepsi masyarakat mengenai Yayasan Nurhayati Bersama secara umum.

2. Meningkatkan mutu pendidikan melalui eksternal Yayasan Nurhayati

Bersama dengan cara ikut serta dalam berbagai perlombaan antar sekolah. Guna untuk menunjukkan eksistensi Yayasan Nurhayati Bersama dimata sekolah lain. Selain dapat menilai kualitas sekolah sendiri, kegiatan ini juga menjadi ajang membenahi diri. Sejalan dengan hal ini, meningkatkan mutu pendidikan tentu dibersamai dengan meningkatkan kondisi fisik dan non fisik dari Yayasan Nurhayati Bersama dengan cara melakukan perbaikan terhadap sarana dan prasana yang masih layak pakai, bila tidak kemudian akan diganti dengan sarana dan prasarana yang baru. Melalui peningkatan mutu pendidikan dan pembenahan kondisi fisik dan non fisik,Yayasan Nurhayati Bersama berhasil menarik perhatian masyarakat dan membangun kognisi/kepercayaan masyarakat.

Masyarakat yang telah melalui proses persepsi dan kognisi secara otomatis akan membentuk pola pikir terhadap sebuah lembaga pendidikan yang telah mereka ketahui informasinya. Sehingga akan masuk ke tahap selanjutnya yaitu tahap motivasi. Setelah melihat adanya ketertarikan masyarakat terhadap Yayasan Nurhayati Bersama, langkah yang diambil selanjutnya adalah Menjalin silaturahmi. Hidup berdampingan dengan masyarakat, membuat masyarakat dapat melihat dan menilai bagaimana keseharian dari Ketua Yayasan Nurhayati Bersama dan guru-guru Yayasan Nurhayati Bersama. Ketua Yayasan Nurhayati Bersama bapak Tajuddin Sidabutar dan ibu Ratna Dewi guru dari Yayasan Nurhayati

Bersama dikenal aktif ikut berbagai kegiatan keislaman, baik dalam bersikap, dan selalu menjagasilaturahmidengan warga sekitar.

Upaya-upaya yang dilakukan dari Yayasan Nurhayati Bersama tentunya tidak selalu berjalan mulus. Kendala dan berbagai hambatan pasti ditemukan mengingat semuanya berjalan dengan serba keterbatasan dan tidak direncanakan secara terstruktur. Untuk itu hambatan dalam membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama terletakpada tidak adanya peran public relation dalam perencanan,pengorganisasian, pelaksanaan, serta pengawasan dalam setiap kegiatanyang bersifat membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama. Hal ini juga di akui oleh kepala sekolah dan sekretaris dari Yayasan Nurhayati Bersama, dimana kegiatan promotif yang dilakukan hanya berdasarkan kesepakatan bersama.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut : Proses membangun citra yang dilakukan oleh Yayasan Nurhayati Bersama pada masyarakat di Medan Tembung ada beberapa cara yaitu melakukan promosi melalui pembagian brosur, rekreasi belajar, dan pawai tahunan, kemudian meningkatkan mutu pendidikan, membenahi kondisi fisik dan non fisik dari Yayasan Nurhayati Bersama, dan yang terakhir menjalin silaturahmi kepada masyarakat. Semua kegiatan yang bersifat membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama dilakukan oleh guru-guru dan pengurus Yayasan Nurhayati Bersama tanpa adanya strategi khusus. Pelaksanaan dari kegiatan yang bertujuan untuk membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama hanya dilakukan pada daerah sekitaran Yayasan Nurhayati Bersama saja. Adanya penyebaran informasi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh para orangtua membuat Yayasan Nurhayati Bersama merasa terbantu dan mendapat pengaruh yang baik terhadap citra Yayasan Nurhayati Bersama pada masyarakat. Media yang digunakan dalam membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama pada masyarakat di Medan Tembung yaitu media cetak seperti spanduk dan brosur, kemudian melalui media sosial seperti instagram dan whatsapp. Pemanfaatan dari media ini tidak berjalan dengan baik karena dikelola oleh sekretaris Yayasan Nurhayati Bersama. Hal ini dikarenakan sulitnya membagi waktu antara mengajar dan membangun citra dari Yayasan Nurhayati Bersama melalui media cetak dan media sosial. Hambatan dari membangun citra Yayasan Nurhayati Bersama pada masyarakat di Medan Tembung yaitu

tidak adanya *public relation* untuk membantu segala kegiatan yang bertujuan untuk membangun citra dari Yayasan Nurhayati Bersama.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman. 1993. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Adi, Agus Setyanto. 2018. *Peran dan Fungsi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta

Anjani, Catur. 2019. *Strategi Public Relations TV Muhammadiyah Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan TVMU Surya Utama*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah

Arifin, M. 1997. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bumi Aksara

Ardianto, Elvinaro. 2004. *Public Relations, Suatu Pendekatan Praktis : Kiat Menjadi Komunikator Dalam Berhubungan Dengan Publik Dan Masyarakat*.Bandung: Pustaka Bani Quraisy

Effendi, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti

Fadlan, Mhd. 2019. *Kinerja Humas Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa dan Membangun Citra UINSU*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Kholil, Syukur. 2006. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Cipta Pustaka Media

Moleong, Lexy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa