

Strategi Public Relations SMP Istiqamah dalam Menangani Isu
(Studi Kasus Mengeni Strategi Public Relations SMP Istiqamah Bandung
dalam Menangani Isu yang diduga Berada di bawah Ormas Persis)
Public Relations Strategy SMP Istiqamah Bandung in Handling Issues
(A Case Study Public Relations Strategy SMP Istiqamah Bandung in Handling Issues
which is Suspected to be Under Persis the Mass Organization)

¹Yulianti, ²Tresna Wiwitan

¹*Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,*
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

Email: ¹juliyulianti95@gmail.com, ²tresnawiwitan@yahoo.com

Abstract. The phenomenon of misuse of information and the availability of current media is very worrying, especially for companies, institutions, or agencies. This is because it will affect the reputation of the institution concerned. As experienced Istiqamah junior high school which is rumored to be under one of the Islamic organizations that is persis, basically there is nothing wrong with certain mass organizations or streams in Islam because all the streams are both derived from Allah SWT only different views. However, in reality Istiqamah junior schools are not affiliated with any organizations. The school just wants to straighten out the information being discussed in the community because it does not want to misunderstand, and the school really hopes every society is not easily consumed by the issue and starts learning to filter out any information. The method of this research is by using qualitative research methodology with a case study approach because this research is done by looking at cases that occur in junior Istiqamah in handling issues circulating in the community. In this study, using the concept of public relations strategy from Soemirat, the concept of issue management, theory image restorations and the theory of narrative paradigm & storytelling from Fisher. The number of informants in this research is as many as five people including the vice principal of junior high school Istiqamah, public relations junior high school Istiqamah, public relations science experts, parents of junior high school Istiqamah, and prospective parents of junior high school Istiqamah. Public relations strategies conducted by Istiqamah Junior High School in handling issues ranging from identifying issues, delivering facts, opening information channels for parents directly or indirectly through telephone lines or social media. While the reason Istiqamah junior high school doing public relations strategy in dealing with this issue is to prove the truth, do not want any interrelationship between Islamic mass organizations, and to maintain the image of Istiqamah Junior High School as a neutral school in the sense of not affiliated under any organizations. Obstacles experienced by the school concerned organizations will misunderstand the clarification is done. For that, how to overcome these obstacles the school chose to review each message to be submitted in the process of clarification in order not to misunderstand.

Keywords: Public Relations Strategy, Paradigm Narrative & Storytelling Theory, Image Restorations Theory

Abstrak. Fenomena penyalahgunaan informasi dan ketersediaan media saat ini sangat mengkhawatirkan, terutama bagi perusahaan, lembaga, atau instansi. Hal tersebut dikarenakan akan mempengaruhi reputasi dari lembaga yang bersangkutan. Seperti yang dialami SMP Istiqamah yang diisukan berada di bawah salah satu ormas islam yaitu persis, pada dasarnya tidak ada yang salah dengan ormas atau aliran tertentu dalam islam karena semua aliran tersebut sama-sama berasal dari Allah SWT hanya perbedaan pandangan. Namun, pada kenyataannya SMP Istiqamah tidak berafiliasi pada ormas manapun. Pihak sekolah hanya ingin meluruskan informasi yang sedang dibicarakan di masyarakat karena tidak ingin ada salah paham, dan pihak sekolah sangat berharap setiap masyarakat tidak mudah termakan oleh isu dan mulai belajar untuk menyaring setiap informasi yang ada. Metode penelitian ini adalah dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus karena penelitian ini dilakukan dengan melihat kasus yang terjadi di SMP Istiqamah dalam menangani isu yang beredar dimasyarakat. Pada penelitian ini, menggunakan konsep strategi *public relations* dari Soemirat, konsep manajemen isu, teori *image restorations* dan teori paradigma *narrative & storytelling* dari Fisher. Jumlah informan dalam penelitian ini yaitu sebanyak lima orang yang meliputi wakil kepala sekolah SMP Istiqamah, humas SMP Istiqamah, pakar ilmu public relations, orang tua murid SMP Istiqamah, dan calon orang tua murid SMP Istiqamah. Strategi *public relations* yang dilakukan SMP Istiqamah dalam menangani isu dimulai dari mengidentifikasi isu, penyampaian fakta, membuka saluran informasi untuk orang tua murid baik secara langsung, maupun secara tidak langsung melalui saluran telepon

