

**MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
SEKOLAH MELALUI PROGRAM UNGGULAN
(Studi Multisitus di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)**

Tesis

Oleh:

Jundatul Afidah

NIM 210106210007



**PROGRAM MAGISTER MANEJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

**MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
SEKOLAH MELALUI PROGRAM UNGGULAN
(Studi Multisitus di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)**

Tesis
Diajukan kepada
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Magister
Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:
JUNDATUL AFIDAH
NIM 210106210007

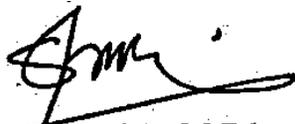
**PROGRAM MAGISTER MANEJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “Manajemen Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* Sekolah Melalui Program Unggulan (Studi Multisitus di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)” ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Malang, 19 Juni 2023

Pembimbing I



Prof. Dr. Iri. Sutiah, M.Pd.
NIP. 196510061993032003

Pembimbing II



Dr. Hj. Samsul Susilawati, M. Pd.
NIP. 197606192005012005

Mengetahui,

Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam



Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd.
NIP. 198010012008011016

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul “Manajemen Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* Sekolah Melalui Program Unggulan (Studi Multisitus di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)”, ini telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 05 Juli 2023.

Dewan Penguji



Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd.
NIP. 198010012008011016



Dr. H. Ahmad Barizi, M.A
NIP. 197312121998031008

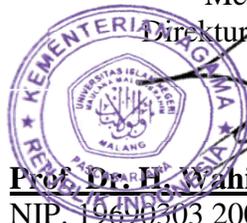


Prof. Dr. Hj. Sutiah, M.Pd.
NIP. 196510061993032003



Dr. Hj. Samsul Susilawati, M. Pd.
NIP. 197606192005012005

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana,



Prof. Dr. H. Wahid Murni, M. Pd. Ak.
NIP. 19600303 200003 1 002

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jundatul Afidah

NIM : 210106210007

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)

Judul Tesis : **Manajemen Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* Sekolah Melalui Program Unggulan (Studi Multisitus di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister pada suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar rujukan. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Tesis ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan yang dituduhkan kepada saya.

Malang, 19 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Jundatul Afidah

NIM. 210106210007

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis sederhana ini saya persembahkan untuk Abi dan Umi sebagai motivasi terbesar dalam menggapai segala mimpi saya.

Saudara-saudariku tercinta yang memberikan banyak cerita dan pengalaman berharga.

Teman-teman yang senantiasa menemani dalam setiap tahapan hidup ini.

MOTTO

يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ

خَيْرٌ

“niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”¹

¹Departemen Agama Republik Indonesia, Qur'an Hafalan Dan Terjemah (QS. Al-Mujadilah:11) (Jakarta: Almahira, 2017).

ABSTRAK

Jundatul Afidah. 2023. *Manajemen Humas dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah Melalui Program Unggulan (Studi Multisitus di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)*. Tesis. Magister Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing I: Prof. Dr. Hj. Sutiah, M. Pd., Pembimbing II: Dr. Hj. Samsul Susilawati, M.Pd.

Kata Kunci: Manajemen Humas, *Brand Image*, Program Unggulan

Branding sekolah sangat penting untuk membangun persepsi masyarakat tentang keunggulan sekolah yang dimiliki. Salah satunya di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya (Smamda). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisa perencanaan humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan; 2) menganalisa pelaksanaan humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan; 3) menganalisa evaluasi humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, jenis studi kasus dengan rancangan multisitus untuk mengetahui fenomena-fenomena terkait manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Khadijah dan Smamda Surabaya. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan tiga teknik, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data dari penelitian ini berupa sumber data primer berupa proses, hasil, dan dampak dari manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* melalui wawancara dan observasi dan sumber data sekunder berupa dokumen yang berkaitan dengan manajemen humas dalam meningkatkan *brand image*. Dalam menganalisa data, peneliti menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yaitu: pengumpulan data, penyajian data, kondensasi data dan penarikan kesimpulan.

Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Perencanaan SMA Khadijah meliputi penetapan tujuan (koordinasi dengan internal humas, sekolah, yayasan), analisis situasi, pemetaan sasaran. Sedangkan Smamda meliputi penetapan tujuan (berdasarkan *need assesment*), koordinasi pihak internal humas dan tenaga kependidikan, analisis situasi, dan pemetaan sasaran; 2) Pelaksanaan SMA Khadijah meliputi publikasi dan promosi, komunikasi aktif dan diperluas, kerjasama dan pelayanan yang baik, sertifikasi al Qur'an, program unggulan, dan literasi digital. Sedangkan pelaksanaan di Smamda meliputi publisitas, komunikasi, kerjasama, proram unggulan, kegiatan unik yang mengundang media massa, mempersatukan wali murid, dan guru katif membuat karya; 3) Evaluasi SMA Khadijah meliputi rapat evaluasi, pengembangan pada kegiatan yang sesuai target, dan menetapkan standar keberhasilan. Sedangkan evaluasi yang dilakukan Smamda meliputi analisis evaluasi, menentukan standar keberhasilan, rapat akhir tahun, meningkatnya animo masyarakat setiap tahun, dan evaluasi kenadala. Perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi humas SMA Khadijah dan SMAMDA Surabaya berjalan cukup efektif. Hal ini ditunjukkan dari analisis 5 unsur manajemen (*Men, method, materials, machines, and money*).

ABSTRACT

Jundatul Afidah. 2023. *Public Relations Management in Improving School Brand Image Through the Featured Program (Multisite Study at SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya)*. Thesis. Master of Islamic Education Management, Postgraduate, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisor I: Prof. Dr. Hj. Sutiah, M. Pd., Advisor II: Dr. Hj. Samsul Susilawati, M.Pd.

Keywords: *Public Relations Management, Brand Image, Featured Program*

School branding is very important to build community perceptions about the advantages of schools that are owned. One of them is at SMA Khadijah and SMA Muhammadiyah 2 Surabaya (SMAMDA). Therefore, this study aims to 1) analyze public relations planning in enhancing brand image through flagship programs; 2) analyzing the implementation of public relations in enhancing brand image through flagship programs; 3) analyze the evaluation of public relations in improving brand image through flagship programs at SMA Khadijah and SMA Muhammadiyah 2 Surabaya.

The researcher uses a qualitative approach, a type of case study with a multi-site design to find out phenomena related to public relations management in increasing brand image at SMA Khadijah and SMAMDA Surabaya. In collecting data, researchers used three techniques, namely interviews, observation and documentation. The data sources of this research are primary data sources in the form of processes, results, and the impact of public relations management in increasing brand image through interviews and observations and secondary data sources in the form of documents related to public relations management in increasing brand image. In analyzing the data, the researcher used data analysis techniques proposed by Miles and Huberman, namely data collection, data presentation, data condensation and conclusion drawing.

The results of this study show that 1) Planning for SMA Khadijah includes goal setting (coordination with internal public relations, schools, foundations), situation analysis, target mapping. While SMAMDA includes goal setting (based on need assessment), coordination of internal public relations parties and educational staff, situation analysis, and target mapping; 2) The implementation of Khadijah High School includes publication and promotion, active and expanded communication, cooperation and good service, Al Qur'an certification, flagship programs, and digital literacy. While the implementation at SMAMDA includes publicity, communication, collaboration, excellent programs, unique activities that invite the mass media, unite student guardians, and active teachers create works; 3) Evaluation of Khadijah SMA includes evaluation meetings, development of targeted activities, and setting standards of success. While the evaluation carried out by Smamda includes evaluation analysis, determining success standards, year-end meetings, increasing public interest every year, and evaluation of obstacles. The planning, implementation and evaluation of public relations for SMA Khadijah and SMAMDA Surabaya has been quite effective. This is shown from the analysis of the 5 elements of management (Men, methods, materials, machines, and money).

مستخلص البحث

جندة الأفيدة. ٢٠٢٣. إدارة العلاقات العامة في تحسين صورة العلامة التجارية للمدرسة من خلال البرامج المميزة (دراسة متعددة المواقع في مدرسة ثانوية الخديجة ومدرسة ثانوية المحمدية ٢ سورابايا). رسالة الماجستير. إدارة التربية الإسلامية لكلية الدراسات العليا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرفة الأولى: الأستاذة، الدكتور، الحاجة، سطيعة، الماجستير، المشرفة الثانية: الدكتورة، الحاجة، سمش السوسيلواتي، الماجستير.

الكلمات المفتاحية: إدارة العلاقات العامة، صورة العلامة التجارية للمدرسة، البرامج المميزة

إن العلامات التجارية للمدرسة مهمة جدا لبناء تصورات المجتمع حول مزايا المدارس المملوكة. أحدهم في مدرسة ثانوية خديجة ومدرسة ثانوية المحمدية ٢ سورابايا. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى (١) تحليل تخطيط العلاقات العامة في تعزيز صورة العلامة التجارية من خلال البرامج المميزة؛ (٢) تحليل تنفيذ العلاقات العامة في تعزيز صورة العلامة التجارية من خلال البرامج المميزة؛ (٣) تحليل تقييم العلاقات العامة في تحسين صورة العلامة التجارية من خلال البرامج المميزة مدرسة ثانوية خديجة ومدرسة ثانوية المحمدية ٢ سورابايا.

استخدمت الباحثة بحثا كفييا على نوع دراسة الحالة مع دراسة متعددة الحالات لاكتشاف الظواهر المتعلقة بإدارة العلاقات العامة في تحسين صورة العلامة التجارية للمدرسة من خلال البرنامج المميز في مدرسة ثانوية الخديجة ومدرسة ثانوية المحمدية ٢ سورابايا. في جمع البيانات، استخدمت الباحثة ثلاث تقنيات، المقابلات والملاحظة والتوثيق. وفي الوقت نفسه، فإن مصادر بيانات هذا البحث هي مصادر بيانات أولية في شكل عمليات ونتائج وتأثير إدارة العلاقات العامة في زيادة صورة العلامة التجارية من خلال المقابلات والملاحظات ومصادر البيانات الثانوية في شكل وثائق تتعلق بإدارة العلاقات العامة في زيادة صورة العلامة التجارية. في تحليل البيانات، استخدمت الباحثة التقنيات المقدمة لمايلز وهوبرمان، وهي جمع البيانات وعرض البيانات وتكثيف البيانات واستنتاج.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن (١) التخطيط مدرسة ثانوية الخديجة يشمل تحديد الأهداف (التنسيق مع العلاقات العامة الداخلية، المدارس، المؤسسات)، تحليل الوضع، رسم الخرائط المستهدفة. بينما يتضمن مدرسة ثانوية المحمدية ٢ تحديد الأهداف (بناء على تقييم الاحتياجات)، وتنسيق أحزاب العلاقات العامة الداخلية والموظفين التربويين، وتحليل الموقف، ورسم خرائط الهدف؛ (٢) يشمل تنفيذ مدرسة ثانوية الخديجة النشر والترويج، والتواصل النشط والموسع، والتعاون والخدمة الجيدة، وشهادة القرآن، والبرامج المميزة، ومحو الأمية الرقمية. بينما يشمل التنفيذ في مدرسة ثانوية المحمدية ٢ بالدعاية والتواصل والتعاون والبرامج المميزة والأنشطة الفريدة التي تدعو وسائل الإعلام وتوحيد الأوصياء على الطلاب والمعلمين النشطين يصنعون أعمالا؛ (٣) يشمل تقييم مدرسة ثانوية الخديجة اجتماعات التقييم، وتطوير الأنشطة المستهدفة، ووضع معايير النجاح. بينما يشمل التقييم الذي أجرته مدرسة ثانوية المحمدية ٢ تحليل التقييم، وتحديد معايير النجاح، واجتماعات نهاية العام، وزيادة الاهتمام العام كل عام، وتقييم العقبات. لقد كان تخطيط وتنفيذ وتقييم العلاقات العامة لمدرسة ثانوية الخديجة و مدرسة ثانوية المحمدية ٢ سورابايا فعالا للغاية. يتضح ذلك من تحليل العناصر الخمسة للإدارة (الرجال، الأساليب، المواد، الآلات، والمال).

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Ilahi Rabbi zat yang Maha Kuasa lagi Maha Memberi Pertolongan dan atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya.

Penulis sampaikan banyak terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya terhadap banyak pihak yang membantu dalam menyelesaikan tesis ini. Dan khususnya saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Wahidmurni, M. Pd., Ak selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd., selaku Ketua Prodi Magister Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Ibu Prof. Dr. Hj. Sutiah, M. Pd., Selaku pembimbing 1 yang telah mencurahkan pikiran dan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan bagi penulisan tesis ini.
5. Ibu Dr. Hj. Samsul Susilawati, M. Pd., selaku Dosen Pembimbing II yang telah mencurahkan pikiran dan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan bagi penulisan tesis ini.

6. Kepala sekolah SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya beserta seluruh civitas akademik dari SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya. Yang telah memberikan waktunya dalam proses penelitian.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan balasan yang tiada tara kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga mampu menyelesaikan tesis ini. Penulis sendiri menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saya sebagai penulis sangat berharap adanya kritikan dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaan tesis ini. Saya sebagai penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembaca umumnya. Terimakasih atas segala perhatiannya.

Malang, 19 Juni 2023

Jundatul Afidah
NIM. 210106210007

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Originalitas Penelitian	12
F. Definisi Istilah	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
A. Manajemen Humas	24
1. Konsep dan Fungsi Manajemen Humas	24
2. Ruang Lingkup dan Tugas Manajemen Humas.....	37
B. <i>Brand Image</i>	42
1. Konsep dan Pengukuran <i>Brand Image</i>	42
2. Indikator dan Komponen <i>Brand Image</i>	47
C. Program Unggulan.....	51
1. Konsep dan Tujuan Program Unggulan Sekolah.....	51
2. Evaluasi dan Manfaat Program Unggulan Sekolah	54
D. Manajemen Humas Dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Melalui Program Unggulan.....	57
1. Perencanaan Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i>	57
2. Pelaksanaan Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i>	59

3. Evaluasi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i>	63
E. Kerangka Berpikir	64
BAB III METODE PENELITIAN	66
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	66
B. Kehadiran Peneliti	67
C. Lokasi Penelitian	69
D. Data dan Sumber Data.....	70
E. Teknik Pengumpulan Data	71
F. Teknik Analisis Data	74
G. Keabsahan Data	76
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	81
A. Deskripsi Objek Penelitian	81
1. SMA Khadijah Surabaya	81
2. SMA Muhammadiyah 2 Surabaya.....	82
B. Paparan Data Penelitian.....	85
1. Perencanaan Program Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2	85
2. Pelaksanaan Program Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2	95
3. Evaluasi Program Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2	119
C. Hasil Penelitian.....	128
1. Perencanaan Program Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2	129
2. Pelaksanaan Program Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2	131
3. Evaluasi Program Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2	134
BAB V PEMBAHASAN	141
A. Perencanaan Program Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Melalui Program Unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2.....	141
B. Pelaksanaan Program Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Melalui Program Unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2.....	147
C. Evaluasi Program Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Melalui Program Unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2	152

BAB VI PENUTUP 157
 A. Simpulan 157
 B. Saran 160
DAFTAR PUSTAKA 162

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Orisinalitas Penelitian	17
Tabel 3.1 Tabel persamaan kedua lembaga	67
Tabel 3.2 Kehadiran Peneliti di SMA Khadijah	68
Tabel 3.3 Kehadiran Peneliti di SMA Muhammadiyah 2.....	68
Tabel 3.4 Data dan Jenis Data.....	71
Tabel 3.5 Pengumpulan Data	73
Tabel 3.6 Analisis Data	75
Tabel 3.7 Tabel Keabsahan Data	77
Tabel 4.1 Temuan Penelitian Lintas Situs.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Langkah-Langkah Manajemen Humas	62
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	65
Gambar 3.1 Siklus Interaktif Data Kualitatif	74
Gambar 4.1 apresiasi penerima golden tiket dari bu Khofifah	99
Gambar 4.2 Kegiatan selama bulan ramadhan.....	99
Gambar 4.3 publikasi salah satu media online SMA Khadijah	100
Gambar 4.4 Kegiatan studi banding dan serminar bersama mahasiswa fakultas ekonomi UPN Jawa Timur.....	108
Gambar 4.5 Eskul robotik mendapat medali emas di kompetisi robotik dunia di Jepang.....	117
Gambar 4.6 Evaluasi Pelaksanaan Program.....	128

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian di SMA Khadijah	171
Lampiran 2: Surat Izin Penelitian di SMA Muhammadiyah 2	171
Lampiran 3: Struktur Organisasi SMA Khadijah	173
Lampiran 4: Struktur Organisasi SMA Muhammadiyah 2	173
Lampiran 5: Brosur	174
Lampiran 6: Pedoman Wawancara	175
Lampiran 7: Transkrip Wawancara	178
Lampiran 8: Dokumentasi Penelitian SMA Khadijah	195
Lampiran 9 : Dokumentasi Penelitian SMA Muh ammadiyah 2	199

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Fenomena yang muncul dalam lembaga pendidikan saat ini begitu banyak, diantaranya yaitu banyak munculnya lembaga baru terutama lembaga swasta yang menimbulkan persaingan baik dari lembaga pendidikan baru maupun lembaga pendidikan yang sudah lama berdiri, masing-masing dari lembaga pendidikan akan mengedepankan *image* positif yang dibentuk di tengah masyarakat.² Dengan banyaknya lembaga pendidikan yang berdiri, maka masyarakat juga semakin lebih selektif lagi dalam memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan keinginan yang diharapkannya. Maka dari itu, lembaga pendidikan harus mempunyai usaha untuk menciptakan citra yang positif dimata masyarakat.

Lembaga pendidikan juga tidak bisa terlepas dari yang namanya manajemen, karena manajemen pada dasarnya adalah komponen yang penting dan tidak dapat dilepaskan dari pendidikan itu sendiri. Jika tidak ada manajemen, maka tujuan pendidikan juga belum tentu dapat tercapai dengan baik. Maka dari itu dalam mengatur roda pendidikan manajemen dapat digunakan agar sesuai dengan harapan yang diinginkan.

²Yanti Effendi, "Sekolah Swasta Banyak Kekurangan Siswa," *Lentera Pendidikan.Com*, last modified 2022, accessed January 12, 2023, <http://www.lenterapendidikan.com/berita/sekolah/view/sekolah-swasta-banyak-kekurangan-siswa.html>.

