

Pengelolaan *Podcast* Untuk Membangun Citra Di Sekolah Sma PGRI 2 Bandung

Amiruddin Setiawan¹, Bela Tresnawati², Muthia Rahma³

Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Nusantara

¹amiruddinsetiawan@uinus.ac.id, ²bellatresna3@gmail.com, ³muthiarahmaa04@gmail.com

Abstrak

Di era Revolusi 4.0 peran humas sekolah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pengelolaan sekolah yang berkualitas. Banyaknya sekolah baru bermunculan di suatu wilayah menjadi tantangan tersendiri dalam mempromosikan sekolah, baik kepada masyarakat sekitar maupun luar wilayah. Situasi ini juga menjadi ancaman bagi sekolah-sekolah lama yang lokasinya berdekatan dengan sekolah baru. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi bagaimana humas dapat memanfaatkan media *podcast* sebagai salah satu alat untuk membangun citra sekolah dimata siswa, orang tua, dan masyarakat. Melalui *podcast* humas dapat menghasilkan konten yang informatif, edukatif, dan inspiratif mengenai program, prestasi, serta nilai-nilai yang dimiliki sekolah SMA PGRI 2 Bandung. Metode yang digunakan mencakup observasi dan wawancara, pelatihan workshop, pembuatan konten dan pendampingan produksi *podcast*, monitoring dan evaluasi. Kegiatan ini mampu menghasilkan konten *podcast* dan memahami sejauh mana *podcast* dapat menjadi alat komunikasi strategi dalam meningkatkan reputasi dan citra sekolah. Program ini diharapkan humas sekolah mampu menjalankan perannya secara profesional serta memberikan wawasan tentang cara memaksimalkan media dalam membangun hubungan yang lebih baik antara sekolah maupun masyarakat.

Kata Kunci: Humas Sekolah, *Podcast*, Citra sekolah, SMA PGRI 2 Bandung

PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat (Humas) memiliki peran penting dalam sebuah lembaga pendidikan termasuk sekolah. Humas sekolah berfungsi sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat, mempromosikan sekolah kepada masyarakat, serta menunjukkan prestasi siswa kepada orang tua dan publik (Juhji, 2020). Pengelolaan humas sekolah berfokus pada kegiatan yang membantu sekolah dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait kehumasan seperti bagaimana mempromosikan sekolah kepada masyarakat agar masyarakat percaya dan yakin menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut. Disini tergambar bahwa manajer humas mempunyai peran sebagai konsultan, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah (Lattimore et al., 2010). Kebutuhan manajemen humas di lembaga pendidikan tidak bisa di kesampingkan sebab lembaga butuh pencitraan. Reputasinya harus selalu di pertahankan dan ditingkatkan untuk menarik lebih banyak penonton. Tujuan dari mengelola dan meningkatkan *public opinion* adalah Untuk meningkatkan dan menggiring opini yang semakin positif (Mulyadi, 2018). Selain itu, pengelolaan humas yang efektif juga berperan dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan melalui komunikasi yang terencana dan berkelanjutan dengan masyarakat (Divina, et. al 2023).

Di era Revolusi 4.0 peran humas sekolah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pengelolaan sekolah yang berkualitas. Banyaknya sekolah baru bermunculan di suatu wilayah menjadi tantangan tersendiri dalam mempromosikan sekolah, baik kepada masyarakat sekitar maupun luar wilayah. Situasi ini juga menjadi ancaman bagi sekolah-sekolah lama yang lokasinya berdekatan dengan sekolah baru. Oleh karena itu, humas sekolah perlu berkerja secara profesional, baik dari sisi teknis, strategi, agar sekolah tetap dapat bersaing (Juhji, 2020). Dalam menjalankan tugas humas sekolah SMA PGRI 2 Bandung lebih dominan pada kegiatan internal seperti penyebaran surat ataupun informasi singkat, menerima dan menyambut tamu yang datang kesekolah. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) juga menjadi kendala dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa humas sekolah belum sepenuhnya memahami sebagai humas eksternal dengan kata lain, pesan yang di sampaikan belum tersampaikan secara efektif kepada pihak luar sekolah.

Adapun humas di lembaga pendidikan memiliki beberapa fungsi menurut Nasution dalam (Sari & Soegiarto, 2019). Pertama, mereka memiliki kemampuan untuk bertindak sebagai mediator dalam komunikasi langsung (secara tatap muka) dan tidak langsung (melalui media) dengan pimpinan lembaga dan publik internal. Kedua, mereka dapat mempublikasikan lembaga pendidikan untuk mendukung dan mendukung kegiatan. Ketiga, membangun persepsi yang baik tentang institusi pendidikan. Berdasarkan fungsi di atas, menunjukkan bahwa humas sekolah memiliki peran sentral dalam membantu sekolah mengkomunikasikan semua kegiatan dan informasi yang berkaitan dengan sekolah. Oleh karena itu, humas sekolah harus lebih memahami apa yang diharapkan masyarakat dari mereka dan situasi yang terjadi di lapangan.