atau media sosial. Sedangkan alasan SMP Istiqamah melakukan strategi *public relations* dalam menangani isu ini yaitu untuk membuktikan kebenaran, tidak ingin ada persinggungan antara ormas-ormas islam, dan untuk mempertahankan citra SMP Istiqamah sebagai sekolah yang netral dalam arti tidak berafiliasi di bawah ormas manapun. Hambatan yang dialami yaitu pihak sekolah khawatir ormas terkait akan salah paham dengan klarifikasi yang dilakukan. Untuk itu, cara menanggulangi hambatan tersebut pihak sekolah memilih untuk mengkaji setiap pesan yang akan disampaikan dalam proses klarifikasi agar tidak menimbulkan salah paham.

Kata Kunci: Strategi Public Relations, Teori Image Restoration, Teori Paradigma Narrative & Storytelling

A. Pendahuluan

Fenomena penyalahgunaan informasi dan ketersediaan media saat ini sangat mengkhawatirkan, terutama bagi perusahaan, lembaga, atau instansi. Hal tersebut dikarenakan akan mempengaruhi reputasi dari lembaga yang bersangkutan. Seperti yang dialami SMP Istiqamah yang diisukan berada di bawah salah satu ormas islam yaitu persis, pada dasarnya tidak ada yang salah dengan ormas atau aliran tertentu dalam islam karena semua aliran tersebut sama-sama berasal dari Allah SWT hanya perbedaan pandangan. Namun, pada kenyataannya SMP Istiqamah tidak berafiliasi pada ormas manapun. Pihak sekolah hanya ingin meluruskan informasi yang sedang dibicarakan di masyarakat karena tidak ingin ada salah paham, dan pihak sekolah sangat berharap setiap masyarakat tidak mudah termakan oleh isu dan mulai belajar untuk menyaring setiap informasi yang ada. Metode penelitian ini adalah dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus karena penelitian ini dilakukan dengan melihat kasus yang terjadi di SMP Istiqamah dalam menangani isu yang beredar di masyarakat. Pada penelitian ini, menggunakan konsep strategi *public relations* dari Soemirat, konsep manajemen isu, teori *image restorations* dan teori paradigma *narrative & storytelling* dari Fisher. Jumlah informan dalam penelitian ini yaitu sebanyak lima orang yang meliputi wakil kepala sekolah SMP Istiqamah, humas SMP Istiqamah, pakar ilmu public relations, orang tua murid SMP Istiqamah, dan calon orang tua murid SMP Istiqamah.

Strategi *public relations* yang dilakukan SMP Istiqamah dalam menangani isu dimulai dari mengidentifikasi isu, penyampaian fakta, membuka saluran informasi untuk orang tua murid baik secara langsung, maupun secara tidak langsung melalui saluran telepon atau media sosial. Sedangkan alasan SMP Istiqamah melakukan strategi *public relations* dalam menangani isu ini yaitu untuk membuktikan kebenaran, tidak ingin ada persinggungan antara ormas-ormas islam, dan untuk mempertahankan citra SMP Istiqamah sebagai sekolah yang netral dalam arti tidak berafiliasi di bawah ormas manapun. Hambatan yang dialami yaitu pihak sekolah khawatir ormas terkait akan salah paham dengan klarifikasi yang dilakukan. Untuk itu, cara menanggulangi hambatan tersebut pihak sekolah memilih untuk mengkaji setiap pesan yang akan disampaikan dalam proses klarifikasi agar tidak menimbulkan salah paham.