Proses kegiatan yang direncanakan dengan pembinaan secara berkelanjutan serta usaha yang sungguh-sungguh disebut juga dengan manajemen humas.³ Dalam lembaga pendidikan atau dalam sebuah institusi humas mutlak dan harus ada, karena dalam membangun *branding*, *image* positif, dan reputasi sekolah keberadaan humas sangat diperlukan dan dibutuhkan. Proses penyelenggaraan lembaga pendidikan juga membutuhkan peran penting dari seorang humas.⁴ Sesuatu yang direncanakan secara terus menerus serta sengaja dilakukan guna menciptakan pengertian antar lembaga pendidikan dan masyarakat disebut juga humas.⁵ Humas dalam hal ini mempunyai fungsi untuk mendukung hubungan baik dan harmonis pada masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari masyarakat itu sendiri.

Sepadan dengan namanya, humas mempunyai bagian untuk mengatur baik itu hubungan dengan masyarakat di dalam sekolah maupun dengan masyarakat di luar sekolah. Hubungan antara warga sekolah disebut sebagai hubungan masyarakat yang menghubungkan setiap departemen sekolah, hubungan siswa dengan kesiswaan, kebutuhan siswa dengan sarana prasarana sekolah, hubungan siswa dengan kurikulum di sekolah, dan lain-lain.⁶ Oleh karena itu, Humas sebagai bagian dari organisasi sekolah yang dapat menggantikan bagian lain yang sangat

³Mary Ann Ferguson, "Building Theory in Public Relations: Interorganizational Relationships as a Public Relations Paradigm," *Journal of Public Relations Research* 20, no. 4 (2018): 164–178.

⁴Tutut Sholihah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu," *J-Mpi* 3, no. 2 (2018): 72–84.

⁵Alison Theaker, *The Public Relations* (New York City: Routledge, 2001), 83.

⁶I Gusti Ngurah Putra, *Manajemen Hubungan Masyarakat* (Yogyakarta: Penerbit UAJ, 1999), 21.

membutuhkan bantuan. Selain itu hubungan antara masyarakat dalam sekolah juga diungkapkan melalui kegiatan non akademik. Dalam hal ini humas bekerja sama dengan kurikulum, bendahara, sarana prasarana dan kesiswaan.

Menurut Ruslan Rosadi, secara umum Humas dapat dipahami sebagai segala pelaksanaan yang dilakukan oleh suatu organisasi, dan badan usaha melalui para petugas untuk membentuk organisasi atau sktruktur dan komunikasi guna menciptakan saling pengertian yang lebih baik antara lembaga dengan khalayaknya.⁷ Menurut Shahram Gilaninia dkk, beberapa faktor penyebab tidak adanya sinergi antar organisasi dan masyarakat adalah kurang optimalnya peran humas dalam organisasi.⁸ Faktor lain adalah kurang ditempatkannya fungsi kehumasan di dalam lembaga pendidikan secara tepat. Kesenjangan ini berdampak pada nilai atau presepsi dan sikap masyarakat terhadap citra buruk lembaga pendidikan tersebut.⁹ Kedudukan humas dalam lembaga pendidikan dapat memicu pendapat dan opini publik mengenai pendidikan yang diberikan oleh sebuah lembaga pendidikan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa humas merupakan jembatan antara organisasi dengan lingkungan eksternal atau sosial.

Penelitian ini memusatkan penelitian terhadap manajemen humas melalui program unggulan dalam meningkatkan *brand image* sekolah di sekolah-sekolah

⁷Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 5.

⁸Shahram Gilaninia, "The Impact Of PublicRelations Performances on Market Share Of Firms: Case Study: Power Battery in Isfahan," *Interdisciplinary Journal Of Contempopary Research in Business* 5, no. 5 (2013): 357–361.

⁹Ronald D. Smith, *Strategic Planning for Public Relations* (New York City: Routledge, 2020), 32. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003024071>.

tua Surabaya, yang mana seperti yang kita ketahui bahwa banyak sekolah yang kurang menjaga *image* positif sehingga sekolah tersebut tidak berkembang atau maju meski sudah berdiri sejak lama.¹⁰ Hal itu menjadi tugas besar bagi sekolah tidak terkecuali Humas. Keberhasilan dunia pendidikan dalam mencetak generasi penerus bangsa tidak hanya ditentukan oleh proses pendidikan di sekolah dan ketersediaan sarana dan prasarana, tetapi juga oleh lingkungan keluarga dan masyarakat. Oleh karena itu, pendidikan merupakan tanggung jawab bersama antara sekolah, keluarga dan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa peran humas memegang peran penting dalam memajukan lembaga pendidikan.

Masalah *image* dalam pendidikan sangat penting, karena akan mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap eksistensi lembaga itu sendiri. Masing-masing dari lembaga pendidikan harus mempunyai karakter (*brand image*) yang kuat.¹¹ *Brand image* sendiri adalah sekumpulan asumsi yang ada dibenak konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk dari berbagai sumber. Menurut Kotler dan Keller *brand image* adalah *brand images as perception about a brand as reflected by the brand association held in consumer memory*.¹² Berbeda dengan Freddy Rangkuti memaknai *brand image* sebagai bentuk atau suatu hal yang perlu diingat oleh konsumen bisa disambung sehingga menjadi sebuah asosiasi yang dapat

¹⁰Amir Baihaqi, "Ini Kata Risma Soal Sekolah Swasta Di Surabaya Yang Kurang Murid," *Detiknews.Com*, last modified 2019, <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4633751/ini-kata-risma-soal-sekolah-swasta-di-surabaya-yang-kurang-murid>.

¹¹Muhammad Fathurrohman, "Meningkatkan Mutu Pendidikan Bangsa," *Jurnal Ta'Allum* 04, no. 01 (2016): 19–42.

¹²Philip and Kevin Lane Keller Kotler, *Marketing Managemen*, 15th Editi (Pearson Education, 2016), 36.

membentuk *brand image*.¹³ Dalam dunia pendidikan, lembaga harus inovatif untuk terus menggali keunikan agar *brand* lembaga pendidikannya semakin tinggi dan terus diminati oleh masyarakat.

Setiap lembaga atau sekolah pasti mempunyai ciri khas dan *brandingnya* masing-masing. *Branding* sekolah yang dimiliki lembaga pendidikan berbeda-beda. Semakin baik *brand imagenya*, maka akan mempermudah pihak lembaga pendidikan mendapatkan pelanggan dan perhatian dari masyarakat.¹⁴ *Branding* sekolah sangat perlu dilakukan terutama pada era sekarang ini agar lembaga tidak tertinggal atau bahkan dilupakan karena kurangnya berinovasi dalam mempertahankan kualitas lembaga. Begitu pentingnya posisi *brand image* bagi keberlangsungan hidup sebuah lembaga pendidikan. Dengan membangun *brand image* lembaga dapat membangun reputasinya untuk dapat dipercaya oleh masyarakat dan akan bertahan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Meningkatkan serta mempertahankan *brand image* dapat dilakukan dengan berbagai inovasi, salah satunya yaitu dengan mengedepankan program unggulan sekolah. Setiap sekolah pasti memiliki program unggulan yang berbeda-beda, tergantung bagaimana kebutuhan masyarakat serta sekolah dalam melakukan inovasi untuk meningkatkan dan juga mempertahankan *brand image* sekolah. Menciptakan trend dunia pendidikan pada saat ini menjadi tuntutan, maka dari itu

¹³Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2004).

¹⁴Surachman, *Dasar-Dasar Manajemen Merek: Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan* (Malang: Bayumedia Punlishing, 2008).

sekolah hendaknya lebih berani untuk berinovasi. Untuk menciptakan *image positif*, sekolah perlu menampilkan suatu terobosan yang baru baik pada materi kurikulum, fasilitas, atau pengajarannya. Munculnya sekolah-sekolah yang unggul belakangan ini, berdampak pada animo kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan semakin meningkat. Konsekuensinya, sekolah semakin ditantang untuk meningkatkan kualitas agar kepercayaan masyarakat tidak goyah dan semakin menguat *image positif* sekolah.

Dari paparan di atas, peneliti ingin mengembangkan kajian tentang manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* sekolah melalui program unggulan sekolah di era sekarang. Dengan melihat selama 10 tahun terakhir, semakin banyak bermunculan lembaga pendidikan baru yang bersaing secara kuantitas dan kualitas. Sehingga manajemen Humas melalui program unggulan dalam meningkatkan *brand image* menjadi hal yang penting untuk menggugah ketertarikan masyarakat. Untuk mencari pelanggan, seyogyanya lembaga pendidikan juga harus bisa meraba-raba kebutuhan dalam masyarakat, hal ini memiliki tujuan agar dapat menarik simpati masyarakat pada lembaga pendidikan yang telah dikelola, agar nantinya input yang masuk kedalamnya sesuai target.

Peneliti memilih dua sekolah bergengsi dan sudah lama berdiri di kota Surabaya yaitu SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2, dimana sekolah tersebut sama dalam kelembagaannya yaitu lembaga swasta. Baik SMA Khadijah ataupun SMA Muhammadiyah 2 sama-sama terletak di tengah kota yang mengalami perkembangan sangat pesat melalui prestasi dan berbagai inovasi yang

dikembangkannya. Dari 138 SMA Swasta di Surabaya¹⁵, kedua sekolah tersebut mampu bertahan dan eksis sampai sekarang dibuktikan dengan animo masyarakat yang terus meningkat setiap tahunnya, serta menjadi salah satu sekolah rujukan nasional. Hal itu tidak lepas dari kerja keras praktisi humas dalam membina dan menjalin komunikasi dengan berbagai pihak yang menjadi *stakeholder* di lembaga tersebut, serta program-program unggulan yang sudah diterapkan di dalam sekolah tersebut.

Berdasarkan pra-observasi baik observasi langsung dan tidak langsung (melalui web) SMA Khadijah Surabaya merupakan sekolah yang telah berdiri sejak 1954 dan juga sekolah Islam terimplementasi ISO 9001:2015, akreditasi SMA Khadijah adalah A, dimana dalam pembelajarannya memadukan unsur pembelajaran model pesantren (klasik) dengan sekolah umum (modern) yang berada di bawah naungan Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama (YTPS NU) Khadijah. SMA Khadijah mengaplikasikan tiga kurikulum, yakni kurikulum merdeka, kurikulum *cambridge*, dan kurikulum khadijah yang mewadahi pelajaran agama Islam, perpaduan dari kurikulum diknas, depag dan LP maarif. Hal itu menjadi salah satu bentuk kegiatan unggulan serta menjadikan lulusan SMA Khadijah yang mampu menembus kampus-kampus ternama di luar maupun dalam negeri. Selaras dengan *image* yang ada dari SMA Khadijah yaitu

¹⁵Data Pokok Pendidikan Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi, 2023, <https://dapo.kemdikbud.go.id/sp/2/056000>.

smart and green school, bahwasanya SMA Khadijah berupaya menciptakan generasi yang *smart* melalui perpaduan atau integrasi kurikulum sehingga menciptakan lulusan yang bermutu dan mampu bersaing untuk masuk kepada jenjang-jenjang selanjutnya. Serta menciptakan lingkungan sehat dalam sekolah untuk mendukung tercapainya generasi hebat, cerdas, sehat dan juga berkualitas.

Meski sudah berdiri lebih dari 40 tahun, SMA Khadijah tetap eksis sampai sekarang dibuktikan dengan minat masyarakat yang semakin meningkat, serta prestasi-prestasi baik dari segi akademik maupun non akademik, baik dari skala nasional hingga internasional. Besarnya animo masyarakat itu disebabkan sejumlah faktor. Salah satunya, keterlibatan mitra internasional seperti *University of Cambridge* hingga *University of New South Wales, Australia*.¹⁶ Sekolah melakukan serangkaian sertifikasi nasional pada mata pelajaran. Lalu dari segi pembelajara juga sudah menerapkan kurikulum merdeka, bahkan 90% lulusan dari SMA Khadijah juga masuk ke PTN ternama di Indonesia.

Selanjutnya SMA Muhammadiyah 2, SMA Muhammadiyah 2 Surabaya adalah sekolah yang sudah berdiri sejak 1975, merupakan Rintisan Sekolah Berstandar Nasional (RSBI) dan juga sistem pembelajaran berbasis ITC serta membuka kelas internasional dengan bahasa pengantar 100% bahasa Inggris. SMA Muhammadiyah 2 Surabaya juga memiliki *Sister School* atau yang pada umumnya

¹⁶Wahyu Hestiningdyah, "Pendaftaran Siswa Baru Mulai Dibuka, Sekolah Swasta Bergengsi Mulai Adu Kualitas," *Beritajatim.Com*, last modified 2022, <https://beritajatim.com/pendidikan-kesehatan/pendaftaran-siswa-baru-mulai-dibuka-sekolah-swasta-bergengsi-mulai-adu-kualitas/>.

biasa disebut dengan adanya kerjasama yang baik dengan lembaga pendidikan di luar negeri. Selain itu SMA Muhammadiyah 2 Surabaya juga memiliki jaringan kerja dengan sekolah maupun lembaga luar negeri di Negara bagian Victoria, Australia. Meski sudah berdiri lebih dari 40 tahun, SMA Muhammadiyah tetap eksis sampai sekarang dibuktikan dengan minat masyarakat yang semakin meningkat, serta prestasi-prestasi baik dari segi akademik maupun non akademik, baik dari skala nasional hingga internasional.

Berdasarkan pra-observasi melalui web sekolah, pada tahun 2023 ini SMA Muhammadiyah 2 Surabaya memiliki jumlah siswa sebanyak 1.144 dengan pilihan jurusan IPA, IPS dan Bahasa. Kegiatan Belajar Mengajar didukung oleh tenaga pendidik yang berkualitas. Jumlah guru di SMA Muhammadiyah 2 berjumlah 77 dengan 44% guru berpendidikan S2. Kemudian 76% lulusan SMA Muhammadiyah 2 melanjutkan Studi di PTN, Kedinasan bahkan Universitas luar negeri. Berbagai ekstrakurikuler juga menjadi program unggulan dari SMA Muhammadiyah 2 ini. Diantaranya ada ekstrakurikuler organisasi, bahasa, seni, olahraga, desain komunikasi visual dan teknologi sampai ekstrakurikuler pilihan (*Entrepreneur*, *Hizbul Wathan*, *International Award For Young People*, dan lain sebagainya).

Proses dalam meningkatkan serta mempertahankan kualitas atau *brand image* kedua lembaga pendidikan tersebut dibutuhkan manajemen humas salah satunya dengan selalu meningkatkan program unggulan yang ada. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk meneliti kedua lembaga tersebut yang memiliki keunikan tersendiri.

peneliti mengusulkan penelitian dengan judul “Manajemen Humas dalam meningkatkan *brand image* sekolah melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya”. Judul tersebut dipilih dan diharapkan dapat memberikan edukasi dan pengetahuan mengenai manajemen humas, *brand image* sekolah, serta bagaimana humas mempertahankan *image* sekolah terhadap sekolah lainnya di era sekarang.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah disebutkan diatas, maka yang menjadi fokus penelitian yaitu:

1. Bagaimana perencanaan humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya?
2. Bagaimana pelaksanaan humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya?
3. Bagaimana evaluasi humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis:

1. Menganalisis perencanaan humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya.

2. Menganalisis pelaksanaan humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya
3. Menganalisis dampak dan kendala yang dihadapi program humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemamaparan yang penulis sajikan diatas, maka terdapat beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini:

1. Secara Teoritis
 - a) Penelitian ini dapat menjadi khazanah cakrawala pengetahuan baru tentang manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan
 - b) Adanya penelitian ini, setidaknya memberikan sedikit sumbangasih tambahan pengetahuan dalam bidang manajemen pendidikan terlebih terkait tentang kajian manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan sekolah.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini sebagai bentuk usaha ikut serta dalam memajukan pengetahuan pendidikan terlebih dalam bidang kajian bagaimana humas dalam meningkatkan *brand image* di sekolah melalui program unggulan yang ada.

E. Originalitas Penelitian

Sehubungan dengan judul dalam penelitian ini, tentunya memiliki beberapa penelitian terdahulu yang dapat menyuplai gambaran secara umum terkait Manajemen Humas dalam meningkatkan *Brand Image* sekolah. Namun, dari beberapa penelitian tersebut belum ditemukan penelitian yang memiliki fokus dalam meningkatkan *Brand Image* sekolah melalui program unggulan.

1. Imam Basofi, Tesis, Manajemen Pendidikan Islam UIN Malang.¹⁷ Tujuan dari penelitian ini mengungkap fungsi, pola komunikasi serta respon *stakeholder* mengenai manajemen humas dalam menarik minat masyarakat di kawasan IAIN Madura. Pendekatan penelitian yang dipakai adalah kualitatif. Dengan hasil penelitian, fungsi manajemen humas dalam menarik minat masyarakat meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta evaluasi. Pola komunikasi humas dengan internal dan eksternal. Serta respon *stakeholder* terhadap humas IAIN Madura diambil dari dosen, mahasiswa dan tokoh masyarakat.
2. Imam Arifin, Tesis, Manajemen Pendidikan UIN Malang.¹⁸ Peneliti bertujuan untuk menelaah manajemen humas guna meningkatkan animo masyarakat agar terus bertambah. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan penelitian studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah perencanaan

¹⁷Imam Basofi, “Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus Di IAIN Madura)” (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020).

¹⁸Imam Arifin, “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Animo Siswa Di Madrasah Aliyah Raudlatul Muta'allimin Ombul II Bandaran Tlanakan Pamekasan: Studi Kasus Di Madrasah Aliyah Raudlatul Mut'allimin Ombul II Bandaran Tlanakan Pamekasan” (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021).

humas meliputi promosi, penggunaan media dan juga kerjasama. Sedangkan pelaksanaannya yaitu melakukan kunjungan lembaga, penggunaan media *online* atau *offline* dan juga kerjasama. Mengenai evaluasi yaitu mengadakan rapat evaluasi dengan civitas akademika madrasah dihadiri waka humas, mengadakan pertemuan dengan wali murid, mengadakan evaluasi pada akhir kegiatan humas dihadiri seluruh civitas akademika madrasah.

3. Muhammad Ma'ruf, Tesis, Manajemen Pendidikan Islam UIN Malang.¹⁹ Analisis proses perencanaan, pelaksanaan program humas, dan menghadapi kendala dalam mengembangkan citra di pondok pesantren An-Nur 2 dan pondok modern Al-Rifa'ie 2 Malang merupakan tujuan dari penelitian ini. Pendekatan yang dipakai adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menghasilkan perencanaan humas menerapkan beberapa langkah. Implementasi program humas meliputi; menciptakan *brand image*, menggunakan media, memberikan fasilitas terbaik dan program unggulan, dan lain sebagainya. Kendala yang dialami humas meliputi kurangnya partisipasi masyarakat, rasio antara tenaga pengajar dan santri kurang proposional, kurangnya partisipasi dari guru dalam kegiatan humas, perkembangan pondok yang sangat pesat.

