

**Analisis Pelaksanaan Program 5 Pilar Kesiswaan  
(Studi Kasus Mengenai Analisis Pelaksanaan Program 5 Pilar Kesiswaan  
sebagai Salah Satu Program Unggulan dalam Meningkatkan Citra SMA  
Darul Hikam)**

Analysis of the 5 Pillars of Student Program Implementation  
(Case Study Concerning Analysis of Student Pillar 5 Program Implementation as One  
of the Leading Program in Improving the Image of SMA Darul Hikam)

<sup>1</sup>Rifa Fauziah, <sup>2</sup>Riza Hernawati

<sup>1,2</sup>Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

Email: <sup>1</sup>rifafauziah2212@gmail.com, <sup>2</sup>diza0712@yahoo.com

**Abstract.** The Indonesian people's demand for the quality of education is very important. Across Indonesia there are about 213,000 schools, the best quality schools are still dominated by private schools. Even so, private schools also dominate the worst quality schools, including schools based on Islamic education. With the competitiveness that requires private Islamic schools provide a higher quality education and different from public schools or other private schools in order to support the character of quality and qualified students. If other private Islamic schools put forward the facilities to improve and maintain its image, SMA Darul Hikam has a product image that is a superior student program called the 5 pillar program of student affairs. Communicating what it does and what educational institutions achieve will enhance the level of public confidence in educational institutions which in turn will enhance the image of these educational institutions. Public Relations use the 5 Pillar program student in supporting communicating to introduce and maintain image, because 5 student pillar program produce positive achievement from student which can give a good impression from Darul Hikam high school institution. The purpose of this study is to know how the impact and implementation and implementation of 5 student pillar program in improving the image of SMA Darul Hikam. The research method used in this research is qualitative with case study approach and constructivist paradigm. Data were collected through interviews, observation, and literature study. The results of this study that the 5 pillars of student program as one of the excellent programs in SMA Darul Hikam is by using the results of the implementation of the five pillars program, SMA Darul Hikam can display a positive image and can maintain the image as one of Islamic private Islamic schools in Bandung. In implementing the 5 pillar program of student affair, public relations use the result of 5 student pillar program as a communication tool to the external party about the superiority of SMA Darul Hikam, in communicating this program of SMA Darul Hikam public relations do school visit and using media from print media, and online media. The reason of SMA Darul Hikam public relations is to use the 5 pillar program of student as one of the excellent program in improving the image, because this program is characteristic of SMA Darul Hikam, which improves maintaining the image is important for SMA Darul Hikam, then with this excellent program Darul Hikam SMA Promotion in order to maintain the existence and positive image as a private educational institution in the city of Bandung.

**Keywords:** Public Relations, Image, Program 5 Pillars of Students, SMA Darul Hikam.

**Abstrak.** Tuntutan masyarakat Indonesia terhadap mutu pendidikan sangatlah penting. Di seluruh Indonesia terdapat sekitar 213.000 sekolah, sekolah dengan kualitas terbaik masih didominasi oleh sekolah-sekolah swasta. Meski begitu, sekolah swasta juga mendominasi sekolah dengan kualitas terburuk, termasuk sekolah-sekolah berbasis pendidikan Islam. Dengan adanya daya saing yang menuntut sekolah Islam swasta memberikan pendidikan yang lebih berkualitas dan berbeda dengan sekolah umum ataupun sekolah swasta lainnya guna menunjang karakter siswa yang bermutu dan berkualitas. Jika sekolah Islam swasta lain lebih mengedepankan fasilitas untuk meningkatkan dan mempertahankan citranya, SMA Darul Hikam memiliki *product image* yaitu program kesiswaan yang unggulan yang disebut program 5 pilar kesiswaan. Pengkomunikasian apa yang dilakukan dan apa yang dicapai lembaga pendidikan akan mempertinggi tingkat kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan yang pada gilirannya akan meningkatkan citra lembaga-lembaga pendidikan tersebut. Humas menggunakan program 5 Pilar kesiswaan dalam menunjang mengkomunikasi untuk mengenalkan dan mempertahankan citra, karena program 5 pilar kesiswaan menghasilkan prestasi positif dari siswa dimana dapat memberikan kesan yang baik dari lembaga SMA Darul Hikam. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana dampak dan penerapan serta pelaksanaan