Untuk mengetahui strategi *public relations* SMP Istiqamah dalam menangani isu yang diduga berada di bawah ormas persis, pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi *public relations* SMP Istiqamah dalam menangani Isu yang diduga berada di bawah ormas persis ?
2. Mengapa SMP Istiqamah perlu melakukan strategi tersebut ?
3. Apa hambatan dalam penanganan isu tersebut ?

Maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis strategi *public relations* SMP Istiqamah dalam menangani isu.

2. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis alasan humas SMP Istiqamah melakukan strategi *public relations* tersebut dalam menangani isu.
3. Untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis hambatan humas SMP Istiqamah dalam menangani isu tersebut.

B. Landasan Teori

Menurut Ahmad S. Adnanputra, batasan pengertian tentang strategi *public relations* adalah “Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations* dalam kerangka suatu rencana *public relations* (*public relations plan*).” (Ruslan, 2014 : 134). Sama seperti bagian atau divisi lain di dalam perusahaan, untuk memberi kontribusi kepada rencana jangka panjang, praktisi *public relations* dapat melakukan langkah-langkah strategi sebagai berikut :

1. Menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar di dalam maupun di luar perusahaan. Bahan-bahan dapat diperoleh dari klipng media massa dalam kurun waktu tertentu dengan melakukan penelitian terhadap naskah pidato pimpinan, bahan yang dipublikasikan perusahaan, serta melakukan wawancara tertentu dengan pihak yang berkepentingan atau dianggap penting.
2. Menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis. Perubahan ini umumnya disertai dengan perubahan sikap perusahaan terhadap publiknya, dan sebaliknya.
3. Melakukan analisis SWOT (*Strengths* = kekuatan, *Weaknesses* = kelemahan, *Opportunities* = peluang, dan *Threats* = ancaman). Meski tidak perlu menganalisis hal-hal yang berada di luar jangkauannya, seorang praktisi *public relations* perlu melakukan analisis yang berbobot mengenai persepsi dari luar dan dalam perusahaan atas SWOT yang dimiliki. Misalnya menyangkut masa depan industri yang ditekuninya, citra yang dimiliki perusahaan, kultur yang dimiliki, serta potensi lain yang dimiliki perusahaan. (Soemirat, 2012 : 91).

Menurut NSPRA (*National School Public Relations Assosiation*) menyatakan bahwa humas pendidikan adalah salah satu fungsi manajemen yang terencana dan sistematis yang membantu memperbaiki program-program dan layanan-layanan organisasi pendidikan. Humas bergantung pada proses komunikasi dua arah yang komprehensif pada dan dari public internal dan public eksternal, dengan tujuan mengembangkan pemahaman yang lebih baik terhadap peran, sasaran, pencapaian dan kebutuhan organisasi.” (Iriantara, 2013 : 19)

Menurut Katz (dalam Soemirat dan Ardianto, 2008: 113) citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Frank Jeffkins (1984) mengemukakan jenis-jenis citra antara lain:

1. *The Mirror Image* (citra bayangan), adalah citra yang melekat pada orang atau anggota-anggota organisasi, dan citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.
2. *The Current Image* adalah kebalikan dari citra bayangan atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
3. *The Wish Image* (citra yang diharapkan), adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
4. *Corporate Image* (citra lembaga) adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan. Suatu badan usaha yang memiliki citra perusahaan positif lebih mudah menjual produk atau jasanya.
5. *The Multiple Image* (citra majemuk), banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat

memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi/perusahaan secara keseluruhan.

6. *Product image* yaitu didasarkan pada kualitas, performance, selling point atau mempunyai sifat tersendiri yang berbeda dengan sifat jual perusahaan lain. (Yulianita, 2007:46).