¹⁹Muhammad Ma'ruf, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren: Studi Multi Situs Di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo Dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang" (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018), <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/14252>.

4. Wahyu Fatikhatul Umniyah, Tesis, Manajemen Pendidikan Islam UIN Purwokerto.²⁰ Kajian ini mempunyai tujuan untuk memaparkan strategi yang digunakan humas dalam meningkatkan *brand image* pada program kesetaraan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis kajian lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa humas program pendidikan pemerataan wustha di Kabupaten Cilacap telah menjalani fungsi manajemen sesuai proses yang dimulai dari tahap perencanaan, tahap pengorganisasian, tahap pelaksanaan dan tahap monitoring evaluasi yang relevan dengan teori George R. Terry. Dalam meningkatkan *brand image* humas telah menerapkan strategi dengan melihat posisi, menjadikan perbedaan sebagai program unggulan, dan memberikan layanan prima.
5. Sukarmin B, Tesis, Manajemen Pendidikan Islam IAIN Palangkaraya.²¹ Analisis manajemen humas di SDIT Qurrata A'yun Kuala Pembuang merupakan tujuan dari kajian ini. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Hasil dari penelitian adalah perencanaan humas telah dilaksanakan secara demokratis, dengan melibatkan seluruh warga sekolah. Pelaksanaan program Humas sudah terlaksana pada sebagian besar program, yang mana dari 10 program yang direncanakan, ada 8 program yang berhasil untuk

²⁰Wahyu Fatikhatul Umniyah, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustho Al-Fiel Kabupaten Cilacap" (UIN Prof. Kh. Saifuddin Zuhri Purwoketo, 2022).

²¹Sukarmin B, "Manajemen Hubungan Masyarakat Di Sekolah Dasar Islam Terpadu Qurrata A'yun Kuala Pembuang" (IAIN PALANGKARAYA, 2021).

dilaksanakan. Pengendalian pelaksanaan program Humas menggunakan bentuk pengendalian yang bersifat mencegah dan bersifat menekan atau menahan..

6. Fillah Babul Fathatul Jannah, Dian Hidayati, Badrudin, *Jurnal Al-Tanzim Sinta* 3.²² Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa lembaga pesantren meningkatkan citranya melalui manajemen pemasaran, dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pemasaran berjalan efektif, faktor meningkatnya citra pesantren meliputi dukungan masyarakat, peran yayasan yang besar, dan komitmen pondok pesantren. Faktor-faktor tersebut diperkuat dengan konsep 4P strategi bauran pemasaran. Citra pesantren dibentuk dengan menerapkan strategi pemasaran dan dapat dibangun melalui komunikasi yang baik dalam setiap koordinasi.
7. Muhammad Nur Hakim, *Jurnal Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Tujuan dari penelitian ini adalah menelaah kinerja humas dalam lembaga pendidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun hasil dari penelitian ini bahwa program humas harus dilaksanakan secara harmonis. Dalam lembaga pendidikan humas masuk dalam salah satu komponen penting serta inti dalam manajemen pendidikan. Evaluasi juga selalu dilakukan dalam program program yang dilaksanakan oleh pihak humas SMKN 1.

²²Fillah Babul, Fathatul Jannah, and Dian Hidayati, "Marketing Management of Educational Services in Improving The Image of Islamic Boarding Schools" 07, no. 01 (2023): 56–66.

8. Sangga Kumbuan Kejora, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (J-MPI)*.²³ Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi manajemen kehumasan dengan tujuan membangun citra dan meningkatkan animo masyarakat di PonPes Annur 2 Bululawang Malang. Dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan telah berhasil dalam upaya membangun citra dan meningkatkan kepentingan public melalui manajemen strategis kehumasan, yaitu: penghargaan bagi pesantren, minat santri dari tahun ketahun, program pemberdayaan sosial dan peningkatan ekonomi masyarakat.
9. Mukhsinuddin, Tarmizi, Rahmad Syah Putra, Muhammad Furqan, *Jurnal Mudarrisun Sinta* 3, 2021.²⁴ Tujuan dari kajian ini adalah untuk mengetahui strategi dari humas dalam membangun mutu pendidikan dan daya saing di perguruan tinggi di Aceh. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah strategi humas dalam meningkatkan mutu pendidikan dan daya saing di Aceh, dalam bentuk kegiatan dan program salah satunya adalah hubungan antara internal dan media, produksi serta publikasi media. Pelaksanaan program berdasarkan rencana dan *schedule*

²³Sangga Cumbuan Kejora, "Strategic Management Of Public Relations In Islamic Education Institutions To Build Public Image And Increase Public Interest," *J-Mpi* 5, no. 2 (2021): 112–120.

²⁴Rahmad Syah Putra et al., "Strategi Public Relations Dalam Membangun Daya Saing Dan Mutu Pendidikan Pada Perguruan Tinggi Di Aceh," *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam* 11, no. 4 (2021): 609–630.

tahunan dari humas tetap STAIN Teungku Dirundeng yang berisi aktivitas apa saja yang akan dilakukan setiap minggu, bulan dan satu tahun secara tetap.

10. Tutut Sholihah, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (J-MPI) Sinta 3*, 2018.²⁵

Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan dan analisis strategi dari manajemen humas dan menjadikan konsep model sebuah strategi manajemen humas dalam menciptakan *School Branding*. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dekskriptif. Penelitian ini memiliki hasil bahwa perencanaan strategi manajemen humas disusun dan dirancang bersama dengan kepala sekolah dan humas. Strategi manajemen humas tersebut dapat dilihat dengan adanya keberhasilan dari indicator sekolah menjadi terkenal di masyarakat, tercipta *image* positif bagi sekolah, menjadi sekolah favorit yang unggul serta meningkatkannya peserta didik.

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian

No	Nama Peneliti, Judul, Tahun dan Sumber	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas
1	Imam Basofi, <i>Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus Di IAIN Madura)</i> , 2020, Tesis UIN Malang	Meneliti manajemen humas	Terletak pada variabel kedua dan objek	a) Lokasi Penelitia b) Fokus Penelitian
2	Imam Arifin, <i>Manajemen Humas dalam Meningkatkan Animo Siswa di Madrasah Aliyah Raudhatul Muta'allimin Ombul II Bandaran Tlanakan Pamekasan: Studi Kasus Di</i>	Sama-sama menganalisa mengenai manajemen humas dalam lembaga	Fokus penelitian tersebut terdapat pada bagaimana humas meningkatkan animo siswa setiap tahunnya	Peneliti akan lebih fokus bagaimana manajemen humas meningkatkan dan juga

²⁵Sholihah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu."

	<i>Madrasah Aliyah Raudlatul Mut'allimin Ombul II Bandaran Tlanakan Pamekasan, 2021, Tesis Manajemen Pendidikan UIN Malang</i>			mempertahankan <i>brand image</i> sekolah yang sudah dibangun lebih dulu, di era banyaknya sekolah baru yang berdiri sekarang melalui program-program unggulan sekolah
3	Muhammad Ma'ruf, <i>Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren: Studi Multi Situs Di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo Dan Pondok Modern Al-Rifa'ie 2 Malang, 2018, Tesis Manajemen Pendidikan Islam UIN Malang</i>	Meneliti manajemen humas dalam mengembangkan citra lembaga	Terletak pada objek, penelitian terdahulu berfokus terhadap pesantren	
4	Wahyu Fatikhatul Umniyah, <i>Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustho Al-Fiel Kabupaten Cilacap, 2022, Tesis Manajemen Pendidikan UIN Purwokerto</i>	Meneliti mengenai program humas dalam meningkatkan <i>brand image</i>	Terletak pada objek, penelitian terdahulu berfokus terhadap program kesetaraan	
5	Sukarmin, <i>Manajemen Hubungan Masyarakat Di Sekolah Dasar Islam Terpadu Qurrata A'yun Kuala Pembuang, 2021, Tesis Manajemen Pendidikan IAIN Palangcara</i>	Meneliti mengenai manajemen Humas	Terletak pada objek dan variabel	
6	Fillah Babul Fathatul Jannah, Dian Hidayati, Badrudin, <i>Marketing Management Of Educational Services in Improving The Image Of Islamic Boarding Schools, 2023, Jurnal Al-Tanzim Sinta 2</i>	Mengupas bagaimana meningkatkan citra lembaga	Menganalisa lembaga pesantren dalam meningkatkan citra lembaga melalui bauran manajemen pemasaran	
7	Muhammad Nur Hakim, <i>Manajemen Humas Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto), 2019, Jurnal Nidhomul Haq Sinta 3</i>	Menganalisa peran humas dalam mengembangkan lembaga pendidikan	Fokus penelitian menitikberatkan kepada <i>brand image</i> sekolah melalui program unggulan	
8	Sangga Kumbuan Kejora, <i>Strategic Management Of Public Relations In Islamic Education Institutions To Build Public Image And Increase Public Interest, 2020, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam sinta 3</i>	Mendeskripsikan dan menganalisa manajemen humas dalam meningkatkan citra	Fokus penelitian tersebut lebih terfokus terhadap bagaimana lembaga membangun citra untuk meningkatkan daya	

			saing sedangkan peneliti ingin menelaah brand image melewati program unggulan
9	Mukhsinuddin, Tarmizi, Rahmad Syah Putra, Muhammad Furqan, <i>Strategi Public Relation Dalam Membangun Daya Saing dan Mutu Pendidikan Pada Perguruan Tinggi</i> , 2021, Jurnal Mudarrisuna Sinta 3	Menelaah mengenai hubungan masyarakat (<i>public relation</i>)	Terletak pada subjek atau variabel dimana peneliti tersebut menekankan terhadap daya saing dan mutu pendidikan, serta fokus obyeknya adalah perguruan tinggi
10	Tutut Sholihah, <i>Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu</i> , 2018, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam (JMPI) Sinta 3	Menganalisa manajemen humas dalam lembaga pendidikan Islam	Fokus penelitian adalah bagaimana menciptakan brand sekolah pada sekolah Islam

Melihat berbagai penelitian terdahulu yang mengkaji tentang manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan melalui program unggulan, dapat diambil ikhtisar oleh peneliti bahwa terdapat salah satu kesamaan dalam fokus penelitian, akan tetapi jika ditelaah lebih dalam maka terlihat perbedaan antara penelitian yang akan dilakukan dengan kajian terdahulu. Perbedaan tersebut terletak baik pada adanya variabel perantara, lokasi penelitian, *setting* waktu, hasil penelitian serta fokus dari penelitian.

F. Definisi Istilah

Untuk memudahkan pemahaman terhadap penelitian ini dan untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian ini, sebaiknya peneliti menjelaskan definisi dari istilah-istilah tersebut:

1. Manajemen merupakan proses dalam melaksanakan kegiatan dengan menggunakan seluruh fasilitas yang ada, baik dari segi personal maupun material agar tercapainya tujuan pendidikan. Manajemen sendiri mempunyai fungsi di lembaga pendidikan yang bisa di implementasikan sebagai berikut:
 - a. Perencanaan, proses mempersiapkan seperangkat keputusan, dimana dalam perencanaan harus memperhatikan 3 hal, yaitu menetapkan tujuan, merumuskan situasi dan juga mengidentifikasi kemudahan dan hambatan.
 - b. Pengorganisasian, memberikan tugas dan kegiatan secara seksama pada setiap orang yang terlibat dalam kerjasama di lembaga pendidikan. Dalam hal ini mencakup pembagian kerja, tujuan, tanggung jawab, penempatan tenaga kerja, pelimpahan wewenang.
 - c. Pelaksanaan, tujuan dari pelaksanaan ini agar anggota dalam organisasi terangsang dengan tujuan menjalankan tugasnya dengan baik. Pelaksanaan ini mencakup *leadership* (kepemimpinan), *supervision* (pengawasan), *communication* (komunikasi), *motivating* (motivasi).
 - d. Evaluasi, mempunyai fungsi untuk mengawasi segala kegiatan agar tertuju kepada sasarannya. Dimana dalam hal ini melalui 4 proses yaitu adanya standar, ukuran pelaksanaan, perbandingan dan perbaikan.

Disamping itu manajemen mempunyai 5 unsur di lembaga pendidikan yang bisa di implementasikan sebagai berikut:

- a. *Men* (Manusia): Sumber daya manusia yang terlibat dalam proses kegiatan.

- b. *Money* (Uang): dalam hal ini digunakan sebagai sarana manajemen dan harus digunakan sedemikian rupa agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik.
 - c. *Material* (Bahan): bahan atau data dan informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan dan digunakan sebagai pelaksana fungsi-fungsi dari manajemen.
 - d. *Machines* (Mesin): fasilitas atau sarana prasaran sebagai piranti penunjang pembelajaran.
 - e. *Method* (Metode): sarana atau alat manajemen untuk mencapai tujuan.
2. Hubungan Masyarakat dalam penelitian ini adalah bagian yang direncanakan dan dilakukan oleh lembaga pendidikan. Dengan tujuan meningkatkan *image* positif masyarakat kepada lembaga pendidikan tersebut. Ruang lingkup dari humas adalah membina hubungan ke dalam dan membina hubungan ke luar. Yang mana bila dipaparkan sebagai berikut:
- a. Publisitas, kegiatan lembaga pendidikan untuk mempublikasikan pada media massa
 - b. Pemasaran, tujuan dari adanya pemasaran ini adalah untuk menarik dan memuaskan pelanggan (masyarakat) dalam jangka panjang. Dimana dalam praktiknya meliputi penelitian, mendesain produk, mengemas produk, menentukan harga, dan melakukan promosi

- c. *Public affairs*, lembaga pendidikan harus mempunyai hubungan yang harmonis antara pemerintah, masyarakat dan juga lembaga itu sendiri. Karena, pemerintah mengeluarkan peraturan yang harus ditaati.
 - d. Manajemen Isu, upaya organisasi untuk melihat kecenderungan isu yang muncul di tengah masyarakat.
 - e. Lobi, humas harus melakukan pendekatan atau lobi dengan pihak tertentu.
 - f. Hubungan Investor, meningkatkan nilai saham lembaga serta mengurangi biaya modal.
3. *Brand Image* dalam penelitian ini adalah sekumpulan asumsi positif yang ada di benak masyarakat terhadap suatu sekolah yang terbentuk dari berbagai informasi dan dari berbagai sumber sebagai salah satu langkah untuk meningkatkan daya saing menuju sekolah unggulan. Pengukuran *brand image* ada 4, diantaranya ada
- a. *Brand identity*, hal ini berhubungan dengan identitas sekolah yang dapat dibedakan dengan sekolah lain.
 - b. *Brand personality*, masing-masing dari lembaga pendidikan harus memiliki karakter yang kuat dan juga khas.
 - c. *Brand benefit and competence*, lembaga pendidikan harus mempunyai nilai atau keunggulan yang berbeda dari lembaga lainnya.
 - d. Unik, dimana setiap lembaga pendidikan harus memiliki keunikan atau ciri khas tersendiri.

4. Program unggulan yang dimaksud peneliti adalah bahwa program unggulan yang dimiliki sekolah untuk menciptakan inovasi pengembangan dalam mencapai keunggulan peserta didik guna meningkatkan citra lembaga yang telah dimiliki sekolah baik yang berifat akademik.

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

A. Manajemen Humas

1. Konsep Manajemen Humas

Manajemen berasal dari kata manus yang memiliki arti tangan dan *agere* yang mempunyai makna melakukan. Kemudian kata itu digabungkan menjadi *managere* yang dimaknai menangani.²⁶ Dari segi bahasa manajemen dimaknai dengan memimpin, menangani, mengatur, atau membimbing.²⁷ Adapun jika ditinjau dari segi istilah manajemen adalah proses yang tersusun di mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Dengan tujuan untuk memastikan dan menyampaikan sesuatu yang telah ditetapkan melewati sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.²⁸

Secara umum, pemahaman manajemen adalah proses sistematis guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan sumber daya yang tersedia.²⁹ Manajemen apabila diteliti lebih akan mengerucut pada proses pelaksanaan yang diselesaikan secara teratur dengan melalui tenaga dan usaha orang lain agar mencapai tujuan secara efektif.³⁰ Sebuah gambaran yang sederhana namun cukup menjadikan usaha yang ada dalam suatu lembaga yang pasti

²⁶Priyono, *Pengantar Manajemen* (Sidoarjo: Penerbit Zifatama Publisher, 2007), 9.

²⁷Umniyah, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustho Al-Fiel Kabupaten Cilacap."

²⁸Syarifuddin S Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2016), 7.

²⁹Novianty Djafri, *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah (Pengetahuan Manajemen, Efektivitas, Kemandirian Keunggulan Bersaing Dan Kecerdasan Emosi)* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 17.

³⁰Priyono, *Pengantar Manajemen* (Sidoarjo: Penerbit Zifatama Publisher, 2007), 9.

diarahkan untuk pencapaian tujuan-tujuan dari lembaga tersebut. Melihat dari segi pandangan Islam, istilah manajemen menggunakan kata at-tadbir (pengaturan).³¹ Kata ini adalah imbuhan dari kata dabbara yang dimaknai mengatur dan terdapat dalam QS As-Sajadah: 5

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِمَّا تَعُدُّونَ

“Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu”.

Harrington Emerson berpendapat bahwa manajemen mempunyai 5 unsur atau biasa disebut dengan 5m, diantaranya ada *Men, Money, Materials, Machines, Methode*³². Adapun penjelasan lebih jelasnya sebagai berikut:³³

a. *Man* (Manusia)

Manusia memiliki peran yang sangat penting dalam melakukan beberapa aktifitas, disebabkan yang menjalankan semua program adalah manusia. Maka dari itu, tanpa adanya tenaga manusai, pemimpin akan kesulitan menggapai tujuan yang direncanakan. Sedangkan pemimpin dapat mencapai hasil atau dukungan dari orang lain. Tujuan yang dimaksud sumber daya manusia adalah mereka yang terlibat dalam peningkatan *brand*

³¹Rama Yulis, *Ilmu Pendidikan Islam* (Jakarta: Kalam Mulia, 2008), 362.

³²Miftachul, *Buku Ajar: Manajemen Organisasi* (Malang: STIKES Widya Cipta Husada, 2018), 21.