program 5 pilar kesiswaan dalam meningkatkan citra SMA Darul Hikam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan paradigma konstruktivis. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini bahwa program 5 pilar kesiswaan sebagai salah satu program unggulan di SMA Darul Hikam yaitu dengan menggunakan hasil pelaksanaan program 5 pilar tersebut, SMA Darul Hikam dapat menampilkan citra positif dan dapat mempertahankan citra sebagai salah satu sekolah Islam swasta Islam di Kota Bandung. Dalam melaksanakan penerapan program 5 pilar kesiswaan, humas menggunakan hasil program 5 pilar kesiswaan sebagai alat komunikasi kepada pihak eksternal mengenai keunggulan SMA Darul Hikam, dalam mengkomunikasikan program ini humas SMA Darul Hikam melakukan kunjungan sekolah (*school visit*) dan menggunakan media, dari media cetak, dan media online. Alasan humas SMA Darul Hikam menggunakan program 5 pilar kesiswaan sebagai salah satu program unggulan dalam meningkatkan citra, karena program ini adalah ciri khas dari SMA Darul Hikam, dimana meningkatkan mempertahankan citra itu penting bagi SMA Darul Hikam, maka dengan program unggulan ini SMA Darul Hikam melakukan promosi guna mempertahankan eksistensi dan citra positif sebagai lembaga pendidikan swasta di Kota Bandung.

**Kata Kunci : Humas, Citra, Program 5 Pilar Kesiswaan, SMA Darul Hikam.**

## A. Pendahuluan

Di seluruh Indonesia terdapat sekitar 213.000 sekolah<sup>1</sup>, sekolah dengan kualitas terbaik masih didominasi oleh sekolah-sekolah swasta. Meski begitu, sekolah swasta juga mendominasi sekolah dengan kualitas terburuk, termasuk sekolah-sekolah berbasis pendidikan Islam. Di seluruh Indonesia terdapat sekitar 213.000 sekolah, sekolah dengan kualitas terbaik masih didominasi oleh sekolah-sekolah swasta. Meski begitu, sekolah swasta juga mendominasi sekolah dengan kualitas terburuk, termasuk sekolah-sekolah berbasis pendidikan Islam. Kemendikbud selalu menanamkan tiga hal untuk meningkatkan kualitas sekolah, yakni melalui tenaga pendidik maupun kepala sekolah yang baik, fasilitas belajar yang baik, serta aktivitas pembelajaran yang baik untuk mendorong minat belajar siswa didik.

Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa sekolah swasta itu di Indonesia sangat banyak sekali sehingga menimbulkan daya saing, namun selain berfokus pada daya saing sekolah juga harus berupaya memberikan pendidikan yang berkualitas, untuk itu penting bila humas sekolah Islam swasta menyusun program kesiswaan yang bermanfaat guna meningkatkan pendidikan tetapi juga mampu membentuk citra positif bagi lembaganya. Karena seorang humas sekolah juga diuntut untuk bisa membangun citra yang positif untuk lembaganya.

Salah satu lembaga pendidikan swasta yang ternama dan cukup lama berdiri di Kota Bandung adalah Darul Hikam. Darul Hikam didirikan pada 1 April 1966 sebagai wujud kepedulian terhadap kualitas dan peran generasi penerus bangsa di zaman global. SMA Darul Hikam juga merupakan salah satu sekolah swasta Islam favorit di Kota Bandung, karena SMA Darul Hikam sudah lama di didirikan dan mempunyai mutu pendidikan yang bagus. Namun, walau SMA Darul Hikam sudah menjadi salah satu sekolah swasta Islam favorit di Kota Bandung, humas sebagai fungsi manajemen yang membantu memperbaiki program-program dan layanan-layanan organisasi pendidikan dalam upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan citranya sebagai sekolah Islam swasta yang favorit, perlu membangun *Product image* SMA Darul Hikam. Adapun *Product image* yaitu didasarkan pada kualitas, performance, *selling point* atau

<sup>1</sup> Hendro Susilo. 1 Desember 2016.

<http://www.pikiran-rakyat.com/pendidikan/2016/12/01/pendidikan-berbasis-islam-harus-fokus-kualitas-bukan-kuantitas-386417>. diakses Kamis, 30 Maret 2017 pukul 20.05 WIB

mempunyai sifat tersendiri yang berbeda dengan sifat jual perusahaan lain (Yulianita, 2007 : 46).