Issue merupakan suatu situasi atau kejadian yang mengancam akan mengganggu adat istiadat yang berlaku dalam sebuah kelompok, menciptakan sejenis krisis serta menimbulkan pergunjangan dan pengungkapan opini publik. (Moore, 2004 : 59). Manajemen isu adalah proses menghentikan munculnya isu yang dapat berkembang menjadi krisis. (Butterick, 2013:82)

Teori *image restoration* dapat diterapkan dalam konteks individu dan kelompok atau organisasi, yaitu membahas respon individu atau organisasi saat citra positif dan reputasinya terancam. Salah satu situasi penting yang menjadi fokus *teori image restoration* adalah saat organisasi menghadapi krisis yang mengandung persepsi yang mengancam reputasi. (Kriyantoro, 2014 : 227)

Menurut Fisher (1987) dalam teori *paradigm narrative* dan *storytelling*, pesan persuasif yang efektif bukanlah pesan tentang fakta rasional, melainkan lebih kepada pesan narasi yang mampu meyakinkan khalayak tentang “alasan/argumen/justifikasi yang baik (*good reasons*) untuk terlibat dalam suatu tindakan tertentu. (Kriyantoro, 2014:283). Menurut Heath (2005) Secara umum, *narrative* teori menyimpulkan bahwa persuasi akan lebih efektif jika pesan-pesannya disusun secara deskriptif-naratif dalam bentuk cerita (*storytelling*) dengan lebih mengedepankan aspek emosional khalayak daripada aspek rasional. (Kriyantoro, 2014:285)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sikap yang diambil oleh pihak SMP Istiqamah ketika mendengar bahwa instansi atau lembaganya sedang diterpa isu yaitu dengan tetap tenang dalam arti tidak buru-buru mengambil keputusan melainkan mencari tahu terlebih dahulu sampai mana isu ini tersebar dan penyebabnya apa serta langkah apa yang harus dilakukan untuk menyelesaikan masalah ini, jadi pada saat pihak sekolah mengetahui bahwa ada isu ini, mereka tidak langsung mengambil tindakan melainkan mengidentifikasi terlebih dahulu apa yang selanjutnya akan dilakukan oleh mereka. Proses identifikasi tersebut dimulai dari mencari tahu terlebih dahulu apa yang menyebabkan isu ini beredar dikalangan orang tua, apakah ada orang yang sengaja membuat isu ini untuk menjatuhkan SMP Istiqamah atau karena faktor lain. Setelah diketahui indikasi penyebab isu tersebut, langkah selanjutnya pihak sekolah berusaha menunjukkan kebenaran, misalnya saat ini pihak sekolah sedang melaunching acara pengajian khusus untuk para orang tua murid SMP Istiqamah, acara tersebut ditujukan untuk menunjukkan visi dan misi SMP Istiqamah, menunjukkan ciri khas SMP Istiqamah, menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan SMP Istiqamah, sehingga para orang tua dapat menyimpulkan sendiri bagaimana sebetulnya jati diri SMP Istiqamah, pihak sekolah melakukan cara ini karena tidak mau memaksa para orang tua untuk percaya terhadap SMP Istiqamah bahwa Istiqamah tidak berada di bawah ormas manapun dan tidak memandang sebelah mata ormas manapun karena pada dasarnya tidak ada yang salah dengan ormas manapun, dengan diadakannya acara pengajian ini pihak sekolah mengharapkan para orang tua murid dapat menjaga tali silaturahmi dan menjaga komunikasi serta dapat menilai sendiri bagaimana fakta di lapangan dengan melihat langsung. Sesuai dengan apa yang disarankan oleh pakar ilmu public relations (Ani Yuningsih) bahwa proses identifikasi lainnya adalah dengan mencari tahu sampai mana isu ini beredar apakah baru dilingkungan SMP Istiqamah atau sudah meluas ke masyarakat atau bahkan sudah

sampai di media, jadi setelah mengetahui sejauh mana isu ini maka penyelesaiannya pun harus pas dan sesuai. Pihak sekolah sudah mengetahui bahwa isu tersebut baru meluas dikalangan orang tua murid SMP Istiqamah.