³³Lukman dan Mukhtar., *Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan* (Jambi: Timur Laut Aksara, 2018), 32

image. Faktor SDM khususnya humas menjadi sarana penunjang dalam mencapai tujuan yang diharapkan lembaga.

b. *Money* (Uang)

Uang digunakan sebagai alat manajemen dan harus digunakan sedemikian rupa sehingga tujuan yang direncanakan dapat tercapai secara wajar tanpa membutuhkan jumlah uang yang besar. Jika dievaluasi dengan lebih banyak uang yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Yakni faktor pendanaan atau keuangan. Tanpa pendanaan yang cukup kegiatan perusahaan atau organisasi takkan berjalan dengan baik, karena keuangan pada dasarnya adalah darah dari organisasi maupun komunitas seperti ekstrakurikuler. pertanyaan keuangan ini berhubungan dengan masalah anggaran (*budget*) dan upah (*gaji*).

c. *Material* (Bahan)

Dalam istilah manajemen, *material* bisa dimaknai dengan data atau bahan dan informasi yang dapat dibutuhkan guna menggapai tujuan dan dibutuhkan untuk pelaksanaan fungsi manajemen serta dalam memutuskan keputusan oleh manajer. Hal itu bisa merupakan barang seperti barang mentah yang akan diproses ke barang jadi. Adanya barang mentah dapat menjadikan suatu barang tersebut bernilai sehingga akan mendapatkan keuntungan dari barang tersebut. Selain dalam pelaksanaan humas dalam meningkatkan *brand image* bahan pembelajaran yang dimaksud terkait kurikulum program unggulan yang disusun oleh penanggung jawab masing-masing program unggulan.

e. *Machines* (Mesin)

Alat yang dipakai untuk proses dalam pelaksanaan kegiatan manajemen dengan menggunakan teknologi atau alat bantu adalah sebuah mesin. Mesin dalam istilah pendidikan, bisa dimaknai dengan sarana prasarana atau fasilitas guna menunjang kegiatan belajar mengajar. Hal ini akan memudahkan pemberian ilmu dari pendidik kepada peserta didik dan menjadikan tujuan pembelajaran lebih efektif.

e. *Methods* (Metode)

Metode ini bisa dikatakan sebagai alat dalam manajemen. Hal ini disebabkan karena dalam menggapai tujuan pembelajaran diharuskan memakai metode yang efisien dan efektif. Akan tetapi, dalam merumuskan perencanaan metode yang disusun harus sesuai, dengan tujuan agar tepat sasaran. Dengan adanya metode, juga berarti strategi-strategi yang mendukung efektifitas dan efisiensi dalam manajemen pendidikan.

Sedangkan, Humas dapat dimaknai dengan suatu seni dalam berkomunikasi antara publik dengan internal dengan tujuan menghindari salah faham, membangun pengertian, sekaligus membangun *image* positif lembaga pendidikan.³⁴ Kegiatan usaha yang terencana untuk menjalin dan membina saling pengertian di antara lembaga atau institusi dan dukungan masyarakat melalui komunikasi dan sarana lain untuk mencapai kemanfaatan dan

³⁴Ruslan Rosadi, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2007), 5.

kesepakatan bersama.³⁵ Hasan Afini menambahkan juga bahwa humas merupakan ilmu sosial sekaligus sebuah seni dalam analisis trend, memprediksi konsekuensi, memberikan arahan kepada *manajer* dan mengimplementasikan program yang dirumuskan guna memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.³⁶

Hal ini selaras dengan apa yang telah dijelaskan dalam al-Qur'an mengenai hubungan antar sesama yang terdapat dalam QS Al-Hujurat: 13

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

“Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”.

Humas dapat dikatakan sebagai sebuah fungsi dari manajemen guna mencapai target tertentu, yang sejak awal program tersebut sudah harus direncanakan secara rinci dan mempunyai program yang jelas, mencari fakta, , mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.³⁷ Humas mempunyai tanggung jawab begitu besar seperti

³⁵Sholihah, “Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu.”

³⁶Moh. Hasan Afini Maulana, “Manajemen Hubungan Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan Pesantren,” *Itqan* 10, no. 1 (2019): 147–166.

³⁷Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 13.

mendidik, memberikan infoemasi, meraih simpatu, meyakinkan sampai membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.³⁸

Berdasarkan definisi tersebut, peneliti mencoba untuk menyimpulkan terkait pengertian humas secara umum dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang khas antara pendidikan dengan publik internal dan publik eksternal. Sedangkan manajemen humas merupakan menciptakan keharmonisan dalam hubungan baik internal maupun eksternal, membangun pengertian, kepercayaan serta dukungan dari masyarakat luar melalui kegiatan komunikasi, dengan tujuan meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan agar citra yang diinginkan dapat tercapai.

Dalam lingkup sekolah, manajemen humas memiliki ruang lingkup mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan samoau dengan tahap evlauasi, guna meningkatkan citra sekolah. Semua tahapan tersebut perlu dikelola dengan baik agar terjalin hubungan yang cocok dan langgeng antara satu tahapan dengan tahapan lainnya. Mempertimbangkan pentingnya pengelolaan humas dengan sekolah, dengan informasi yang dibutuhkan masyarakat tentang mutu sekolah. Maka dari itu, humas harus dimanajemen ditangani dengan baik agar sekolah mendapatkan publisitas yang baik dan *image* positif dari masyarakat.

³⁸Muslimin, *Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian* (Malang: UMM Press, 2004), 23.

2. Fungsi Manajemen Humas

Humas memiliki fungsi utama yaitu mengembangkan, meningkatkan serta menumbuhkan hubungan baik antar internal dan eksternal. Dengan tujuan memberikan pengertian, menimbulkan motivasi dan keikutsertaan masyarakat dalam berupaya menciptakan opini masyarakat yang memberikan keuntungan terhadap lembaga.³⁹ Jadi, manajemen humas difungsikan sebagai alat sekolah untuk menghubungkan sekolah dengan masyarakat yang bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut L.F. Urwick yang dikutip oleh Ruslan dalam bukunya, memaparkan bahwa aktivitas humas sebagai salah satu fungsi dari manajemen melalui 3 unsur yang berkaitan dengan fungsi tersebut adalah:⁴⁰

- a. Manajemen mekanik, yang berfungsi melakukan *forecasting* atau pengamatan dimasa mendatang (perencanaan), *planning*, organizing (pengorganisasian).
- b. Manajemen dinamik, ini terdiri dari lima unsur yaitu, *commanding and directing* (komando dan pengarahan), *coordination* (koordinasi), *controlling* (pengawasan).
- c. Manajemen relasi, salah satu fungsi humas dalam manajemen yang utama yaitu:

³⁹Ruslan Rosady, *Manajemen Humas Dan Manajemen Komunikasi (Konsep Dan Aplikasinya)* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), 28.

⁴⁰Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi edisi Revisi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 32

- 1) Berusaha menampung opini masyarakat dan aspirasinya, serta mampu menentukan keinginan masyarakat terhadap khalayak sasaran.
- 2) Komunikasi saran positif atau beberapa ide kreatif untuk kebaikan bersama
- 3) Dapat mendatangkan suasana serta *vibe* positif dan kondusif dalam hubungan yang harmonis.

Fungsi humas dalam menjalin hubungan baik ketika menyampaikan informasi kepada publik juga dijelaskan dalam al-Qur'an, pada QS An-Nahl: 125, yaitu

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِ لَهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat di jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Firman Allah dalam al-Qur'an surat An-Nahl menyatakan bahwa Allah memerintah agar manusia senantiasa dalam jalan Allah. Menjadikan manusia selalu dalam jalan benar tentu tidak akan mudah. Maka dari itu perlu adanya perjuangan dan usaha yang ekstra untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Tujuan utama dari fungsi humas yaitu mampu mempengaruhi perilaku kelompok atau individu melewati pertukaran ilmiah dengan tujuan

mencapai kesuksesan dan menyatukan pendapat bersama, agar tercipta jalinan yang baik antar sesama.

Fungsi dalam manajemen menurut pendapat George Terry dikenal dengan istilah POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Hal ini dikaitkan dan diimplementasikan dengan manajemen humas dalam suatu lembaga, diantaranya sebagai berikut:

a. Perencanaan hubungan masyarakat

Merumuskan suatu cara sampai hasil dapat dikatakan sebagai perencanaan humas. Perencanaan adalah penentuan secara matang cerdas tentang apa yang akan dikerjakan di masa depan dalam rangka mencapai tujuan.⁴¹ Anderson dan Bowman berpendapat bahwa menyiapkan keputusan guna masa depan disebut sebagai perencanaan.⁴² Dengan *planning*, dapat melihat selangkah lebih deoan, menyiapkan alat daruat, memperhitungkan kemungkinan, menjelaskan kegiatan dan menyusun prioritas agar tepat sasaran.⁴³

Dapat diambil ikhtisar bahwa sekumpulan kegiatan dimasa yang akan datang yang diramalkan merupakan sebuah perencanaan dengan tujuan membangun kepercayaan masyarakat. Tercapai atau tidak

⁴¹Poerwa Darminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), 987.

⁴²Marno dan Trio Supriatno, *Manajemen Dan Kepemimpinan Pendidikan Islam* (Bandung: PT Refika Aditama, 2008), 13.

⁴³George R.Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen (Guide to Management)*, 13th ed. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 49.

tercapainya kegiatan tersebut sangat dipengaruhi sebuah perencanaan. Apabila perencanaan dirumuskan dengan baik, maka kegiatan yang dilaksanakan akan berjalan dengan baik. Namun, apabila perencanaan dirumuskan dengan kurang matang, maka hasilnya pun akan tidak memuaskan. Hal ini dapat mengakibatkan runtuhnya kepercayaan masyarakat.

b. Pengorganisasian hubungan masyarakat

Keterampilah adalah suatu hal yang harus dimiliki oleh seorang humas agar dapat melaksanakan kewajibannya. Baik itu keterampilan dari segi administratif maupun keterampilan memimpin sampai memberikan motivasi dan dorongan kepada masyarakat dalam lembaga dengan tujuan menciptakan lembaga pendidikan yang berkualitas.⁴⁴ Zulkarnain mendefinisikan pengorganisasian sebagai kegiatan mebagi-bagi tugas pada orang yang terlibat dalam kerjasama di lembaga pendidikan.⁴⁵ Sedangkan Hasan memaparkan penentuan, pengelompokan, dan pengaturan berbagai kegiatan, menetapkan struktural formal dari kewenangan dimana pekerjaan dikoordinasikan sedemikian rupa, untuk mencapai tujuan yang diinginkan.⁴⁶

⁴⁴George Terry. R, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), 9.

⁴⁵Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan* (Malang: UMM Press, 2010), 12.

⁴⁶Moh Hasan Afini Maulana, "Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan Pesantren," *ITQAN: Jurnal Ilmu-Ilmu Kependidikan* 10, no. 1 (2019): 147–166.

Dari berbagai pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian humas merupakan runtutan kegiatan program humas yang dijabarkan dalam struktural organisasi dengan mendelegasikan tugas dan wewenang terhadap seseorang untuk bertanggungjawab terhadap tugas yang diembannya. Pengorganisasian merupakan hal yang harus dilakukan , maka di dalam pengorgansasian ada pendelegasian dan diberikan tugas untuk bertanggung jawab terhadap tugas yang diembannya.

c. Pelaksanaan hubungan masyarakat

Kerjasama dalam manajemen sangat dibutuhkan guna mencapai tujuan dalam program manajemen itu.⁴⁷ Setiap organisasi diharuskan ada manajer yang bertujuan untuk menyusun dan mengatur segala kegiatan yang ada dalam organisasi dengan bantuan dari staff-nya. Zulkarnain mendefinisikan pelaksanaan dalam hal ini bertujuan untuk merangsang anggota organisasi agar melaksanakan tugasnya dengan sangat baik.⁴⁸ Sulistyorini menambahkan pelaksanaan merupakan kemampuan seseorang untuk memberikan kegairahan, kegiatan, pengertian, sehingga orang lain mau mendukung dan bekerja dengan sukarela.⁴⁹

⁴⁷Liya Megawati Yaya Ruyatnasih, *Pengantar Manajemen Teori, Fungsi Dan Kasus* (Yogyakarta: CV. Absolute Media, 2018), 14.

⁴⁸ Nasution, 13.

⁴⁹Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep, Strategi Dan Aplikasi* (Yogyakarta: Teras, 2009), 31.

Pelaksanaan perencanaan memiliki karakteristik tertentu, diantaranya adalah sebagai berikut:⁵⁰

- 1) Tempat untuk memulai perencanaan
- 2) Pengaruh dari elemen manusia, sukses atau kegagalan suatu rencana langsung berhubungan dengan cara para manusia di dalamnya melakukan tugas masing-masing. Hal ini terdiri dari beberapa hal:
 - a) Kepemimpinan (*leadership*), dapat dimaknai sebagai kemampuan mengarahkan untuk bekerjasama dengan kepercayaan serta tekun mengerjakan tugas-tugas yang diberi.
 - b) *Supervision*, bertujuan untuk mendapatkan gambaran tentang suatu keseimbangan kerja secara terpadu.
 - c) *Communication*, merupakan suatu cara untuk memudahkan manajemen. Dimana berkomunikasi merupakan suatu kerampilan yang harus dimiliki
 - d) *Motivating*, menyangkut soal perilaku manusia, dalam hal ini dapat diartikan sebagai mengusahakan supaya seorang dapat melaksanakan tugasnya dengan baik⁵¹
- 3) Proses percobaan dari perencanaan

Dari berbagai paparan mengenai pelaksanaan, dapat diambil kesimpulan bahwa kinerja adalah hubungan antara aspek pribadi yang

⁵⁰R.Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen (Guide to Management)*, 71.

⁵¹R.Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen (Guide to Management)*, 130.

timbul dari adanya pengaturan agar bahwahan mengerti dan pembagian kerja yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi yaitu membangun kepercayaan publik.

d. Evaluasi hubungan masyarakat

Evaluasi menurut George adalah suatu kegiatan yang terstruktur guna menentukan standar tujuan perencanaan, menyusun sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan yang dilakukan dengan standar, menentukan serta menyusun penyimpangan.⁵² Robinson menambahkan bahwa evaluasi merupakan proses memonitor aktivitas untuk mengetahui apakah individu dan organisasi memperoleh dan memanfaatkan sumber secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuannya.⁵³ Evaluasi juga merupakan suatu usaha untuk meneliti kegiatan-kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan. Terdiri dari beberapa indikator antara lain:⁵⁴

- 1) *Expectancy* (standar), merupakan sebuah standar yang timbul dari proses perencanaan.
- 2) *Performance* (ukuran pelaksanaan), hal ini dapat dilihat dengan melihat suatu perbedaan, antara apa yang diharapkan dengan apa yang telah diperoleh.

⁵²R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen (Guide to Management)*, 166.

⁵³Made Pidarta, *Manajemen Pendidikan Indonesia* (Jakarta: Bina Aksara, 1988), 168.

⁵⁴George dan Leslie W. Rue R. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen*, ed. Bunga Sari Fatmawati, Edisi Revi. (Bumi Aksara, 2019), 198-199.

- 3) Perbandingan, hal ini mengungkapkan suatu kuantitas yang dikenal dengan *feedback* umpan balik.
- 4) Pengawasan waktu, suatu sumber yang terbatas, maka harus menggunakan waktu dengan efektif.

Dari seluruh kegiatan evaluasi adalah yang terakhir sebab evaluasi adalah jembatan terakhir dalam rutin fungsional kegiatan-kegiatan manajemen. Kontrol adalah cara bagi manajer untuk mengetahui apakah tujuan organisasi tercapai. Dapat disimpulkan bahwa evaluasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan tujuan untuk menentukan apakah tujuan yang telah ditetapkan telah tercapai atau belum. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai alat pemantauan kegiatan yang akan datang agar tidak terjadi penyimpangan. Dengan adanya evaluasi, kegiatan pengelolaan ke depan akan selalu ditingkatkan.

3. Ruang Lingkup Manajemen Humas

Adapun ruang lingkup humas menurut Ruslan dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain melalui aktivitas sebagai berikut⁵⁵

- a. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Inilah yang dimaksud dengan menjadi bagian dari unit, instansi, perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang jurnalis harus mampu

⁵⁵Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), 79.

mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan citra negatif di masyarakat, sebelum kebijakan diimplementasikan oleh organisasi.

b. Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Hal ini yang dimaksud adalah publik atau masyarakat umum. Yang mana harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Dengan demikian peran serta ruang lingkup humas tersebut bersiat dua arah yaitu berorientasi ke dalam (*inward looking*), dan ke luar (*outward looking*). Kemudian Morissan menambahkan bahwa yang masuk dalam ruang lingkup manajemen humas adalah publisitas, pemasaran, *public affairs*, manajemen isu, lobi, dan hubungan investor.

- a. Publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya dipublikasikan ke media massa.⁵⁶ Publisitas lebih menekankan pada proses komunikasi satu arah sedangkan humas adalah komunikasi dua arah.⁵⁷ Publisitas merupakan salah satu alat dalam kegiatan humas, namun humas tidak akan berbuat banyak tanpa publisitas.
- b. Pemasaran, humas pada organisasi atau lembaga pendidikan yang bertujuan mencari keuntungan seperti lembaga pendidikan harus bekerja secara efektif dan menjadi bagian dari tujuan lembaga pendidikan untuk

⁵⁶Morissan, *Strategi Menjadi Humas Professional* (Jakarta: Purnama Media Group, 2018), 15.

⁵⁷R. Febrianty Juhji., Marantika, N., & Gumilar, *Manajemen Humas Sekolah* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020), 32.

memenangkan persaingan.⁵⁸ Pemasaran yang dilakukan humas sering kali melibatkan publisitas, melakukan *marketing relation*, *customer relation*, lewat iklan, dan sebagainya, yang mana pada akhirnya menuntun perusahaan untuk meraih tujuan utama yaitu keuntungan dan kesuksesan.

- c. *Public Affairs* dapat didefinisikan sebagai bidang khusus manajemen humas yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal agar dapat mempengaruhi kebijakan publik.⁵⁹ Definisi ini menunjukkan bahwa terdapat dua pihak yang menjadi fokus perhatian *public affairs*, yaitu pemerintah dan masyarakat lokal.
- d. Manajemen Isu merupakan upaya organisasi untuk melihat kecenderungan isu atau opini publik yang muncul di tengah masyarakat dalam upaya organisasi untuk memberikan tanggapan atau respons yang sebaik-baiknya. Tangapan yang baik diperlukan agar isu atau opini publik itu tidak berkembang secara negatif sehingga merugikan lembaga pendidikan atau tidak berkembang menjadi konflik yang tidak diinginkan.
- e. Lobi, ruang lingkup lobi ini bahwa humas harus melakukan pendekatan atau lobi dengan pihak tertentu. Dalam konteks ini, lobi sering diartikan sebagai bidang khusus humas yang bertugas membangun serta memelihara hubungan baik internal maupun eksternal.