(Tikerperi, 2018) meneliti bagaimana sekolah di Estonia menggunakan saluran online untuk berkomunikasi. dengan menjadikan situs web sekolah sebagai platform untuk komunikasi publik dan pengelolaan konten yang menarik. Menurut (Mulawarman, 2020), media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk proses sosial dan dapat membantu orang berkomunikasi secara virtual dengan aplikasi. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan oleh pihak humas sekolah adalah

menggunakan media sosial dengan menggunakan berbagai aplikasi yang saat ini populer atau baru digunakan. Namun, tidak lupa menggunakan strategi lama seperti poster dan brosur yang masih dicetak secara kertas dan pemasangan baliho di depan sekolah untuk memberi tahu orang-orang di sekitarnya tentang sekolah tersebut. Adapun secara daring, yaitu seperti menggunakan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan Tiktok, mengelola website dengan cara yang menarik, dan melakukan promosi melalui radio dan *podcast* kekinian.

Podcast adalah jenis media audio yang berfungsi sebagai alternatif radio dan berkembang dengan cepat karena khalayak luasnya. Sebuah kebangkitan format audio melalui internet mungkin terjadi, menurut penelitian yang diterbitkan pada tahun 2016 oleh Reuters Institute, "*Media, journalism, and technology prediction.*" Dengan data Nielsen pada tahun 2016 yang menunjukkan penetrasi radio di Indonesia pada 38% pada kuartal ketiga, prediksi Institut Reuters tentang "*new golden age of audio*" pada tahun 2020 telah diperkuat (Zellatifanny, 2020). *Podcast* telah membawa warna baru karena pendengarnya dapat mendengarkannya kapan saja dan di mana saja, memberi mereka kebebasan untuk memilih tema dan waktu untuk mendengarkannya (Auliya, 2020). *Podcast* juga dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi pendidikan yang mampu menyampaikan informasi secara menarik dan mudah dipahami oleh audiens (Susanto & Dharmas, 2022).

Podcast telah menjadi fenomena yang sangat populer sebagai pilihan konten yang mudah diakses. Mereka yang membuat konten *podcast* memiliki gaya yang berbeda dan menyajikan berbagai topik, seperti hiburan, puisi, pengetahuan, hingga berita dan informasi. *Podcast* telah berkembang menjadi menarik bagi orang-orang selain pendengar, terutama mereka yang bekerja di bidang kreatif. *Podcast* semakin diminati oleh remaja Indonesia, fenomena ini semakin tampak dimana kita melihat banyak orang yang menggunakan earphone mereka untuk mendengarkan siaran *podcast* saat mereka pulang dari kantor atau di rumah saat beristirahat. Munculnya *content creator* di platform seperti YouTube juga mendukung fenomena ini, trend *podcast* semakin populer di Indonesia, terutama di kalangan generasi milenial, Gen Z, dan kelompok generasi muda lainnya (Rahman, 2025).

Ruang lingkup pengabdian ini berada di lingkungan sekolah SMA PGRI 2 BANDUNG, dengan fokus pada bidang humas. Maka dari itu, Citra sekolah merupakan penilaian masyarakat terhadap sebuah lembaga sekolah yang muncul melalui penilaian masyarakat atas tindakan, perilaku, dan etika lembaga sekolah yang sengaja diciptakan dari suatu organisasi (Irman, 2021).

Oleh karena itu, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi bagaimana humas dapat memanfaatkan media *podcast* sebagai salah satu alat untuk membangun citra sekolah dimata siswa, orang tua, dan masyarakat. Melalui *podcast* humas dapat menghasilkan konten yang informatif, edukatif, dan inspiratif mengenai program, prestasi, serta nilai-nilai yang dimiliki sekolah. Misalnya humas sekolah dapat membuat episode yang melibatkan siswa, guru, atau alumni untuk berbagi pengalaman, pencapaian sekolah, atau kegiatan yang diadakan. Selain itu, peran humas dalam menyusun, mempromosikan, mengelola *podcast* dan memaksimalkan media juga dianalisis untuk memahami sejauh mana *podcast* dapat menjadi alat komunikasi strategi dalam meningkatkan reputasi dan citra sekolah.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di SMA PGRI 2 Bandung yang berlokasi di Jl.Cipagalo Girang No.42, Margasari, Kec. Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat. Program ini terbagi menjadi beberapa tahap diantaranya yaitu, tahap observasi, tahap pelaksanaan workshop, tahap pendampingan, tahap pembuatan konten *podcast*, serta tahap *monitoring* dan evaluasi. Pelatihan dan pendampingan ini difokuskan untuk Humas Sekolah, Osis dan MPK SMA PGRI 2 Bandung, sebagai pihak yang ikut berkontribusi dalam terlaksananya kegiatan ini.