Jika sekolah Islam swasta lain lebih mengedepankan fasilitas untuk meningkatkan dan mempertahankan citranya, SMA Darul Hikam mempunyai program pendidikan kesiswaan yang unggulan, yaitu program 5 pilar kesiswaan. Kelima pilar tersebut antara lain : 1) Pengembangan wawasan dan motivasi. 2) Pengembangan sumber daya manusia. 3) Peningkatan kepedulian sosial. 4) Peningkatan minat dan bakat. 5) Prestasi dan prestisius. Dari masing-masing program 5 pilar tersebut dikembangkan menjadi sebuah kegiatan-kegiatan yang bermanfaat bagi pendidikan siswa. Kegiatan-kegiatan yang mengacu pada 5 pilar tersebut bertujuan menghasilkan prestasi-prestasi akademik bagi siswa-siswi SMA Darul Hikam. Humas SMA Darul Hikam menggunakan prestasi yang dihasilkan oleh program 5 pilar tersebut sebagai penunjang kegiatan humasnya yaitu mempublikasikan ke media-media, guna mengenalkan lembaga SMA Darul Hikam kepada publik eksternal sehingga meningkatkan citra dan mempertahankan SMA Darul Hikam.

Kegiatan program 5 pilar SMA Darul Hikam dapat memberikan daya tarik bagi publik eksternal untuk mengenal SMA Darul Hikam sebagai sekolah yang berprestasi dan mampu memberikan pendidikan yang berkualitas dengan hasil prestasi-prestasi yang dihasilkan program 5 pilar, sehingga mendorong publik eksternal untuk berminat kepada SMA Darul Hikam, dan citra positif SMA Darul Hikam pun semakin meningkat. Maka berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk menganalisis pelaksanaan program 5 Pilar Kesiswaan sebagai salah satu program unggulan dalam meningkatkan citra SMA Darul Hikam.

Untuk mengetahui analisis pelaksanaan program 5 Pilar Kesiswaan sebagai salah satu program unggulan dalam meningkatkan citra SMA Darul Hikam, pertanyaan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana implikasi program 5 pilar kesiswaan yang dilakukan Humas sebagai salah satu program unggulan dalam meningkatkan citra SMA Darul Hikam ?
2. Bagaimana humas SMA Darul Hikam menerapkan program 5 pilar sebagai salah satu program unggulan dalam meningkatkan citra SMA Darul Hikam?
3. Mengapa program 5 pilar digunakan oleh Humas SMA sebagai salah satu program unggulan dalam meningkatkan citra SMA Darul Hikam ?

## **B. Landasan Teori**

Definisi *public relations*, menurut J.C Seidel, direktur PR, Division of Housing, State New York berbunyi PR adalah Proses yang kontinyu dari usaha-usaha management untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari pelanggan, pegawai dan publik yang lebih luas. Kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan diri sendiri, sedangkan keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan). (Soemirat, Ardianto, 2008: 12). Dan definisi *Public Relations* menurut Yulianita, adalah Sebuah fungsi manajemen yang terlembaga yang berfungsi untuk pemenuhan kebutuhan komunikasi antara lembaga dan masyarakat, guna penjagaan dan atau pembangunan citra lembaga lewat penjalinan hubungan baik kepada masyarakat luar maupun di dalam lembaga (eksternal dan internal) dengan memperhatikan fungsi komunikasi yang sebenarnya demi tercapainya kebutuhan dua belah pihak. (Yulianita, 2007:25).

Sedangkan NSPRA (*National School Public Relations Association*) menjelaskan humas sekolah adalah “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 publik internal dan publik eksternal, dengan tujuan mengembangkan pemahaman yang lebih baik terhadap peran, sasaran, pencapaian dan kebutuhan organisasi.” (Iriantara, Yosol, 2013 : 18).

Adapun tujuan *public relations* menurut Charles S. Steinberg adalah menciptakan opini publik yang *favorable* tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan. (Yulianita, 2007:42). Sedangkan dalam buku Dasar-dasar *public relation* (Yulianita 2007:42-43) terdapat tujuan *public relations* secara universal ada 4 hal yang pada prinsipnya adalah :

1. Menciptakan citra yang baik
2. Memelihara citra yang baik
3. Meningkatkan citra yang baik
4. Memperbaiki citra jika citra organisasi kita menuju/rusak

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel (1990) Citra adalah *image is the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person or organization* (citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi atau lembaga; kesan yang dengan sengaja yang diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi. Istilah lain citra adalah *favourable opinion* (opini publik yang menguntungkan). (Ardianto,2011:62).