⁵⁸Rosady, *Manajemen Humas Dan Manajemen Komunikasi (Konsep Dan Aplikasinya)*, 41.

⁵⁹Sholihah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu."

- f. Tugas yang bekerja pada perusahaan public disebut juga sebagai hubungan investor. Dalam hal ini ruang lingkupnya bisa terdiri dari keuangan, oleh karena itu dapat disebut sebagai *financial relations*. Tugas hubungan investor dilihat dari segi kehumasan adalah menaikkan nilai dari perusahaan, mengurangi biaya modal, dan meningkatkan kepercayaan.

4. Tugas dan Kewajiban Manajemen Humas

Mediator pendidikan antara pemimpin sekolah dengan masyarakat merupakan tugas dan kewajiban dari manajemen humas.⁶⁰ Humas adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan.⁶¹ Proses melakukan komunikasi antara lembaga dan masyarakat merupakan tugas humas.⁶² Dapat diambil ikhtisar bahwa humas merupakan hubungan antara lembaga dan masyarakat dengan tujuan tercapainya suatu hal yang dirumuskan⁶³.

Menurut Gassing dan Suryanto ada 3 tugas pokok yang dimiliki oleh humas, diantaranya adalah:⁶⁴

- a. Evaluasi dan analisis kecondongan perilaku masyarakat. Apapun yang diberikan oleh lembaga dapat memberikan dampak baik atau buruk

⁶⁰Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan* (Malang: UMM Press, 2010), 23.

⁶¹Elfridawati Mai Dhuhani, "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus Di Madrasah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon," *Jurnal Altizam* 1, no. 1 (2016): 31–54.

⁶²Muslimin, *Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian*, 23.

⁶³Sintiya Anggraini Irgi Fahreza, Lutfiah Azhar Nst, "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Sekolah Dasar (Studi Kasus Di SDN 040447 Kabanjahe)," *PEMA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2021): 82–87, <https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/pema>.

⁶⁴Syarifuddin S Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Penerbit Andi Offset, 2016), 127-128.

terhadap lembaga itu sendiri.⁶⁵ Oleh karena itu, masyarakat menjadi suatu hal utama dalam memberikan perhatian terhadap lembaga. Tahap selanjutnya baru menganalisis dan mengevaluasi untuk ditindak lanjuti.

- b. Himpunan kepentingan lembaga tidak menutup kemungkinan berbeda dengan kepentingan umum atau sebaliknya.⁶⁶ salah satu tugas humas lainnya adalah untuk mendamaikan berbagai jenis kepentingan organisasi dengan kepentingan publik.⁶⁷ Untuk menciptakan rasa saling percaya, saling pengertian dan menghormati. Jika ada kepentingan yang berbeda antara kedua belah pihak, humas dapat melakukan tugasnya untuk dapat membicarakan kepentingan tersebut dengan publik.
- c. Penilaian terkait program lembaga dengan kepentingan masyarakat. Evaluasi merupakan tugas humas yang berkaitan dengan kepentingan masyarakat. Hal ini terlihat dengan jelas bahwa tugas humas menjadi cukup luas. Karena dari hasil tersebut menjadi bahan pertimbangan lembaga untuk kepentingan lembaga itu sendiri.

Berbagai tujuan yang telah dipaparkan diatas bukan menjadi suatu batas pada bidang kehumasan, melainkan dapat dijadikan sebagai sebuah acuan. Karena, adakalanya sebuah lembaga mempunyai tujuan yang sama-sama telah ditentukan dan disepakati dengan seluruh anggotanya. Tetapi humas dalam

⁶⁵Suryanto, *Public Relations*, 23.

⁶⁶Fifin Priandono, "Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah Di Sekolah Menengah Kejuruan," *At-Ta'lim: Media Informasi Pendidikan Islam* 18, no. 2 (2019): 391–410.

⁶⁷I Gusti Ngurah Putra, *Manajemen Hubungan Masyarakat* (Yogyakarta: Penerbit UAJ, 1999), 18.

setiap lembaga pasti memiliki tujuan yang senantiasa mengharakan timbal balik yang positif dari masyarakat, agar kedepannya dapat disamakan dengan kegiatan lembaga dari tum humas dari lembaga tersebut. Seluruh tujuan humas melandaskan pada kode etik yang telah disepakati dan disetujui bersama.

B. Brand Image

1. Konsep *Brand Image*

Merek (*brand*) adalah nama, istilah, tanda, symbol, atau kombinasi dari semuanya itu yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual untuk untuk membedakannya dari produk atau barang pesaing.⁶⁸ Kolter dan Fox mendefinisikan *image* adalah gabungan dari gambaran, keyakinan, kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek.⁶⁹ Buchari Alma dalam bukunya mengartikan *image* sebagai kesan, perasaan, atau gagasan masyarakat tentang suatu perusahaan, individu, atau lembaga.⁷⁰ *Image* ini tidak dapat dicetak di pabrik sebagaimana sebuah barang cetakan, tetapi merupakan kesan yang diperoleh dengan memahami sesuatu.⁷¹ Image dapat dikaitkan dengan karakter manusia. Apabila seseorang tersebut

⁶⁸Philip Kolter, *Manajemen Pemasaran Indonesia*, Edisi Ke 1 (Jakarta: Erlangga, 2009), 29.

⁶⁹Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 83.

⁷⁰Buchari Alma, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan* (Bandung: Alfabetha, 2005), 92.

⁷¹Badrus Soleh dan Ali Nurhadi, Novela Angga Pratiwi, "Penarikan Minat Masyarakat Sebagai Wujud Strategi Kepala Sekolah Dalam Membangun Citra Positif Lembaga Di SMA Wachid Hasyim Pamekasan," *re-JIEM (Research Journal of Islamic Education Management)* 4, no. 2 (2021): 206–218.

terlihat baik, maka akan semakin menarik dan terlihat, hal ini akan menarik perhatian masyarakat.

Brand image didefinisikan oleh Kotler dan Keller sebagai persepsi konsumen tentang suatu merek yang mencerminkan asosiasi yang ada pada benak konsumen.⁷² Kriteria *brand image* yang bagus adalah pastinya akan terlindungi secara baik, harus dapat diingat dengan mudah, mudah dikenal, menarik dilihat, dan mempunyai manfaat yang dibutuhkan banyak orang.⁷³ *Image* yang baik di mata masyarakat sangat dibutuhkan oleh sebuah sekolah. *Image* sekolah yang baik akan merangsang minat masyarakat.⁷⁴ Oleh karena itu, branding harus kredibel dan relevan, serta menyiratkan sesuatu yang penting atau tipe orang yang menggunakan merek tersebut tanpa mempertanyakan terlebih dahulu orang yang menggunakan merek tersebut.

proses sebuah *brand* untuk memaksimalkan efektivitas sebuah iklan harus dibangun melalui gaya periklanan yang konsisten, serta menjaga kualitas yang konsisten dari lembaga tersebut. *Brand image* merupakan suatu tampilan produk, dalam islam sendiri penampilan produk tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran kuantitas maupun kualitas. Hal ini sesuai dengan QS Asy-Syuara': 181-183:

⁷²Kotler, *Marketing Managemen*.

⁷³Fahrurrozi, *Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam* (Semarang, 2012), 34.

⁷⁴Arya Pradana Damanik, Susy Alestriani Sibagariang, and Lasma Siagian, "Pengaruh Brand Image Dan Minat Terhadap Keputusan Siswa Sekolah Di SMP Negeri 2 Jawa Maraja Bah Jambi," *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 3, no. 3 (2022): 549–554.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”.

Firman Allah dalam al-Qur’an tersebut menegaskan bahwa menjaga kualitas produk menjadi hal penting agar tda merugikan penjual maupun pembeli. Dengan meningkatkan kualitas maka produk kita akan semakin dikenal oleh masyarakat.

Berdasarkan paparan diatas, dapat diambil ikhtisar bahwa menciptakan *image* positif di kalangan masyarakat pada lembaga pendidikan menjadi sebuah keharusan. Hal ini yang akan menggiring masyarakat dan membutuhkan waktu yang tidak sebentar. *Image* terbentuk dari banyak faktor diantaranya dari tampilan, reputasi, biaya, lokasi dan lain sebagainya.⁷⁵ Komponen-komponen itulah yang akan membentuk *image* baik positif maupun negatif dikalangan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

⁷⁵Fahrurrozi, 36.

2. Pengukuran Brand Image

Supaya *brand image* lembaga pendidikan menjadi jelas maka peneliti mengadaptasi dimensi pengukuran citra merek menurut Kotler dan Keller.⁷⁶

Dimensi ini kemudian dibawa ke dalam konteks pendidikan yang akan dijadikan tolak ukur *brand image* dalam memberikan kepuasan *stakeholder*.

- a. *Brand identity*, identitas disini maksudnya adalah fisik yang berkaitan dengan produk, dengan artian identitas sekolah yang dapat dibedakan dengan sekolah lain.
- b. *Brand personality, personality* merupakan sebuah karakter yang memiliki ciri khas tertentu.⁷⁷ Dalam artian lembaga pendidikan harus memiliki karakter seperti tegas, dinamis, berjiwa sosial dan lain sebagainya
- c. *Brand benefit and competence*, dilihat dari segi pendidikan, hal ini merupakan suatu nilai dan keunggulan yang disematkan pada lembaga pendidikan seperti nilai-nilai yang Islami dan terpercaya kualitas pelayanannya.
- d. Unik, mengadaptasi pendapat dari Kotler dan Keller dalam konteks pendidikan keunikan adalah ciri khas yang dimiliki oleh lembaga

⁷⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2013), 279.

⁷⁷Fajri Dwiyama, "Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing," *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 9, no. 2 (2019): 880–891.

pendidikan, hal ini merujuk pada pernyataan menteri pendidikan dan kebudayaan.⁷⁸

Image yang baik dapat menjadi sebuah asset, karena mempunyai dampak pada pendapat dari konsumen.⁷⁹ Gronroos mengidentifikasi terhadap empat peran *image* bagi organisasi meliputi:

- a. *Image* berbicara tentang harapan, seperti halnya kampanye pemasaran eksternal, seperti iklan, penjualan pribadi, dan dari mulut ke mulut. *Image* memiliki efek harapan.
- b. *Image* adalah sebagai penyaringan yang mempengaruhi pada kegiatan lembaga. Jika *image* baik, maka menjadi pelindung. Perlindungan hanya efektif untuk kesalahan kecil pada kualitas teknik dan fungsional yang tidak berakibat fatal.
- c. *Image* adalah fungsi dari pengalaman dan juga harapan konsumen. Ketika konsumen membangun harapan dan realitas pengalaman dalam bentuk pelayanan teknis maupun fungsional memenuhi *image* atau melebihi maka kepercayaan masyarakat bertambah.

⁷⁸Rachmat Kriyanto, *Public Relation Writing: Membangun Public Realltion, Membangun Citra Corporate* (Jakarta: Kencana Persada Group, 2008), 23.

⁷⁹Fatihah Akhmad Muadin dan Fannisa Nur, "Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di SD Islam Center Samarinda," *Eduthink: Jurnal Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2022): 96–105.

- d. Citra memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen, yaitu citra memiliki dampak internal terhadap organisasi, karena baik citra positif maupun negatif sangat mempengaruhi kinerja karyawan.⁸⁰

Melihat dari papparan diatas, dalam membangun hubungan yang baik membutuhkan lebih banyak usaha baik usaha dari segi internal maupun swig eksternal. Lembaga pendidikan juga harus mengkomunikasikan preposisi nilai lembaga kepada pelanggan. Segala bentuk komunikasi harus direncanakan dan dipadukan kedalam program komunikasi pemasaran yang diintegrasikan secara cermat.

3. Indikator *Brand Image*

Aaker memaparkan pendapatnya mengenai faktor dan personal sebagai awal terbentuknya suatu *brand image*, karena faktor lingkungan dan personal mempengaruhi persepsi seseorang.⁸¹ Indikator pembentuk *brand image* menurut Schiffman dan Kanuk antara lain⁸² :

- a. Kualitas yang ditawarkan oleh produsen dengan merek tertentu, dalam kaitannya dengan kualitas barang dan jasa yang diberikan oleh produsen, dan dalam kaitannya dengan kompetensi tenaga pengajar di dalamnya dan kemampuan lulusan serta kemudahan lulusan melanjutkan pekerjaan mereka.

⁸⁰Sustina, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003).

⁸¹and Marheni Eka Saputri Herliza, Radita, "Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung)," *eProceedings of Management* 3, no. 2 (2016).

⁸²L.G. Schiffman & L.L. Kanuk, *Consumer Behaviour*, 7th ed. (Prentice Hall Inc, 1997), 185

- b. Berkaitan dengan kesepakatan yang dibentuk oleh masyarakat yang akan dikonsumsinya. Hal ini berkesinambungan dengan dapat dipercaya dan diandalkan.
- c. Berguna dan bermanfaat, suatu produk atau jasa bisa dimanfaatkan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.
- d. Pelayanan, berkaitan dengan tugas produsen atau lembaga pendidikan dalam melayani konsumen atau pengguna layanan pendidikan
- e. Resiko berkaitan dengan untung dan rugi yang dialami oleh konsumen setelah melakukan atau memilih lembaga pendidikan.
- f. Harga, berkaitan dengan tinggi rendahnya biaya yang dikeluarkan konsumen dalam menempuh pendidikan kedepannya
- g. *Image* dari *brand* itu sendiri yang berupa pandangan, kesepakatan, dan informasi yang berkaitan dengan suatu brand.

Membentuk *brand image* membutuhkan dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu ketujuh faktor harus saling berkaitan satu dengan lainnya.⁸³ Setiap individu memiliki persepsi tersendiri, kemudian akumulasi dari persepsi tersebut melahirkan opini publik (*brand image*) lembaga tersebut.

4. Komponen Dalam Meningkatkan *Brand Image*

Sebuah *image* akan diperhatikan oleh publik secara bertahap, dari waktu ke waktu yang akhirnya publik berpandangan positif. Melalui pandangan

⁸³Renald Kasali, *Manajemen Public Realitions: Konep Dan Aplikasinya Di Indonesia* (Jakarta: Pustaka Utama Grafitty, 2003), 23.

positif publik akan mengkomunikasikan dengan lainnya. Hal itu merupakan langkah membangun *image* positif pada publik. Dengan demikian *image* lembaga pendidikan menjadi penentu terbentuk penilaian persepsi publik.⁸⁴ Seluruh anggota lembaga mempunyai tanggung jawab untuk selalu menjaga dan memperbaiki.⁸⁵ Sutisna mendefinisikan *image* atau citra sebagai realitas. Oleh karena itu jika komunikasi pasar tidak cocok dengan realitas, maka berdampak pada ketidakpuasan konsumen, sehingga konsumen berpersepsi buruk terhadap *image* organisasi.⁸⁶

Setiap lembaga pendidikan pastinya mempunyai identitas yang berbeda dalam pandangan masyarakat, karena sesungguhnya identitas lembaga memancarkan citra atau *image* kepada publiknya yang mana antara lain adalah bagi pengguna, komunitas, media, penyumbang dana, staff dan juga pemerintah sehingga terbentuklah *brand image* lembaga. Karena itu, *brand image* lembaga dibangun dari 4 area, adapun area yang dimaksud adalah produk (kualitas lulusan), kerjasama, tepat waktu, keaslian yang beragam, semangat anggota, fasilitas, iklan, hubungan perseorangan, brosur, program, serta identitas lembaga.⁸⁷

⁸⁴Sangga Cumbuan Kejora, "Manajemen Strategis Public Relations Dalam Upaya Membangun Citra Dan Meningkatkan Minat Masyarakat Di Lembaga Pendidikan Islam," *J-MPI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (2020).

⁸⁵Ahmad Firmansyah, *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Surabaya: Qiara Media, 2019), 23.

⁸⁶Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2003), 233.

⁸⁷Hudleston Jr Thomas, *Marketing The Applicant Questionnaire the College And University* (New Jersey: Inc.Publ, 1976), 214.

Image positif tentunya didasarkan pada bagaimana pola lembaga dalam mempertahankan dan terus meningkatkan eksistensinya.⁸⁸ Komponen diatas merupakan unsur penting yang harus terus dikembangkan melalui program-program yang berkualitas Untuk membangun *brand image* yang kuat memang banyak hal yang harus dilakukan. Selain juga harus mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, sebuah lembaga juga harus mampu menarik pelanggan baru. Sedangkan untuk menarik pelanggan baru dapat dilakukan dengan cara meningkatkan *brand awareness*, memperjelas *brand identity* dan memberikan keyakinan kepada calon pelanggan layanan yang diberikan benar-benar unggul, bermutu dan memiliki nilai yang tinggi.⁸⁹ Jika hal-hal tersebut dapat dilakukan dengan baik, maka diharapkan produk yang dimiliki akan memiliki nilai *trustworthiness* yang tinggi dibenak konsumen atau *stakeholder*.⁹⁰

Dengan demikian membangun *brand image terhadap* lembaga pendidikan mutlak diperlukan untuk menghadapi peluang sekaligus tantangan bagi lembaga-lembaga pendidikan khususnya yang berlabel Islam. *Brand image* yang positif merupakan tuntutan dari kecenderungan masyarakat atau *stakeholder*. Lembaga pendidikan yang terkenal dan merupakan

⁸⁸Syamsuddin, "Membangun Pelayanan Public Yang Prima: Strategi Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah," *Journal of Islamic Education Management* Vol. 4 (2018): 160–170.

⁸⁹Dwiyama, "Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing."

⁹⁰M Munir, "Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan," *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 2 (2022): 21–41.

kesayangan masyarakat selalu menjadi pilihan untuk menyekolahkan anak-anaknya. Maka membangun dimensi *brand image* pendidikan Islam yang meliputi segala aspek pendidikan (sebagaimana yang digariskan dalam 8 standar pendidikan) merupakan tulang punggung utama dalam mengembangkan *brand image* yang positif dalam benak *stakeholder*.