Proses atau langkah strategi public relations yang dilakukan oleh SMP Istiqamah Bandung dimulai dari mengidentifikasi isu, yaitu dengan mencari tahu indikator penyebab munculnya isu tersebut. Setelah itu, dilakukan penyampaian fakta dengan melakukan klarifikasi kepada para orang tua murid, dimana seluruh orang tua murid diadakan suatu pertemuan/rapat untuk mengklarifikasi perihal isu yang beredar. Setelah melakukan klarifikasi, pihak sekolah melakukan langkah selanjutnya yaitu dengan membuka saluran informasi kepada para orang tua murid yang ingin bertanya langsung lebih dalam mengenai hal apapun yang mereka dapat di luar sekolah. Terakhir barulah pihak sekolah melaunching kegiatan baru yg melibatkan para orang tua murid, yaitu acara pengajian. Kegiatan tersebut ditujukan untuk memperkenalkan SMP Istiqamah lebih dalam agar para orang tua murid mengetahui dan menilai sendiri bagaimana identitas SMP Istiqamah dan tidak termakan isu sebagaimana yang telah tersebar dikalangan orang tua. Langkah strategi tersebut sejalan dengan langkah-langkah strategi public relations yang dijelaskan oleh Soemirat, namun ada perbedaan langkah-langkah strategi yang dilakukan oleh SMP Istiqamah dan langkah-langkah strategi public relations dari Soemirat. Soemirat menjelaskan bahwa langkah-langkah strategi public relations dibagi menjadi tiga tahap, yaitu menyampaikan fakta dan opini, menelusuri dokumen perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis, dan melakukan analisis SWOT. (Soemirat, 2012 : 91). Analisis SWOT diterapkan untuk melakukan riset tentang lingkungan eksternal dan internal, Otto Lerbinger (Gregory, 2002) menyatakan bahwa analisis SWOT digunakan sebagai 'pemantau lingkungan' (environmental monitoring) atau scanning. Dua elemen pertama dari analisis ini adalah Strength dan Weaknesses sebagai faktor yang digerakkan secara internal dan bersifat khusus terhadap lembaga. Dua elemen lain, Opportunities dan Threats yang bersifat eksternal. (Wiwitan & Yulianita, 2017).

Analisis SWOT dalam konteks penelitian ini dapat digunakan dalam upaya membuat strategi Public Relations dalam menangani isu, bagaimana peluang dan tantangan SMP Istiqamah dalam menangani isu yang terjadi di SMP Istiqamah. Proses atau langkah strategi public relations yang dipaparkan oleh Soemirat juga dilakukan oleh SMP Istiqamah yaitu pertama, menyampaikan fakta dan opini, mengenai apa yang sesungguhnya terjadi di Istiqamah, faktor tersebut dimulai dari penyampaian informasi mengenai adanya perorangan di SMP Istiqamah yang mengikrarkan dirinya persis, termasuk pihak SMP Istiqamah mengakui bahwa memang ada salah seorang guru yang memang anggota Persis, pihak sekolah menyampaikan fakta tersebut kepada para orang tua murid, selanjutnya fakta tersebut mereka imbangi dengan opini yakni mereka menyebutkan dan memberikan pengertian kepada para orang tua murid bahwa tidak ada yang salah dengan ormas manapun termasuk persis, selain itu pihak sekolah juga memberikan pengertian atau pemahaman agar mereka tidak terprovokasi oleh isu yang ada, misalnya dengan menjelaskan persamaan antara ormas satu dengan ormas lainnya, menyampaikan bahwa kita semua adalah sesama muslim yang pada hakikatnya memiliki tuhan yang sama yaitu Allah SWT. Selain itu, pihak sekolah juga menyampaikan fakta dengan menelusuri dokumen sekolah misalnya dengan memperkenalkan logo SMP Istiqamah yang bergambar masjid, memperlihatkan dan menjelaskan kembali visi dan misi dari SMP Istiqamah, selalu menyortir buku panduan yang akan digunakan siswa-siswi SMP Istiqamah. Dalam tahap ini pihak sekolah melibatkan seluruh para guru SMP Istiqamah, para orang tua murid beserta para murid

SMP Istiqamah.