Frank Jeffkins (1984) dalam (Ardianto, 2011:63) 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).

Agar perusahaan/organisasi kita memperoleh image yang baik maka PRO dapat mengupayakan dengan jalan menciptakan sesuatu yang baik untuk menunjang tercapainya tujuan. Dimana image/citra tersebut jika diperinci adalah untuk (Yulianita, 2007: 47). :

1. Menciptakan *Public Understanding* (pengertian publik) pengertian belum berarti persetujuan/penerimaan, persetujuan belum berarti penerimaan. Dalam hal ini publik memahami organisasi/perusahaan/instansi apakah itu dalam hal produk/jasanya, aktivitas-aktivitasnya, reputasinya, perilaku manajemennya, dsb.
2. *Public Confidence* (adanya kepercayaan publik terhadap organisasi kita). Publik percaya bahwa hal-hal yang berkaitan dengan organisasi/perusahaan/instansi

adalah benar adanya apakah itu dalam hal kualitas produk atau jasanya, aktivitas-aktivitas yang positif, reputasinya baik, perilaku manajemennya dapat diandalkan, dsb)

3. *Public Support* (adanya unsur dukungan dari publik terhadap organisasi kita) baik dalam bentuk material, membeli produk kita) maupun spiritual (dalam bentuk pendapat/fikiran untuk menunjang keberhasilan perusahaan kita).
4. *Public Cooperation* (adanya kerjasama dari publik terhadap organisasi kita) jika ketiga tahapan di atas dapat melalui maka akan mempermudah adanya kerjasama dari publik yang berkemungkinan terhadap organisasi kita guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama.

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

SMA Darul Hikam juga merupakan salah satu sekolah swasta Islam favorit di Kota Bandung, karena SMA Darul Hikam sudah lama di didirikan dan mempunyai mutu pendidikan yang bagus. Namun, walau SMA Darul Hikam sudah menjadi salah satu sekolah swasta Islam favorit di Kota Bandung, humas sebagai fungsi manajemen yang membantu memperbaiki program-program dan layanan-layanan organisasi pendidikan dalam upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan citranya sebagai sekolah Islam swasta yang favorit, perlu membangun *Product image* SMA Darul Hikam. *Product image* yaitu didasarkan pada kualitas, performance, selling point atau mempunyai sifat tersendiri yang berbeda dengan sifat jual perusahaan lain. (Yulianita, 2007:46). *Product image/ selling point* yang hanya dimiliki SMA Darul Hikam yaitu memiliki dua program pendidikan yang khas dan unggulan yaitu TCB (*Taqwa Character Building*) dan program pendidikan kesiswaan yang khas lainnya adalah program 5 pilar kesiswaan. Program 5 pilar kesiswaan ini digunakan oleh Humas SMA Darul Hikam dalam mengkomunikasikan kepada pihak eksternal untuk mengenalkan SMA Darul Hikam, karena hasil dari program 5 pilar ini berupa prestasi-prestasi yang bisa memberikan citra positif bagi SMA Darul Hikam.

Adapun Program 5 Pilar Kesiswaan antara lain : 1) Pengembangan wawasan dan motivasi. 2) Pengembangan sumber daya manusia. 3) Peningkatan kepedulian sosial. 4) Peningkatan minat dan bakat. 5) Prestasi dan prestisius. Pada pelaksanaan program 5 pilar kesiswaan SMA Darul Hikam, untuk tahap pertama yang dilakukan adalah perencanaan program 5 pilar kesiswaan. Tahap perencanaan ini dilakukan oleh Kesiswaan dan pelaksanaannya bersama-sama dengan Humas dan guru-guru SMA Darul Hikam. Program 5 pilar kesiswaan SMA Darul Hikam merupakan program khas dan unggulan di SMA Darul Hikam. Program ini mengasah para siswa dan siswi SMA Darul Hikam dalam bidang pendidikan dan non pendidikan. Hasil kegiatan program 5 pilar kesiswaan tersebut adalah prestasi-prestasi yang positif bagi siswa-siswainya.