C. Program Unggulan

1. Konsep Program Unggulan Sekolah

Program unggulan merupakan pengembangan program dengan tujuan menghasilkan output (keluaran) yang unggul dalam pendidikan. Unggul dalam output meliputi penguasaan ilmu pengetahuan dan penguasaan kualitas dasar yang berupa kualitas daya fisik, kalbu serata daya pikir.⁹¹ Setiap sekolah memiliki program unggulan yang berbeda dengan sekolah lainnya. Hal itu dipengaruhi oleh kebijakan pengelolaan kepala sekolah dan pengarah guru terhadap peserta didik yang bertujuan untuk mereformasi kurikulum. Dengan demikian akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan dalam mengatasi problematika pendidikan, diantaranya dengan menanamkan kedisiplinan, komitmen serta wawasan keteladanan. Eko juga menjelaskan bahwa program unggulan berupa kegiatan-kegiatan yang direncanakan dengan dalam sebuah

⁹¹Bilqisti Dewi, "Peran Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Program Unggulan Madrasah," *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 3, no. 1 (2018): 77–88.

organisasi yang direncanakan sehingga pelaksanaan kegiatan tersebut dapat berlangsung secara berkesinambungan.⁹²

KBBI mendefinisikan program sebagai sebuah usaha dan rancangan yang akan dilaksanakan.⁹³ Selanjutnya unggulan dapat dimaknai sebagai sesuatu yang lebih, lebih pandai, kuat, tinggi, dan terbaik, sehingga dapat disimpulkan unggulan merupakan suatu hal yang lebih baik dari hal lainnya. Secara terminologis program unggulan adalah sebuah program yang dikembangkan sekolah untuk memperoleh output yang unggul dalam pendidikan. penpain output (keluaran) yang unggul tersebut harus selaras dengan pengarahannya input (masukan) untuk mencapai target output yang meliputi guru, tenaga pendidikan, proses pendidikan manajemen, layanan, serta sarana penunjang.

Program unggulan merupakan langkah-langkah sekolah yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas peserta didik, serta membangun kepercayaan pada *stakeholder*, orang tua, dan masyarakat secara umum terhadap lembaga pendidikan itu sendiri.⁹⁴ Lembaga pendidikan yang unggul mempunyai ciri-ciri sebagai berikut, yaitu; 1) kepemimpinan dan manajemen kuat; 2) kualitas sumberdaya yang unggul; 3) input siswa berkualitas; 4) sarana dan prasarana

⁹²Eko Putro Widoyoko, *Evaluasi Program Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 8.

⁹³“Kamus Besar Bahasa Indonesia,” n.d. <https://kbbi.web.id/program>.

⁹⁴Akhmad Masduqi, “Pengelolaan Program Unggulan Pendidikan Agama Islam Di Sekolah Menengah Kejuruan Berbasis Pesantren,” *At-Ta’Dib: Jurnal Ilmiah Prodi Pendidikan Agama Islam* 13, no. 1 (2021): 01.

yang mendukung, termasuk sistem asrama jika dimungkinkan; 5) kurikulum yang berkembang secara adaptif, termasuk ekstrakurikuler; 6) kerjasama lembaga dan dukungan masyarakat luas.

2. Tujuan dan Manfaat Program Unggulan Sekolah

Tujuan pengembangan program unggulan sekolah mengacu pada tujuan pendidikan nasional sebagaimana tercantum dalam UUSPN No.20 Tahun 2003 yaitu: menghasilkan manusia yang beriman dan bertakwa kepada Allah SWT, berbudi pekerti luhur, cerdas, mandiri, disiplin, kreatif, beretos kerja, terampil, profesional, produktif, serta berorientasi pada masa depan.⁹⁵

Disamping itu tujuan program unggulan antara lain untuk:

- a. Memberikan pelayanan khusus bagi peserta didik yang memiliki kecerdasan di atas rata-rata, sehingga minat dan bakatnya berkembang secara pesat.
- b. Mempersiapkan siswa yang bertakwa kepada Allah, berakhlakul karimah, cerdas, dan memiliki sikap sopan santun,
- c. Memberikan penghargaan bagi siswa yang berprestasi.
- d. Menghasilkan sumber daya manusia yang tangguh, imtek, dan imtaq.
- e. Mempersiapkan lulusan yang memiliki keunggulan ilmu pengetahuan, dan keterampilan sesuai dengan tingkat perkembangannya⁹⁶

⁹⁵Kementerian Republik Indonesia, “Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional” (n.d.).

⁹⁶Abdul Majid dan Dian Andayani, Pendidikan Agama Islam Berbasis Kompetensi (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).

Dari paparan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan serta manfaat program unggulan adalah wadah untuk melatih peserta didik sehingga menghasilkan peserta didik yang mampu bersaing dengan peserta didik lainnya dengan baik bidang akademik maupun non akademik. Selain itu, adanya pengembangan program unggulan berdasarkan nilai dasar spiritual akan memiliki nilai tersendiri. Hal itu disebabkan karena sekolah tidak hanya fokus pada ilmu pengetahuan tapi juga mengedepankan akhlak.

3. Evaluasi Program Unggulan Sekolah

Aspek-aspek yang berkaitan dengan pengembangan program unggulan, diantaranya:

a. Input (masukan)

Input adalah kebutuhan primer sekolah untuk berlangsung kegiatan belajar mengajar berupa sumber daya (siswa), berbagai perangkat lunak serta alat dan pemandu yang dapat membantu bagi berlangsungnya proses pembelajaran. Sehingga tujuan sekolah menghasilkan lulusan yang unggul sesuai dengan tujuan madrasah tersebut.

b. Kompetensi guru dalam pembelajaran

Kompetensi merupakan perilaku yang rasional untuk mencapai suatu tujuan sesuai dengan kondisi yang diharapkan. Sedangkan kompetensi guru merupakan kemampuan guru dalam melaksanakan kewajiban dan

tanggung jawab.⁹⁷ Berikut kompetensi yang harus dimiliki guru dalam mengembangkan keunggulan lembaga pendidikan yaitu:

1) Kompetensi Pedagogik

Kompetensi pedagogik adalah kemampuan mengelola pembelajaran siswa, pengembangan siswa untuk mengaktualisasikan berbagai potensi yang dimilikinya.⁹⁸ Guru diharuskan untuk menyamoaikan pengetahuan, keterampilan serta sikap umum kepada peserta didik untuk menghadapi hidup dimasa depan.

2) Kompetensi Kepribadian

Kompetensi kepribadian adalah kemampuan kepribadian yang berakhlak mulia dewasa, mantap, beribawa, stabil, arif, serta menjadi teladan bagi peserta didik. Sedangkan kompetensi kepribadian meliputi pribadi yang memiliki akhlak mulia, religious, mantap, dewasa dan stabil, bijaksana dan arif, menjadi teladan, mengevaluasi kinerja sendiri, mengembangkan diri.

3) Kompetensi Profesional

Kemampuan profesional merupakan kemampuan menguasai dan mendalami materi pembelajaran sehingga dapat mendidik peserta

⁹⁷Muahmmad Ulum, "Strategi Peningkatan Mutu Sekolah Menengah Kejuruan Pasca Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2008.," *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 27, no. 1 (2017): 69–91.

⁹⁸Meila Hayudiyani et al., "Strategi Kepala Sekolah Meningkatkan Mutu Pendidikan Melalui Program Unggulan Sekolah," *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* 8, no. 1 (2020): 89–95.

didil sesuai standar kompetensi yang ditetapkan dalam standar nasional pendidikan. Guru tidak sekedar mengetahui materi yang akan diajarkan, tetapi memahaminya secara luas dan mendalam. Oleh karena itu, guru diharuskan untuk selalu belajar, memperdalam pengetahuan terkait mata pelajaran yang diampu.

4) Kompetensi Sosial

Kompetensi sosial merupakan kemampuan guru sebagai bagian dari masyarakat untuk berkomunikasi dan bergaul secara efektif dengan siswa, tenaga kependidikan, sesama pendidik, wali murid atau orang tua dan masyarakat sekitar. Guru perlu memiliki kompetensi sosial, hal itu bertujuan untuk membangun hubungan sekolah sebagai penyelenggara proses belajar mengajar yang efektif dengan masyarakat. Karen faktor lancarnya hubungan sekolah dengan masyarakat dengan adanya kemmapuan sosial guru.

c. Kurikulum dan Output

Penggunaan kurikulum dalam program unggulan bertujuan untuk mempersiapkan perencanaan program unggulan dengan baik sesuai kemampuan siswa sehingga program tersebut dapat terarah karena sekolah unggul selaras dengan lulusan yang unggul juga. Sedangkan output merupakan kinerja sekolah, kinerja sekolah sebagai prestasi sekolah yang dihasilkan dari perilaku maupun prsesos yang dilakukan sekolah. Pengukuran kinerja sekolah bisa dilihat dari kualitas, efektivitas,

produktivitas, efisien, inovasi, kualitas kehidupan dan moral kerja sekolah tersebut.

D. Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* Melalui Program Unggulan

1. Perencanaan Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan *Brand Image*

Perencanaan (*planning*) merupakan sebuah pendekatan yang terorganisir untuk menghadapi problem-problem pada masa mendatang.⁹⁹ Melalui perencanaan yang dikelola secara profesional, Humas dapat mengelola aktivitas-aktivitas sehingga terorganisir dengan baik.¹⁰⁰ Disamping itu, dengan adanya pertukaran pendapat, informasi, dan pesan yang jelas, dan mudah dimengerti baik melalui sistem saluran, media massa atau bentuk media non-massa lainnya akan mewujudkan komunikasi yang searah antara humas dengan masyarakat umum. Melalui pertukaran informasi humas mengharapkan terciptanya citra (*good image*), kemauan baik (*good will*), saling menghargai, saling timbul pengertian, toleransi antara kedua belah pihak humas dan masyarakat umum.¹⁰¹

Langkah-langkah yang harus dipersiapkan Humas dalam merencanakan program sekolah, yaitu:

⁹⁹George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 46.

¹⁰⁰Permana Octofrezi, "Problematika Manajemen Kesiswaan, Personalia Dan Humas Beserta Pemecahan Masalahnya Di Sekolah Dasar (Studi Riset Di SD Intis School Yogyakarta)," *Jurnal Al-Fahim: Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2019), <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents?q=manajemen+humas&from=2019&to=2023>.

¹⁰¹Rosadi Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 147.

- a. Menetapkan tujuan, tujuan ini harus didefinisikan dan diberitahkannya sedemikian rupa sehingga tujuan-tujuan tersebut dapat digunakan sebagai suatu ukuran keberhasilan atau kegagalan.
- b. Merumuskan situasi yang terjadi saat ini, disamping jelasnya tujuan yang akan dicapai dan sumber daya yang tersedia, memahami keadaan yang terjadi saat ini merupakan hal sangat penting dalam merencanakan sebuah program. Hal itu disebabkan tujuan dan rencana menyangkut waktu yang akan datang harus berjalan searah.
- c. Mengidentifikasi kemudahan dan hambatan, hal itu bertujuan untuk mengukur kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan yang akan direncanakan.

Perencanaan program kerja dalam manajemen humas bertujuan untuk terciptanya harmonisnya hubungan antar lembaga pendidikan dengan masyarakat, sehingga tujuan yang diharapkan berupa *brand image*, kemauan yang baik, saling menghargai, toleransi antara kedua belah pihak yang terkait terwujud dengan baik. Hal ini dapat dilakukan dengan mengedepankan program unggulan sebagai promisi utama terhadap masyarakat. Menciptakan *Brand Image* sekolah bisa dengan melalui program unggulan, karena bisa menjadi identitas atau ciri khas (*brand identity*) lembaga pendidikan tersebut.

2. Pelaksanaan Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan *Brand Image*

Dalam bukunya *Principles of Management* George R. Terry mendefinisikan pelaksanaan atau pergerakan sebagai cara mendorong dan membangkitkan seluruh anggota kelompok agar berusaha dengan keras, ikhlas dan selaras dengan rencana awal untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.¹⁰² Kontribusi yang baik, *organizing*, pelaksanaan serta pengawasan yang baik akan mencapai tujuan yang sudah ditentukan. Berikut beberapa faktor yang diperlukan dalam proses pergerakan yaitu:

- a. Kepemimpinan (*Leadership*), pemimpin bertugas merealisasikan rencana menjadi kegiatan, sehingga rencana-rencana menjadi kenyataan. Kemampuan menentukan tindakan-tindakan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan lembaganya harus dimiliki setiap pemimpin.
- b. Komunikasi (*Communication*), komunikasi menjadi hal utama bagi seorang manajer. Komunikasi sebagai timbal balik antara pimpinan dengan bawahan sebagai pelaksana kegiatan sehingga sebuah organisasi mencapai tujuan yang direncanakan.¹⁰³
- c. Pengawasan (*supervision*), hal ini merupakan proses dasar. Pengawasan berfungsi sebagai pengontrol pertimbangan keberhasilan dan kegagalan dari segi tujuan yang sudah ditetapkan.

¹⁰² R.Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*.

¹⁰³ Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Persada Group, 2009), 78.

- d. *Motivating* (motivasi), sifat dari *actuating* yaitu motivasional dan mencakup lebih banyak formulasi formal dan rasional.¹⁰⁴ Merangsang dan menginspirasi anggota di tempat kerja berguna untuk memberikan kontribusi terbaik dari kemampuan mereka guna mencapai tujuan organisasi.

Implementasi program kehumasan tidak hanya dilakukan dengan program yang bersifat komunikasi melainkan juga program yang bersifat tindakan.¹⁰⁵ Pelaksanaan kegiatan manajemen humas pada lembaga pendidikan ada 2 yaitu membina hubungan ke dalam dan juga ke luar.¹⁰⁶

- a. Pelaksanaan kegiatan humas secara internal (masyarakat dalam sekolah)

Kegiatan internal bertujuan untuk mempererat hubungan. Hal itu berfungsi untuk melancarkan tugas-tugas harian sehingga berdampak pada harmonisnya hubungan.¹⁰⁷ Membina hubungan yang terarah dan efektif kepada semua pihak, tidak hanya dalam hubungan kerja tetapi juga di luar kerja didasari rasa kekeluargaan menjadi kunci dalam mewujudkan suasana yang harmonis.

- b. Pelaksanaan kegiatan humas secara eksternal (masyarakat, lembaga instansi luar, media massa)

¹⁰⁴ R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, 18.

¹⁰⁵ I Gusti Ngurah Putra, *Manajemen Hubungan Masyarakat* (Yogyakarta: Penerbit UAJ, 1999), 30.

¹⁰⁶ Eka Khoirunnisa and Denas Hasman Nugraha, "Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Hubungan Baik Antara Sekolah Dengan Wali Siswa Di SD IT Harapan Bunda Semarang Jawa Tengah," *AL-FAHIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2019): 1–23.

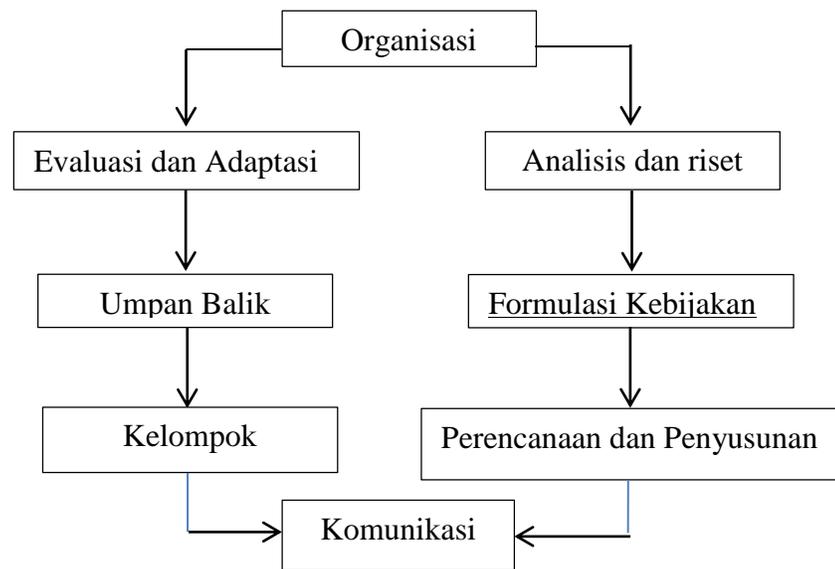
¹⁰⁷ Rosadi, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, 23.

Tujuan pelaksanaan kegiatan humas secara eksternal untuk mempererat hubungan dan masyarakat, atau instansi luar lembaga. Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan citra yang positif tentang lembaga pendidikan.¹⁰⁸ Sehingga, masyarakat percaya dan mendukung terhadap program yang ada di lembaga tersebut. pelaksanaan Humas meliputi beberapa kegiatan antara lain berupa:

- 1) Pengenalan kepada masyarakat tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan pada lembaga tersebut.
- 2) Kebijakan yang berkaitan dengan akademis, keuangan, dan sebagainya disosialisasikan kepada masyarakat secara intensif agar tidak ada kekeliruan dalam persepsi.
- 3) Kegiatan yang dilaksanakan di lingkungan lembaga pendidikan di beritakan melalui internet serta bekerjasama dengan unit yang akan di akses.
- 4) Mengadakan pertemuan dengan masyarakat jika dirasa ada hal yang perlu disampaikan terkait kebijakan lembaga.
- 5) Mengekspos pemikiran pakar pendidikan yang ada di lingkungan lembaga tersebut.
- 6) Bahan informasi yang disampaikan jujur dan objektif sehingga dapat mempertahankan nama baik lembaga pendidikan.

¹⁰⁸Dian Iskandar Jaelani, "Manajemen Public Relations (Humas) Pendidikan Islam: Kajian Tematik Al Quran Dan Hadits," *Istawa: Jurnal Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2019): 57.

Ruslam memaparkan terlaksananya suatu program humas yang efektif, berhubungan erat dan tidak dapat dipisahkan dengan tahap-tahap proses kerja humas yang dipaparkan diatas. Berikut gambar dari langkah-langkah proses kerja manajemen humas.



Gambar 2.1 Langkah-Langkah Manajemen Humas

Dalam pelaksanaannya fungsi humas sebagai pencipta harmonisnya hubungan antar sesama tenaga maupun ke luar lingkup lembaga pendidikan. Dengan demikian, tujuan pengelolaan program humas meliputi peningkatan dan pertahanan eksistensi lembaga pendidikan itu sendiri. Disisi lain untuk mengembangkan *brand image* atau citra lembaga yang unggul dan juga *parthnership* untuk lebih dekat dengan masyarakat, sehingga tercipta *image* positif untuk lembaga.

3. Evaluasi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan *Brand Image*

Sebuah organisasi tentu ingin mengetahui dampak atau pengaruhnya terhadap *public* atau khalayak setelah program dilaksanakan. Pada tahap ini, humas mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program kerja atau aktivitas humas yang telah dilaksanakan, serta keefektifitasan dari teknik-teknik manajemen dan komunikasi yang dipergunakan. Evaluasi humas pada lembaga pendidikan berperan penting untuk mengetahui perkembangan, kemajuan, dan kemunduran program yang dijalankan sehingga dapat ditindak lanjuti. Hal itu sebagai langkah improvisasi organisasi pendidikan menuju kearah yang lebih maju.