Alasan atau pentingnya melakukan strategi public relations dalam penyelesaian isu ini adalah yang pertama untuk membuktikan kebenaran, karena pihak SMP Istiqamah tidak mau terjadi adanya salah paham dalam menanggapi rumor tersebut. Kedua, pihak sekolah tidak ingin adanya persinggungan antara ormas-ormas dalam Islam, pihak Istiqamah takut ada sejumlah orang yang sengaja ingin memprovokasi ormas-ormas Islam dengan cara seperti ini, maka pihak humas merasa sangat penting untuk melakukan klarifikasi dan melakukan strategi public relations untuk menyelesaikan masalah ini. Ketiga, untuk mempertahankan citra SMP Istiqamah sebagaimana mestinya, dalam arti SMP Istiqamah tidak berada di bawah ormas manapun, agar isu tersebut tidak cepat meluas dan akhirnya menjadi opini publik yang sudah melekat di benak masyarakat, maka diperlukan strategi public relations untuk menangani masalah ini agar penyelesaiannya pun pas sesuai dengan kategori isu, dalam arti tidak berlebihan dan tidak melampaui batas sehingga malah menimbulkan masalah yang baru. Manajemen isu adalah proses menghentikan munculnya isu yang dapat berkembang menjadi krisis. (Butterick, 2013:82). Jika dikaitkan dengan manajemen isu, maka alasan pentingnya melakukan strategi public relations adalah untuk menghentikan munculnya isu yang dapat berkembang menjadi sebuah krisis. Strategi public relations dengan manajemen isu itu merupakan satu kesatuan untuk menangani masalah yang dialami oleh SMP Istiqamah, jika dilihat dari definisi manajemen isu di atas, pada dasarnya memiliki tujuan yang sama yaitu untuk membuat SMP Istiqamah menjadi sekolah yang memiliki citra yang baik dan untuk menghentikan isu yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat. Maka dari itu, strategi yang dilakukan oleh SMP Istiqamah merupakan salah satu wujud dari manajemen isu untuk meredam isu yang ada agar tidak menjadi sebuah krisis.

Hambatan yang dialami oleh pihak SMP Istiqamah dalam menangani isu ini adalah pihak SMP Istiqamah khawatir apabila ormas terkait merasa tidak diakui atau salah paham dengan klarifikasi yang dilakukan, masalah yang dialami oleh SMP Istiqamah bukan menyangkut suatu kesalahan melainkan hanya terjadi kesalahpahaman orang tua murid terhadap identitas SMP Istiqamah sehingga isu ini terbilang sensitif karena melibatkan ormas tertentu dalam Islam. Pihak sekolah hanya berusaha mengklarifikasi apa yang sebenarnya tanpa menyinggung pihak manapun termasuk ormas-ormas dalam Islam, pihak Istiqamah tentunya menginginkan setiap muslim tetap bersatu karena pada hakikatnya Islam itu satu yang berpegang teguh pada ajaran Al-quran dan hadits. Menurut Fisher, paradigma narrative theory menyebutkan bahwa persuasi akan lebih efektif jika pesan-pesannya disusun secara deskriptif naratif dalam bentuk cerita (storytelling) dengan lebih mengedepankan aspek emosional khalayak daripada aspek rasional. (Kriyantoro, 2014 : 285). Jika dikaitkan dengan narrative theory tersebut, maka dapat diketahui cara untuk mengatasi hambatan yang dialami oleh pihak Istiqamah dalam menangani isu ini pihak Istiqamah haruslah berhati-hati dalam menyelesaikan isu ini mulai dari memperhatikan aspek verbal secara deskriptif agar lebih efektif dan mengkaji setiap pesan-pesan yang akan disampaikan kepada para orang tua, hingga tindakan yang akan dilakukan dalam artian program-program kerja humas SMP Istiqamah harus juga menjadi sorotan untuk dikaji terlebih dahulu dan betul-betul mengkaji buku yang akan menjadi panduan untuk para siswa agar tidak menimbulkan masalah yang baru. Karena sebelumnya Istiqamah pernah mendapatkan complain dari orang tua mengenai buku panduan yang dianggap kurang sesuai dengan syari'at Islam, hal tersebut tentu dapat menjadi pembelajaran kedepannya agar pihak Istiqamah selalu menyortir buku-buku panduan yang akan digunakan para siswa SMP Istiqamah.

D. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian kesimpulan yang peneliti dapatkan adalah sebagai berikut :

1. Strategi *public relations* yang dilakukan oleh SMP Istiqamah Bandung dimulai dari mengidentifikasi isu, yaitu dengan mencari tahu indikator penyebab munculnya isu tersebut. Setelah itu, dilakukan penyampaian fakta dengan melakukan klarifikasi kepada para orang tua dalam pertemuan/rapat. Setelah melakukan klarifikasi, pihak sekolah membuka saluran informasi kepada para orang tua murid yang ingin bertanya langsung lebih dalam mengenai SMP Istiqamah.
2. Alasan atau pentingnya melakukan strategi *public relations* dalam penyelesaian isu ini adalah yang pertama untuk membuktikan kebenaran, karena pihak SMP Istiqamah tidak mau terjadi adanya salah paham dalam menanggapi rumor tersebut. Kedua, pihak sekolah tidak ingin adanya persinggungan antara ormas-ormas dalam Islam, pihak Istiqamah takut ada sejumlah orang yang sengaja ingin memprovokasi ormas-ormas Islam dengan cara seperti ini. Ketiga, untuk mempertahankan citra SMP Istiqamah sebagaimana mestinya, dalam arti SMP Istiqamah tidak berada di bawah ormas manapun.
3. Hambatan yang dialami oleh pihak SMP Istiqamah dalam menangani isu ini adalah pihak SMP Istiqamah khawatir apabila ormas terkait merasa tidak diakui atau salah paham dengan klarifikasi yang dilakukan. Pihak sekolah hanya berusaha mengklarifikasi apa yang sebenarnya tanpa menyinggung pihak manapun termasuk ormas-ormas dalam Islam, pihak Istiqamah tentunya menginginkan setiap muslim tetap bersatu karena pada hakikatnya Islam itu satu yang berpegang teguh pada ajaran Al-quran dan hadits. Untuk itu, pihak Istiqamah haruslah berhati-hati dalam menyelesaikan isu ini mulai dari memperhatikan aspek verbal yaitu mengkaji setiap pesan-pesan yang akan disampaikan kepada para orang tua, hingga tindakan yang akan dilakukan dalam artian program-program kerja humas SMP Istiqamah harus juga menjadi sorotan untuk dikaji terlebih dahulu dan betul-betul mengkaji buku yang akan menjadi panduan untuk para siswa agar tidak menimbulkan masalah yang baru.

Daftar Pustaka

- Soemirat, Ardianto. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Iriantara, Yosol. 2013. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung : Simbioasa Rekatama Media.
- Butterick, Keith. 2013. *Introduction Public Relations: Theory and Practic*. Cetakan ke-2. Penerjemah: Nurul Hasfi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori Public Relations Perspektif Barat dan Lokal*. Jakarta: Kencana.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung.
- Wiwitan & Yulianita, 2017. Strategi Marketing Public Relations Perguruan Tinggi Islam Swasta: Peluang dan Tantangan di Era MEA. <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/2672/pdf>.