Program 5 pilar kesiswaan ini menunjang kinerja Humas dalam mengkomunikasikan SMA Darul Hikam kepada khalayak eksternal maupun internalnya. Untuk khalayak internalnya program 5 pilar kesiswaan ini digunakan sebagai bahan komunikasi kepada orangtua siswa-siswi SMA Darul Hikam bahwa dengan adanya program ini anak didik dari SMA Darul Hikam memiliki prestasi tidak hanya di bidang akademik tetapi juga bidang non akademiknya. Sehingga para orangtua yakin bahwa SMA Darul Hikam mampu mendidik anak-anak mereka dengan pendidikan yang berkualitas. Sedangkan untuk khalayak eksternal dari SMA Darul Hikam, humas mengkomunikasikan hasil kegiatan dari program 5 pilar kesiswaan dalam rangka untuk mengenalkan dan mempromosikan SMA Darul Hikam.

Proses perencanaan program 5 pilar ini melibatkan seluruh *civitas akademik* dari SMA Darul Hikam, awalnya penyusunan di bahas oleh kesiswaan dan kepala sekolah,

kemudian setelah tersusun kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan lalu disosialisasikan pada awal tahun kepada Humas dan guru-guru SMA Darul Hikam, dalam sosialisasi program 5 pilar kesiswaan, Humas dan guru-guru pun berperan dalam menambahkan ataupun memberikan opini masing-masing terhadap kegiatan yang akan dilakukan dalam program 5 pilar kesiswaan.

Adapun kegiatan dari program 5 pilar ini antara lain 1) Pengembangan wawasan dan motivasi : BLA, *study tour*, dsb. 2) Pengembangan sumber daya manusia: TCB *for new students*, martikulasi, apel, dll. 3) Peningkatan kepedulian sosial : bina desa, *social work*, dll 4) Peningkatan minat dan bakat: ekstrakurikuler, olimpiade 5) Prestasi dan prestisius : Perlombaan, kabaret, pertukaran pelajar. Implikasi atau dampak setiap kegiatan program 5 pilar ini kepada lembaga SMA Darul Hikam ini memang saling berkaitan satu sama lain, yang menurut narasumber kesiswaan kepada lembaga sendiri hasil dari masing-masing program 5 pilar kesiswaan ini untuk pada tujuan utamanya untuk mencapai tujuan dari motto SMA Darul Hikam yaitu berakhlak dan berprestasi yang dihasilkan dari mengkomunikasikan program 5 pilar kesiswaan memang program 5 pilar kesiswaan ini sebagai program unggulan yang dapat meningkatkan citra SMA Darul Hikam.

Dalam penerapan program 5 pilar kesiswaan ini humas SMA Darul Hikam berperan sebagai pelaksana program 5 pilar kesiswaan dan mengkomunikasikan hasil program 5 pilar itu sendiri, karena humas juga memiliki tugas yaitu berperan dalam menampilkan dan mempertahankan citra SMA Darul Hikam. Dalam hal mempertahankan menciptakan citra yang positif dari SMA Darul Hikam, humas menggunakan hasil program 5 pilar kesiswaan yang dimana program tersebut menghasilkan kegiatan-kegiatan positif dari siswa-siswi SMA Darul Hikam. Humas SMA Darul Hikam pun memiliki strategi dalam menyebarkan atau mengkomunikasikan hasil program 5 pilar kesiswaan ini. Ada 2 strategi komunikasi yang dilakukan humas dalam mengkomunikasikan program 5 pilar kesiswaan ini. Yang pertama adalah melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah atau yang disebut *school visit*, dan yang kedua adalah menggunakan media.

#### 1. Kunjungan langsung ke sekolah (*School visit*)

Dalam kunjungan langsung ke sekolah (*school visit*) humas mempresentasikan langsung dalam mengenalkan SMA Darul Hikam, menjelaskan keunggulan-keunggulan dari SMA Darul Hikam, termasuk program 5 pilar kesiswaan ini. *School visit* ini humas bekerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan yang sekolahnya akan dikunjungi dalam rangka mengenalkan SMA Darul Hikam.