Pengawasan atau *Control* berperan penting dalam manajemen. Karena pengawasan berfungsi untuk menguji apakah pelaksanaan kerja terlaksana secara, terarah atau sebaliknya. Walaupun *planning, organizing, actuating* baik, tetapi apabila, maka tujuan yang telah ditetapkan tidak akan tercapai. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam proses dari pengawasan sebagaimana yang dikemukakan George R. Terry, sebagaimana berikut:

- a. Penentuan standard atau dasar pengawasan (*Determining the standard or basis for control*).
- b. Tolak ukur pelaksanaan (*Measuring the performance*).
- c. Perbandingan antara pelaksanaan dengan standard dan temukan jika ada perbedaan (*Comparing performance with the standard and ascerting the difference, it any*).

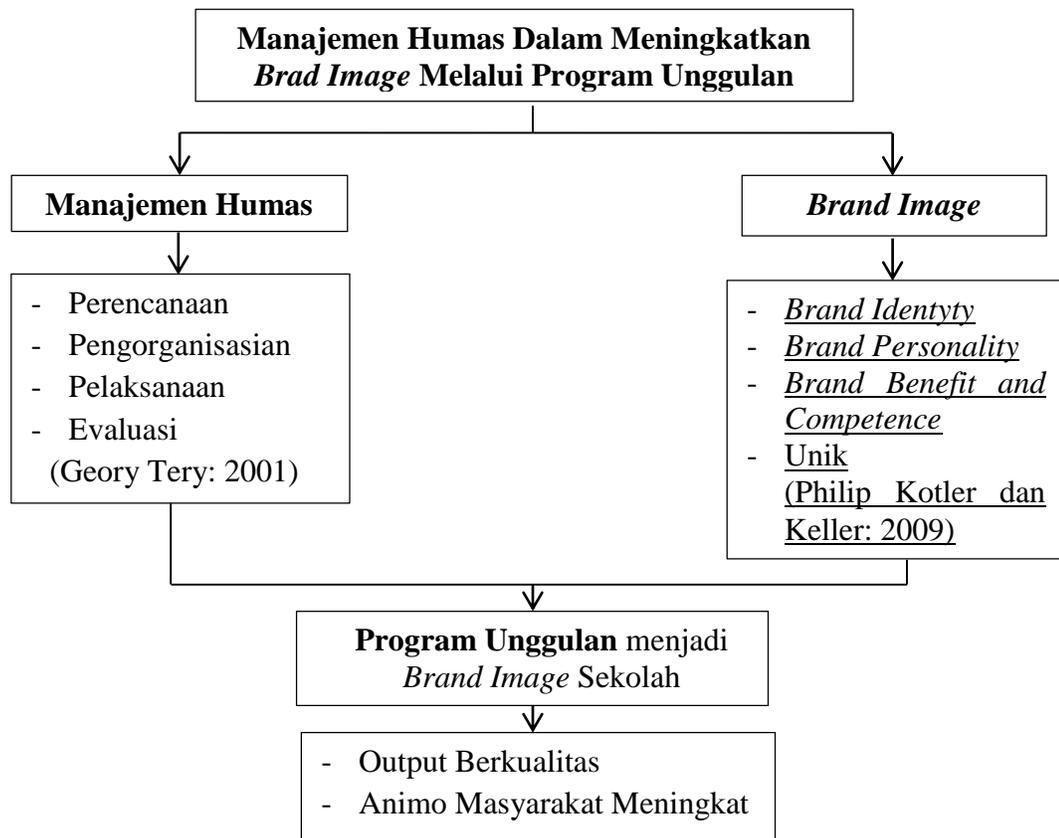
- d. Perbaiki penyimpangan dengan tindakan yang tepat (*Correcting the deviation by means of remedial action*).

Penilaian yang dilakukan pihak sekolah atau divisi humas menjadi dasar penentu keberhasilan sebuah program di lembaga pendidikan.¹⁰⁹ Dengan demikian, evaluasi humas di lembaga pendidikan berperan penting penting dalam terlaksananya program yang ada di lembaga, salah satunya yakni program unggulan yang bisa menjadi ciri khas dari lembaga pendidikan. Dengan adanya evaluasi dapat melihat program yang sudah terlaksana dengan baik dan kurang baik

E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir sebagai ringkasan pengembangan alur pemikiran peneliti dalam penelitian yang akan dilakukan, hal itu berguna untuk pemecahan masalah yang berlandaskan teori yang di kaji. Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁰⁹Minarti, 313.



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Sebagai upaya untuk menggali dan menganalisis manajemen Humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus dengan rancangan multisitus. Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang mana peneliti mengamati tulisan orang serta perilaku seseorang yang sesuai dengan penelitiannya, sehingga data yang dihasilkan berupa data deskriptif.¹¹⁰ Alasan peneliti memilih kualitatif adalah karena pengumpulan data berdasarkan lapangan melalui konteks pengamatan yang natural serta alami, peneliti juga terlibat langsung di lokasi.

Dalam menggambarkan fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat secara sistematis, peneliti menggunakan studi multisitus.¹¹¹ Sehingga peneliti mudah dalam memecahkan masalah penelitian. Sedangkan untuk mengamati situasi sosial yang terjadi di tempat penelitian, peneliti melakukan interaksi langsung dengan subjek penelitian yang sudah direncanakan meliputi kepala sekolah, waka kurikulum, waka humas, wali murid dan masyarakat sekitar.

¹¹⁰Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2014), 44.

¹¹¹Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan: Metode Dan Paradigma Baru* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 21

Penelitian ini berlokasi di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya yang mana kedua lembaga itu memiliki banyak kesamaan, sebagaimana berikut:

Tabel 3.1 Tabel persamaan kedua lembaga

Unsur Manajerial	
SMA Khadijah Surabaya	SMA Muhammadiyah 2 Surabaya
Yayasan setara dengan Dinas Pendidikan	Majelis daerah wilayah
Kepala Sekolah diawasi Komite Sekolah	Kepala Sekolah diawasi Komite Sekolah
Unit Penjaminan Mutu	Unit Penjaminan Mutu
Wakil Kepala Sekolah	Wakil Kepala Sekolah
Sistem Pendidikan	
SMA Khadijah Surabaya	SMA Muhammadiyah 2 Surabaya
Integrasi pembelajaran agama dan umum	Integrasi pembelajaran agama dan umum
<i>Boarding School</i>	<i>Boarding School</i>
Kurikulum	
SMA Khadijah Surabaya	SMA Muhammadiyah 2 Surabaya
Kurikulum Nasional (Merdeka, K.13)	Kurikulum Nasional (Merdeka, K.13)
Kurikulum Muatan Lokal	Kurikulum Cambridge
Kurikulum CIEC	Kurikulum Muhammadiyah
Kurikulum agama terpadu (Diknas, Kemenag, LP Ma'arif dan YTPSNU Khadijah)	
Program Unggulan	
SMA Khadijah Surabaya	SMA Muhammadiyah 2 Surabaya
Kurikulum Cambridge	Kurikulum Cambridge
Program keagamaan (kitab kuning, sertifikasi Al Qyran, pengambilan masyarakat)	Program internasional (sister school, study ekskursi, student exchange, dll)
Pertukaran belajar	

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti sebagai instrumen (pewawancara dan pengamat) sehingga kehadiran dan keterlibatannya tidak dapat digantikan oleh alat lain. Oleh karena itu validitas dan reliabilitas data kualitatif tergantung pada ketrampilan

metodologis, kepekaan dan integrasi peneliti.¹¹² Tahapan kehadiran peneliti di lokasi penelitian berupa *exploration*, *cooperation*, dan *participation*.¹¹³

Tahapan yang ditempuh peneliti dalam melakukan penelitian:

1. Peneliti mengamati program unggulan dan mewawancarai Humas sekolah terkait peningkatan *brand imange* melalui program unggulan.
2. Peneliti melakukan praobserfasi terkait peningkatan *brand imange* melalui program unggulan.
3. Peneliti mengumpulkan data yang diperlukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Tabel 3.2 Kehadiran Peneliti di SMA Khadijah

No	Waktu	Kegiatan	Subjek yang diteliti	Informan
1	6 Maret 2023	Wawancara	Program Humas (<i>Branding</i>), program unggulan	Kepala sekolah, Waka Humas,
			<i>Brand Image</i>	Wali Murid, Humas
			Program Unggulan	Penanggung jawab cambridge
		Dokumentasi	Profil sekolah, prestasi, kalender akademik	Penanggung jawab
2	7 Maret 2023	Wawancara	Program Unggulan	Penanggung jawab keagamaan
3	8 Maret 2023	Observasi	Kegiatan Humas dan program unggulan	Humas, Penanggung jawab program unggulan
4	9 Maret 2023	Observasi	Mengamati sosial media sekolah	Instragram, Web, Tik tok, Youtube, Sms

Tabel 3.3 Kehadiran Peneliti di SMA Muhammadiyah 2

No	Waktu	Kegiatan	Subjek yang diteliti	Informan
1	3 April 2023	Wawancara	Program Humas (<i>Branding</i>), program unggulan	Waka Humas

¹¹² Dede Oetomo, *Penelitian Kualitatif: Aliran Dan Tema*, Dalam *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, Bagong Suyanto and Sutinah (Ed.) (Jakarta: Kencana Persada Group, 2007).

¹¹³ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*, Edisi 4. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016).

		Dokumentasi	Kegiatan pembelajaran program internasional	Waka Humas
2	12 Mei 2023	Wawancara	<i>Branding</i> , Program Unggulan	Kepala sekolah, Penanggung jawab program internasional
3	15 Mei 2023	Observasi	Mengamati sosial media sekolah	Instragram, Web, Tik tok, Youtube, Sms
4	19 Mei 2023	Wawancara	<i>Branding</i>	Wali Murid

C. Lokasi Penelitian

Peneliti memilih dua tempat di SMA Khadjah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya. Tempat ini berada di pusat kota, dimana SMA Khadijah terletak di jl Ahmad Yani, No 2-4 Surabaya dan SMA Muhammadiyah 2 terletak di jl Pucang Anom No.91, Kertajaya, Surabaya.

Peneliti memilih SMA Khadijah karena disana merupakan lembaga pendidikan Nahdhotul Ulama di Surabaya yang menjadi pusat sertifikasi *Cambridge* atau CIEC (*Cambridge International Examination Center*). Selain menerapkan program unggulan berupa *cambridge*, SMA Khadijah juga menerapkan kurikulum dari diknas yakni kurikulum 2013 serta kurikulum merdeka, namun tidak melupakan pembelajaran tradisional Nahdhotul Ulama'. SMA Khadijah juga mempunyai kegiatan unggulan yang sampai saat ini masih menjadi komponen penting di antaranya adalah kemampuan dan konsistensi untuk terus mempertahankan pola pengajaran dan pendidikan agama yang berbasis pada kurikulum terpadu (Diknas, Kemenag, LP Maarif, dan YTPS NU Khadijah). Hal ini tidak memungkiri akan semakin banyaknya minat masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di SMA Khadijah

Adapun peneliti memilih SMA Muhammadiyah 2 Surabaya karena sudah berdiri sejak 1975, merupakan Rintisan Sekolah Berstandar Nasional (RSBI) dan juga sistem pembelajaran berbasis ITC serta membuka kelas Internasional dengan bahasa pengantar 100 % bahasa Inggris. Disamping itu SMA Muhammadiyah 2 Surabaya juga memiliki jaringan kerja dengan sekolah baik lembaga luar negeri di Negara bagian victoria Australia. Jumlah guru di SMA Muhammdiyah 2 berjumlah 77 dengan 44% guru berpendidikan S2. Kemudian 76% lulusan SMA Muhammdiyah 2 melanjutkan Studi di PTN, Kedinasan bahkan Universitas luar negeri. Berbagai ekstrakurikuler juga menjadi program unggulan dari SMA Muhammdiyah 2 ini. Diantaranya ada ekstrakurikuler organisasi, bahasa, seni, olahraga, desain komunikasi visual dan teknologi sampai ekstrakurikuler pilihan

D. Data dan Sumber Data

Informasi berkaitan dengan objek dan fokus penelitian merupakan data yang harus digali peneliti.¹¹⁴ Terdapat 2 data yang perlu digali peneliti, yaitu: pertama data primer berupa langkah-langkah, hasil serta dampak dari manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* melalui tahap wawancara dan observasi melalui Kepala Sekolah, Waka Kurikulum, Waka Humas, wali murid, serta masyarakat sekitar. *Kedua*, data sekunder berupa dokumentas berupa kegiatan yang berhubungan dengan manajemen humas dalam meningkatkan *brand image*

¹¹⁴M Djunaidi Ghony dan Fauzan Al-Mansur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012).

melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya.

Tabel 3.4 Data dan Jenis Data

No	Fokus	Jenis Data	Sumber Data
1	Perencanaan program humas dalam meningkatkan <i>brand image</i> melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya. a. Menetapkan tujuan b. Merumuskan situasi c. Mengidentifikasi kemudahan dan hambatan	Dokumen: Sekolah Gagasan: Kepala Sekolah, Waka Kurikulum dan Waka Humas	Kepala Sekolah, Waka Kurikulum dan Waka Humas
2.	Implementasi program humas dalam meningkatkan <i>brand image</i> melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya a. <i>Leadhershship</i> b. <i>Supervision</i> c. <i>Communication</i> d. <i>Motivating</i>	Dokumen: Sekolah Gagasan: Kepala Sekolah, Waka Kurikulum, Waka Humas Pemikiran: Wali Murid dan Masyarakat	Kepala Sekolah, Waka Kurikulum, Waka Humas, Wali Murid dan Masyarakat
3	Evaluasi program humas dalam meningkatkan <i>brand image</i> melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya a. Standar pengawasan b. Pengukuran kinerja c. Perbandingan d. Koreksi	Dokumen: Sekolah Gagasan: Kepala Sekolah, Waka Kurikulum, Waka Humas, Waka Kesiswaan Pemikiran: Wali Murid dan Masyarakat sekitar	Kepala Sekolah, Waka Kurikulum, Waka Humas, Wali Murid dan Masyarakat

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari 3 teknik yang bertujuan untuk memperoleh kevalidan data serta kesesuaian data dengan fokus penelitian, sebagaimana berikut:

1. Observasi merupakan langkah peneliti yang mengharuskan terjen lapangan untuk pengamatan objek penelitian meliputi ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda, peristiwa dan tujuan.¹¹⁵ Observasi dilakukan secara terstruktur secara langsung dan tidak langsung di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya dengan mengamati dan menginvestigasi manajemen Humas dalam meningkatkan *brand image* sekolah melalui program unggulan. Hal itu bertujuan untuk melengkapi dan memperkuat data penelitian.¹¹⁶

Adapun tahapan observasi pertama peneliti menggali data secara tidak langsung melalui web sekolah SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya serta sosial media (instagram). Kemudian kedua, peneliti menggunakan observasi secara langsung dengan mengunjungi lokasi untuk mengamati dampak manajemen sekolah dalam meningkatkan *brand image*. Pengamatan peneliti berupa melihat jumlah pendaftar, prestasi akademik dan non akademik, melalui hal itu peneliti dapat menilai minat masyarakat kepada sekolah tersebut.

2. Wawancara, selanjutnya untuk melengkapi dan memperkuat hasil observasi serta untuk mendapatkan informasi langsung dari objek penelitian dengantanya jawab, peneliti melakukan wawancara.

¹¹⁵M Djunaidi Ghony dan Fauzan Al-Mansur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012).

¹¹⁶Burhan Bugin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana Persada Group, 2007).

3. Dokumentasi, sebagai bukti penguat peneliti secara imperis. Peneliti mengumpulkan dan menyelidiki dokumne sekolah yang berhubungan dengan manajemen humas, *brand imange*, serta program unggulan berupa gambar, buku-buku, serta portofolio.¹¹⁷

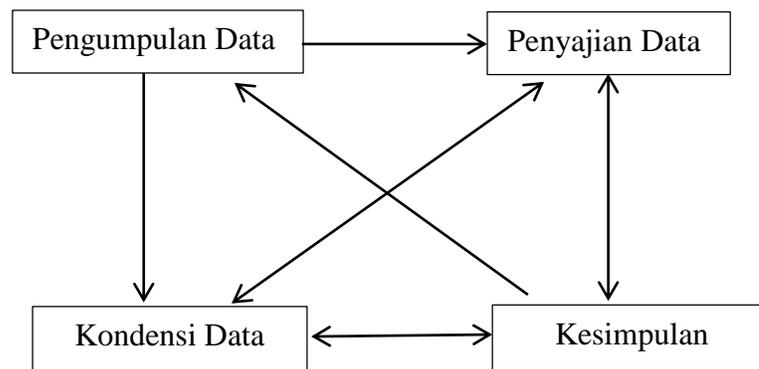
Tabel 3.5 Pengumpulan Data

Sumber Data	Metode Pengumpulan Data	Instrumen
Kepala Sekolah	Wawancara, Observasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ciri khas yang ditonjolkan oleh sekolah 2. Siapa saja yang terlibat dalam perencanaan program humas 3. Upaya sekolah dalam mempertahankan <i>brand image</i> melalui program unggulan 4. Dampak dari program unggulan untuk mempertahankan <i>brand image</i>
Waka Kurikulum	Wawancara, Observasi, Dokumentasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Program unggulan yang dilaksanakan sekolah 2. Dampak dari adanya program unggulan 3. Adanya program unggulan dapat mempertahankan serta meningkatkan <i>brand image</i> sekolah atau tidak
Waka Humas	Wawanciara, Observasi, Dokumentasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Upaya sekolah dalam mempertahankan dan meningkatkan <i>brand image</i> 2. Bagaimana sekolah melakukan publisitas 3. Dampak dari sekolah dengan adanya <i>brand image</i> sekolah 4. Inovasi baru yang dilakukan sekolah untuk mempertahankan <i>brand image</i> 5. Media apa saja yang digunakan, serta bagaimana melakukan komunikasi (pemasaran).
Wali murid dan masyarakat	Observasi, Wawancara, Dokuementasi, peristiwa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan terhadap sekolah 2. Apakah sekolah mempunyai ciri khas tersendiri, sendiri animo masyarakat begitu tinggi 3. Nilai keunggulan dari sekolah, sehingga tertarik terhadap sekolah 4. Apakah diikut sertakan dalam kegiatan sekolah?