1. Tahap observasi ini pertemuan pertama bersama Humas Sekolah menjelaskan maksud dan tujuan dan mendiskusikan tupoksi atau program yang menjadi hambatan di humas sekolah SMA PGRI 2 Bandung.
2. Tahap kedua pelaksanaan kegiatan workshop kegiatan diikuti oleh 39 peserta dari pengurus OSIS dan MPK. Pada Workshop tersebut peserta mendapatkan pemaparan materi tentang *Podcast* bagi Pemula
3. Tahap ketiga yaitu pendampingan sebagai tindak lanjut dari workshop sebelumnya, dilanjutkan dengan tahap pendampingan dalam pembuatan *podcast* dan konten.
4. Tahap terakhir yaitu *monitoring* dan evaluasi memantau keberlanjutan dari *podcast* yang telah dibuat, mulai dari publikasi konten dan konsistensi dalam pembuatan konten *podcast* dan evaluasi dampak dari pelatihan dan pendampingan, diharapkan sekolah dapat memanfaatkan *podcast* sebagai alat komunikasi yang tidak hanya informatif tetapi juga meningkatkan reputasi dan keterlibatan masyarakat terhadap aktivitas sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini berupa Workshop *Podcast* dengan tema "Dari Ruang Kelas Ke Dunia Digital Menghidupkan Cerita Sekolah Melalui *Podcast*" Yang dilaksanakan pada Rabu, 26 November 2024 di SMA PGRI 2 Bandung yang diikuti oleh 39 peserta dari OSIS dan MPK. Kegiatan ini diawali dengan pemaparan materi, diskusi interaktif dan praktik, setiap peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan sehingga diharapkan dapat meningkatkan keterampilan komunikasi siswa dan memberikan pengalaman dalam memproduksi konten audio yang kreatif. Materi ini menjadi bahan rujukan untuk pendampingan dalam pembuatan konten. Pada pemaparan materi tentang " *Podcast* bagi Pemula" materi ini mencakup penjelasan asal usul kata *podcast*, menentukan tujuan *podcast*, pemilihan topik yang menarik, langkah-langkah membuat *podcast*.



Gambar 1. Pemaparan Materi

Setelah pemamparan materi selesai dilanjutkan dengan praktik yaitu peserta diarahkan untuk menentukan topik dan pembuatan *script podcast*, dimana peserta belajar menyusun alur cerita dan konten yang sesuai untuk di sampaikan secara berkelompok dan di presentasikan hasil dari praktek tersebut.



Gambar 2. Diskusi dan Presentasi pembuatan *Script Podcast*

Pendampingan pembuatan konten dan produksi podcast

Setelah pelaksanaan workshop sebelumnya, dilanjutkan dengan tahap pendampingan dalam pembuatan *podcast* dan konten.

- 1) Proses Produksi *Podcast* terbagi menjadi 3 tahap:
 - a) Pra Produksi, pada tahap awal ini tim dibimbing untuk menentukan tema, pembuatan skrip *podcast*, menentukan narasumber dan pembawa acara (*Host*) dan penentuan tim produksi.
 - b) Tahap produksi, pada tahap ini tim melakukan pengaturan kamera, *setting* tempat, dan audio untuk memastikan hasil rekaman berkualitas tinggi. Setelah persiapan teknis selesai dilanjutkan dengan sesi gladi bersama narasumber dan *host* menjalankan simulasi sesuai dengan alur yang dirancang.
 - c) Tahap pasca produksi, pada tahap ini tim osis mengambil peran dalam proses editing, kami hanya memantau setiap dari progres mereka dan memastikan hasil akhir memenuhi standar kualitas.



Gambar 3. Produksi *Podcast* dan Editing 2

- 2) Proses produksi konten terbagi menjadi 3 tahap :
- Tahap Pra-Produksi: OSIS dibimbing untuk menentukan konten dengan mencari referensi di TikTok dan menentukan tim produksi.
 - Tahap Produksi: Osis mengatur kamera, tempat, dan peralatan. Setelah persiapan teknis selesai, pembuatan konten dilakukan sesuai referensi.
 - Tahap Pasca-Produksi: Kami melakukan editing dan pembuatan *caption*. Osis kemudian mengunggah konten ke media sosial (Instagram).