#### 2. Menggunakan media

Selain dengan *school visit*, humas pun menggunakan media dalam mempublikasikan program 5 pilar kesiswaan ini. Dalam hal ini, humas melakukan relasi dengan media khususnya wartawan. Dalam membina hubungan relasi dengan wartawan, hubungan humas dengan wartawan sendiri sudah terjalin dengan baik, karena yayasan Darul Hikam sendiri senantiasa menjaga hubungan baik dengan wartawan dengan melakukan kegiatan *gathering* secara rutin, dari hubungan baik dengan wartawan tersebut, sehingga SMA Darul Hikam senantiasa kerjasama dalam mempublikasikan hasil program 5 pilar kesiswaan. Adapun media yang bekerjasama dengan SMA Darul Hikam adalah Pikiran Rakyat, Galamedia, Inilaporan. Selain berhubungan baik dengan wartawan media, humas SMA Darul Hikam pun mempublikasikan hasil kegiatan program 5 pilar kesiswaan dengan memanfaatkan media sosial, media sosial yang digunakan anak *facebook*, *instagram*, dan *Youtube*.

Program 5 pilar kesiswaan ini sendiri adalah program ciri khas yang ada di SMA

Darul Hikam, atau yang sebelumnya telah dijelaskan bahwa program 5 pilar kesiswaan ini sebagai *product image* dari SMA Darul Hikam. Sebagai *product image* dari SMA Darul Hikam, tentu menggunakan hasil program 5 pilar kesiswaan ini sebagai promosi SMA Darul Hikam pastinya akan berbeda dengan lembaga pendidikan swasta lainnya khususnya di kota Bandung. Apalagi yang diharapkan dari pengkomunikasian program ini dalam meningkatkan citra SMA Darul Hikam.

Citra itu penting bagi sebuah lembaga. Lembaga pendidikan swasta pun perlu memiliki citra, guna mempertahankan eksistensi kepada para masyarakat eksternalnya yaitu calon-calon orangtua siswa agar mau menyekolahkan anak-anak mereka di lembaga pendidikan swasta tersebut. Seperti yang diungkapkan kepala humas, bahwa dengan program 5 pilar ini SMA Darul Hikam dapat memperoleh peringkat pertama UN untuk sekolah Islam Swasta.

#### D. Kesimpulan

Setelah dilakukan penelitian kesimpulan yang peneliti dapatkan adalah sebagai berikut:

1. Program kesiswaan 5 pilar SMA Darul Hikam antara lain : 1) Pengembangan wawasan dan motivasi. 2) Pengembangan sumber daya manusia. 3) Peningkatan kepedulian sosial. 4) Peningkatan minat dan bakat. 5) Prestasi dan prestisius. Program Implikasi program 5 pilar kesiswaan sebagai salah satu program unggulan di SMA Darul Hikam adalah dengan hasil pelaksanaan program 5 pilar tersebut, SMA Darul Hikam dapat menampilkan citra positif dan dapat mempertahankan citra sebagai salah satu sekolah Islam swasta di Kota Bandung.
2. Dalam melaksanakan penerapan program 5 pilar kesiswaan, Program 5 pilar kesiswaan ini menunjang kinerja Humas dalam mengkomunikasikan SMA Darul Hikam kepada khalayak eksternal maupun internalnya. Untuk khalayak internalnya program 5 pilar kesiswaan ini digunakan sebagai bahan komunikasi kepada orangtua siswa-siswi SMA Darul Hikam bahwa dengan adanya program ini anak didik dari SMA Darul Hikam memiliki prestasi tidak hanya di bidang akademik tetapi juga bidang non akademiknya. Humas mengkomunikasi kepada pihak eksternal mengenai keunggulan SMA Darul Hikam, dalam mengkomunikasikan program ini humas SMA Darul Hikam melakukan kunjungan sekolah (*school visit*) dan menggunakan media, dari media cetak, media online.
3. Alasan humas SMA Darul Hikam menggunakan program 5 pilar kesiswaan sebagai salah satu program unggulan dalam meningkatkan citra, karena program ini adalah ciri khas dari SMA Darul Hikam, dimana meningkatkan mempertahankan citra itu penting bagi SMA Darul Hikam, maka dengan program unggulan ini SMA Darul Hikam melakukan promosi guna mempertahankan eksistensi dan citra positif sebagai lembaga pendidikan swasta di Kota Bandung.

#### Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Hand Book of Public Relations*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Soemirat, Ardianto. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Iriantara, Yosol. 2013. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Simbioasa Rekatama Media.
- Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Islam Bandung.