Monitoring dan evaluasi

Setelah melakukan kegiatan workshop, *monitoring* dan evaluasi merupakan bagian penting dalam memastikan keberhasilan program dengan untuk menilai efektivitas pelaksanaan, mengidentifikasi kendala, dan memberikan masukan untuk pengembangan di masa mendatang. *monitoring* dan evaluasi dilakukan di minggu kedua di awal tahun.

Hasilnya menunjukkan bahwa *podcast* berhasil menjadi media komunikasi yang relevan, meskipun tantangan seperti keterbatasan teknis. Selain dan konsistensi produksi masih perlu diatasi adapun rencana tidak lanjut untuk meningkatkan keberlanjutan program yaitu berencana untuk memaksimalkan *podcast* yang akhirnya dapat terwujud setelah dua tahun direncanakan. Target yang belum terealisasi adalah tim khusus yang nantinya bertugas membuat pres release tentang kegiatan sekolah, mengunggah informasi ke Mading dan medial sosial (Instagram), melakukan *live report* kegiatan sekolah melalui *Instagram story*. Selain itu ada pembuatan *quotes reminder* berupa tulisan motivasi atau inspirasi secara mingguan untuk *Instagram story*

KESIMPULAN

Dengan pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di SMA PGRI 2 Bandung secara keseluruhan berjalan dengan lancar. dimulai dengan berbincang dengan humas sekolah, anggota Osis mengenai alasan dan tujuan datang ke sekolah. kemudian dilanjutkan dengan pelatihan yang dihadiri dengan antusias oleh Osis dan MPK. Pada tahap pendampingan dan pembuatan *podcast* telah menghasilkan 3 konten vidio yaitu konten comingsoon hari guru, recap kegiatan, *podcast* dan 1 *caption*. Sebagai rekomendasi, SMA PGRI 2 Bandung dapat terus mengembangkan program ini dengan meningkatkan kapasitas teknis siswa dan guru melalui pelatihan berkelanjutan. Selain itu, diversifikasi tema dan eksplorasi gaya penyampaian yang lebih dinamis dapat membantu meningkatkan daya tarik dan keinginan *podcast*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada SMA PGRI 2 Bandung yang telah memberikan izin dan mendukung pelaksanaan kegiatan Aktivasi Humas Sekolah dalam memebnagun Citra melalui Media Podcast. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Kepala Sekolah, Humas Sekolah, Pengurus Osis, MPK, serta seluruh siswa yang berpartisipasi aktif selama kegiatan. Ucapan terimakasih juga di sampaikan kepada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Nusantara yang telah memberikan dukungan akademik dalam pelaksanaan program Outcome Based Education (OBE). Selain itu, terima kasih disampaikan kepada narasumber dan seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan workshop, pendampingan produksi podcast, hingga penyelesaian kegiatan ini. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan fungsi humas sekolah serta mendukung peningkatan citra SMA PGRI 2 Bandung melalui pemanfaatan media podcast sebagai sarana komunikasi sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Imron Susanto, F. D. (2022). Podcast Audio Visual Sebagai Media Komunikasi Pendidikan. *SASAK :DESAIN VISUAL DAN KOMUNIKASI*, 4, 53–60.
- Amina Divina P, Ahmad Saifullah, M. (2023). Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Dasar. *Media Manajemen Pendidikan*, 5.
- Auliya, S. P. (2020). Komunikasi antarpribadi di ruang publik berbasis digital: Analisis self-disclosure dalam podcast BagiSuara. *METAKOM: Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 15–27.
- Juhji. (2020). *Manajemen Humas Sekolah (Vol. 5)* (M. A. Dr. Asep Saeful Bahri, Ed.). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2010). *Public Relations: Profesi dan Praktik*. 305.
- Mulawarman. (2020). *Problemaika Penggunaan Internet konsep, dampak, dan strategi penanganannya*. KENCANA.
- Mulyadi, S. (2018). Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul Slamet Mulyadi Universitas Nurul Jadid Pendahuluan Perencanaan adalah langkah awal sebagai patokan lembaga untuk tercapainya sebuah tujuan organisasi . Setiap organisasi maju perencanaan sang. *TADBIR : Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 2(2), 121–134.
- Rahman, M. A. (2025). *Seperti Apakah Potensi Bisnis Podcast di Indonesia*. Finansialku.Com. <https://www.finansialku.com/partnership/seperti-apakah-potensi-bisnis-podcast-diindonesia/>
- Sari, W. P., & Soegiarto, A. (2019). FUNGSI DAN PERAN HUMAS DI LEMBAGA PENDIDIKAN. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 47–64. <https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.14.03>
- Tikerperi, M. L. (2018). Public Schools' websites in Estonia: Required communication channel but no shared knowledge. *Studies of Transition States and Societies*, 10(2), 66–81.
- Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in Disseminating Audio on Demand Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 117–132. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050202>