¹¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Rnd* (Bandung: Alfabetha, 2016), 37.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yang dilakukan mengikuti Miles dan Huberman, hal itu dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.¹¹⁸ Peneliti menyusun dan memilah hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi serta catatan lapangan yang berhubungan dengan fokus penelitian. Kemudian dari data tersebut peneliti menyimpulkan hasil penelitian sehingga dengan mudah dipahami.¹¹⁹ Siklus dari Miles dan Huberman dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1

Siklus Interaktif Proses Analisis Data Penelitian Kualitatif

Berikut tahapan analisis data yang dilakukan peneliti:

1. Kondensi data; Peneliti merangkum, memilih, serta menfokuskan hasil data penelitian berdasarkan tema. Sehingga hasil data dapat tergambar dengan jelas¹²⁰. Hasil wawancara dari Kepala sekolah, Waka Kurikulum, Waka

¹¹⁸Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Ed. Tjetjep Rohedi Rosidi (Jakarta: Universitas Indonesia (UI- Press), 2014).

¹¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Rnd*.

¹²⁰Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 34.

- Humas, Wali Murid serta Masyarakat sekitar direduksi sehingga menghasilkan catatan lapangan.
2. Penyajian data, peneliti menguraikan hasil penelitian teks deskriptif,¹²¹ disamping itu grafik, matrik dan tabel juga bisa menjadi pilhan peneliti dalam menyajikan data.¹²² Peneliti menyusun dengan sistematis berdasarkan manajemen humas dalam meningkatkan *brand imange* melalui program unggulan untuk memudahkan peneliti dalam mengambil kesimpulan.
 3. Penarikan kesimpulan; untuk menghasilkan kesimpulan yang kredibel, didukung oleh peneliti yang konsisten mellaui wawancara, observasi, dan dokumentasi di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya.

Tabel 3.6 Analisis Data

Analisis Data	Langkah yang dilakukan
Pengumpulan Data	Peneliti melakukan observasi Peneliti melakukan wawancara Peneliti melakukan dokumnetasi
Kondensasi Data	Peneliti akan merangkum, Penliti memilih hal-hal yang pokok, Peneliti menfokuskan pada hal-hal yang penting Peneliti mencari tema dan pola
Penyajian Data	Peneliti menyajikan data berdasarkan fokus masalah
Kesimpulan	Data yang didapatkan dari teknik pengumupulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi maka kesimpulan yang didapatkan merupakan kesimpulan yang kredibel.

¹²¹Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Rnd.*

¹²²Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Praktis: Untuk Ilmu Sosial Dan Ekonomi* (Malang: Buntara Media, 2003).

G. Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data yang telah di analisis diperlukan untuk memperoleh penelitian yang ilmiah sehingga penelitian dapat dipertanggung jawabkan dalam kajian keilmuan yang ilmiah.¹²³ Menguji derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*Transferability*) kebergantungan (*dependability*) dan kepastian (*confirmability*) digunakan peneliti dalam memperoleh keabsahan data.¹²⁴

1. Derajat kepercayaan (*credibility*), peneliti menggunakan metode triangulasi yaitu teknik (cara memperoleh data) dan sumber (cara memperoleh data). Dalam triangulasi teknik, interview peneliti dideukung oleh observasi dan dokumentasi.¹²⁵ Sedangkan triangulasi cara, interview manajemen humas didukung dengan informan lainnya.¹²⁶ Dengan demikian, data yang ditemukan peneliti benar-benar cocok dengan tema dan sesuai dengan yang terjadi di lapangan.
2. Keteralihan (*Transferability*), peneliti melihat sumber data secara detail dan mendeskripsikan hasil penelitian berdasarkan fokus penelitin.¹²⁷ Dengan demikian, permasalahan dapat dengan mudah dipahami pembaca melalui uraian peneliti secara rinci.

¹²³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 51.

¹²⁴Al-Mansur, *Metode Penelitian Kualitatif*.

¹²⁵Asfi Manzilati, *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Metode Aplikasi* (Malang: Universitas BRawijaya Press, 2017), 47.

¹²⁶Manzilati, 48.

¹²⁷Muh Fitrah Luthfiyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus* (Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher), 2017), 37.

3. Kebergantungan (*Dependability*), pengerokisian data yang ditemukan peneliti oleh dosen pembimbing, dewan penguji sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.¹²⁸
4. Kepastian (*confirmability*), peneliti melibatkan informan penelitian dalam melakukan *audit trail*.

Tabel 3.7 Tabel Keabsahan Data

Keabsahan Data	Langkah yang dilakukan
Credibility	Peneliti melakukan observasi dan studi dokumen terkait data yang di interview. Peneliti juga melakukan interview ke informan yang lainnya.
Transferability	Peneliti menyesuaikan hasil temuan dengan dokumnetasi
Dependability	Peneliti mengkonsultasikan kepada ahli meliputi dosen pembimbing peneliti dan auditor eksternal yang dalam hal ini adalah dewan penguji penelitian.
Confirmability	Peneliti memeriksa kembali data, informasi dan interpretasi hasil penelitian.

¹²⁸M Djunaidi Ghony dan Fauzan Al-Mansur, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 110.

BAB IV
PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. SMA Khadijah Surabaya

a. Sejarah SMA Khadijah Surabaya

SMA Khadijah Surabaya adalah salah satu Sekolah Menengah Atas di bawah naungan Yayasan Taman Pendidikan dan Sosial Nahdlatul Ulama Khadijah Surabaya (YTPS NU Khadijah) disingkat Yayasan Khadijah Surabaya. Sebelumnya SMA Khadijah merupakan Sekolah Pendidikan Guru (SPG) dan seiring perkemangan zaman berubah menjadi Sekolah Menengah Atas (SMA).

Pada tahun 2007 tepatnya pada tanggal 15 Juni 2007, SMA Khadijah Surabaya resmi ditetapkan sebagai Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional (R-SMA BI) sesuai dengan SK Direktur Pembinaan Sekolah Menengah Atas, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional, nomor 564.a/C4/MN/2007, Tahun Anggaran 2007.

Sebagai wujud dalam meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah, maka SMA Khadijah Surabaya menjalin kerjasama dengan :

- 1) British Council di bidang Pembelajaran Bahasa Inggris (*starting and finishing lesson*), kegiatan jejaring sekolah tentang Perubahan

- 2) Iklim (climate change), kegiatan Kewirausahaan Sosial (merancang dan mengkaji usaha sosial di sekolah).
- 3) *The American Indonesian Exchange Foundation* (AMINEF) di bidang pembelajaran Bahasa Inggris khususnya native speaker dari negara Amerika.
- 4) Sekolah Internasional yang ada di Indonesia dan negara lain (Malaysia, China, Australia, Turki & Yordania) dalam rangka pertukaran informasi, hasil karya dan project siswa dan guru.
- 5) Lembaga Pendidikan dan Pelatihan dalam rangka meningkatkan mutu SDM pendidik dan tenaga kependidikan.
- 6) Lembaga Pendidikan Tinggi di Indonesia yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas pendidik sehingga berpengaruh signifikan khususnya terhadap perkembangan kualitas pembelajaran di SMA Khadijah.
- 7) Lembaga Pendidikan Ilmu Al Qur'an (PIQ) Singosari yang diasuh oleh KH. Basori Alwi dalam rangka sertifikasi kompetensi tartil Al Qur'an di SMA Khadijah.
- 8) *Univercity of Cambridge* dalam rangka sertifikasi internasional kompetensi siswa pada mata pelajaran Bahasa Inggris, Matematika, Fisika, Kimia, Biologi, Ekonomi dan TIK serta sertifikasi kompetensi guru dalam proses pembelajaran.

- 9) UniSadhuGuna Australia dalam rangka Sertifikasi Internasional ICAS pada mata pelajaran Bahasa Inggris, Matematika dan TIK.
- 10) Klinik Pendidikan MIPA dalam rangka Kompetisi Matematika Nalaria Realistik se Indonesia.
- 11) Lembaga sertifikasi manajemen URS dalam rangka sertifikasi ISO 9001 : 2015 tentang manajemen sekolah.
- 12) Konsulat Jenderal Amerika, Australia, Jepang & Singapura dalam rangka penguatan dalam kegiatan pembekalan/diklat siswa dan guru.
 Pada tahun 2008 SMA Khadijah Surabaya resmi menerima sertifikat ISO 9001:2008 dengan nomor 35793 sebagai wujud untuk meningkatkan kualitas manajemen dalam mengelola sekolah untuk mencapai tujuan yang tertuang dalam visi dan misi SMA Khadijah Surabaya. Dan sampai dengan sekarang SMA Khadijah masih mendapatkan sertifikat ISO 9001:2015 dan telah lulus akreditasi sekolah oleh Badan Akreditasi Nasional dengan kategori nilai A (amat baik).

b. Visi Misi

1) Visi

SMA mempunyai visi yang menjadi arah dan pandangan kedepan tentang apa yang akan diwujudkan melalui pelayanan bidang pendidikan, setidaknya dalam kurun waktu lima tahun kedepan. Visi SMA adalah : *“Terwujudnya Institusi Pendidikan Bertaraf Internasional Dengan Nuansa Islam Aswaja Yang*

Membentuk Sdm Santun, Unggul, Dan Kompetitif". Visi ini merupakan implementasi dari Visi Yayasan Khadijah Surabaya, yaitu *"Pusat Pendidikan Islam Internasional Yang Mencetak Sdm, Unggul Dan Kompetitif"*

2) Misi

Dalam rangka untuk mewujudkan visi, SMA perlu menetapkan misi yang harus diemban. Dengan kata lain, misi merupakan jabaran yang lebih operasional. Dengan mempertimbangkan potensi dan kondisi internal, serta tantangan internal maupun eksternal, ditetapkanlah misi SMA sebagai berikut :

- a) Menumbuhkan penghayatan dan pengamalan Aswaja yang diaplikasikan dalam kehidupan nyata.
- b) Menumbuhkan semangat kebangsaan, kesantunan dan keunggulan kepada warga sekolah.
- c) Menumbuhkan kebiasaan membaca, menulis dan menghasilkan karya.
- d) Menumbuhkan pribadi yang mandiri dan bertanggung jawab.
- e) Melaksanakan proses pembelajaran yang efektif, efisien, inovatif dan kontekstual dengan memanfaatkan multy resources yang bernuansa Islami.
- f) Menerapkan teknologi informasi dan komunikasi dalam proses pembelajaran dan pengelolaan sekolah.

- g) Meningkatkan potensi dan kreatifitas warga sekolah yang unggul dan kompetitif baik di tingkat regional, nasional maupun internasional.
- h) Menyediakan sarana/prasana pendidikan yang berstandar Internasional.
- i) Menerapkan manajemen partisipatif secara profesional yang akuntabel dan mendorong partisipasi publik dalam pengelolaan pendidikan.

2. SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

a. Sejarah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

SMA Muhammadiyah 2 Surabaya berada dibawah naungan pimpinan Cabang Muhammadiyah sudah berdiri sejak 1 Januari 1975. Awal berdiri SMA Muhammadiyah berada di lokasi terpencil dengan pemukiman padat penduduk dan juga rawan banjir. Terletak di tengah perkampungan Surabaya tepatnya di Jalan Pucang Taman 1/2 Surabaya Jawa Timur.

Melangkah dari semangat Ber-Muhammadiyah dari warga Muhammadiyah cabang Ngagel, semangat yang sama tertular kepada warga Aisyiyah. Hal ini yang mengantarkan seluruh anggota untuk sedikit demi sedikit mengumpulkan dana, hingga akhirnya mampu membeli sebuah rumah di Jl. Pucang I no 2 untuk pembangunan ruang

kelas SMP Muhammadiyah 5 Surabaya atau yang dikenal dengan SPEMMA yang kelak menjadi cikal bakal berdirinya SMAMDA.

Dengan tekad dan keikhlasan hati para pengurus Muhammadiyah dan ibu-ibu Aisyiyah, akhirnya dibangunlah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, yang dikemudian hari dikenal dengan nama SMAMDA. Pembangunan SMAMDA sendiri didasarkan pada beberapa aspek, diantaranya:

- 1) *Agama*, yaitu untuk mengintegrasikan ajaran Islam dengan Ilmu Pengetahuan Umum.
- 2) *Filosofis*, bahwa lembaga yang dikelola Muhammadiyah selama ini masih jarang dan terkesan ketinggalan jaman.
- 3) *Historis*, bahwa Muhammadiyah semakin mendapat dukungan dari masyarakat luas.
- 4) *Pendidikan*, bahwa mayoritas lulusan SMP Muhammadiyah 5 Surabaya melanjutkan pendidikannya di lembaga pendidikan umum.

Melalui sebuah perjalanan panjang hingga akhirnya SMAMDA memiliki sebuah gedung yang megah, dilengkapi dengan fasilitas memadai berteknologi modern, SMAMDA menunjukkan perkembangan yang menggembirakan dari waktu ke waktu dalam berbagai aspek

b. Visi Misi

- 1) Visi

Visi SMA Muhammadiyah 2 Surabaya “Menjadi Sekolah Islami, Modern, dan Berprestasi ”

Indikator visi :

- a) Islami : Warga sekolah yang beriman bertakwa, memiliki keshalihan pribadi dan sosial
- b) Modern: Penguasaan bahasa Inggris dan TIK baik siswa maupun guru karyawan. Pengelolaan administrasi akademik dan keuangan yang terkomputerisasi. Sarana prasarana yang mendukung semua kegiatan pembelajaran & ekstrakurikuler.
- c) Berprestasi: Siswa dan lulusan yang berprestasi akademik dan non akademik termasuk kemampuan organisasi dan kepemimpinan

2) Misi

- a) Mewujudkan pribadi beriman dan bertaqwa yang memiliki keshalihan pribadi dan sosial
- b) Meningkatkan kemampuan akademik dan non akademik.
- c) Meningkatkan keterampilan teknologi informasi dan komunikasi
- d) Meningkatkan kemampuan Bahasa Inggris dan Bahasa Asing lainnya
- e) Menumbuhkan jiwa kewirausahaan
- f) Meningkatkan kreativitas sesuai minat dan bakat

- g) Meningkatkan kemampuan berorganisasi dan kepemimpinan

B. Paparan Data Penelitian

1. Perencanaan Program Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* melalui program unggulan

a. SMA Khadijah Surabaya

Perencanaan sebagai konsep rancangan awal yang bertujuan mencapai tujuan yang sudah ditetapkan sekolah. Dalam hal ini yang berperan penting dalam membangun minat masyarakat pada sekolah yaitu Humas. Dengan demikian Humas membutuhkan rencana yang matang untuk mewujudkan tujuan yang sudah direncanakan. Koordinasi antar Humas dengan staf sekolah lainnya menjadi point penting dalam menumpulkan ide dan pikiran untuk menata program dalam mencapai tujuan lembaga.

Sebuah program lembaga tidak akan terealisasi dengan baik jika tidak direncanakan dengan baik juga. Perencanaan tidak baik akan berdampak dengan banyaknya kendala yang terjadi pada proses pelaksanaan program. Hal itu akan menghambat bahkan merusak sisi baik program tersebut. Disisi lain, menganalisa secara internal dan eksternal tantangan, kekurangan dan kelebihan yang kemungkinana akan terjadi pada pelaksanaan program untuk meminimalisir problem saat program dilaksanakan.

Perencanaan humas guna meningkatkan *brand image* di SMA Khadijah meliputi penyusunan kegiatan yang disusun 5 tahun sekali yang mengacu pada rencana strategis (renstra) yayasan khadijah, termasuk di dalamnya adalah program unggulan yang dimiliki Khadijah.

1) Penetapan Tujuan

Dimana dalam hal merumuskan perencanaan dan ide-ide program humas sekolah, melibatkan seluruh civitas akademika SMA Khadijah Surabaya. Sebagaimana yang dituturkan oleh Waka Humas Khadijah bahwa:

“Untuk menetapkan perencanaan program humas dari beberapa pihak, seperti kepala sekolah, waka humas dan staffnya. Tetapi untuk ide dari beberapa pihak misal dari siswa (bagaimana menjalin kerjasama dengan masyarakat), komite (terkait tentang parenting, kelas inspirasi), tenaga pendidik, BK (ex: usulan expo kampus, menjalin kerjasama kampus). Tetapi untuk menetapkan pimpinan dan staff.”¹²⁹

Kemudian untuk memperkuat data, peneliti juga mewawancarai

kepala sekolah SMA Khadijah:

“Perencanaan program sekolah itu mengacu pada RENSTRA yayasan yang disusun 5 tahunan. Dari renstra tersebut disusun dengan yang namanya RKAS sekolah (kegiatan selama 5 tahun). Dari berbagai wakasek membuat program, lalu dibicarakan dengan seluruh pimpinan dan staff-staff sekolah. Jadi, dari bagian humas lalu dibahas secara general oleh pihak SMA, baru menjadi sebuah program di yayasan lewat asistensi. Setiap tahun ada RKAS yang mana itu masuk dalam program tahunan Humas”.¹³⁰

¹²⁹Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

¹³⁰Wawancara dengan Pak Ghoffar, selaku Kepala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa dalam merumuskan perencanaan program humas sekolah, semua pihak yang ada di dalam sekolah mempunyai kewenangan untuk menyalurkan ide-idenya. Seluruh warga internal sekolah dilibatkan dalam membuat ide untuk program humas. Perumusan perencanaan program di SMA Khadijah selalu diawali dengan perencanaan yang matang, dari penyusunan kegiatan, kapan pelaksanaannya, tujuan dan rincian anggaran yang dituangkan dalam program kerja melalui Rencana Kegiatan dan Anggaran Sekolah (RKAS) tiap tahunnya.

Sekolah sudah mempunyai tujuan yang baik dan jelas, sebelum merencanakan program kegiatan. Adapun dalam merumuskan perencanaan SMA Khadijah memperhatikan:

2) Koordinasi, analisis situasi internal dan eksternal

Menganalisis situasi baik secara internal maupun eksternal sangat penting disusun sebelum menyusun program. Tanpa analisis situasi Humas akan bekerja tidak terarah dan teratur (bekerja sesuai insting) di sekolah. Sehingga Humas akan mudah kehilangan arah. Hal ini dipaparkan oleh pihak kepala sekolah dalam sesi wawancara bahwa:

“Ada 2 analisis isu dalam merencanakan program humas, baik dari segi eksternal maupun internal. Misalkan saja isu yang terbaru, terjadi dan menjadi *trend* diluar sekolah, apa yang sedang dikembangkan di luar sekolah. Di sekolah juga ada UPM (Unit Penjaminan Mutu) yang membahas isu-isu di luar sekolah.

Setiap semester ada namanya audit internal. Bagaimana secara pelayanan dan sebagainya. Ketika ada suatu yang dirasa itu tidak sesuai atau kurang maka di *close*”.¹³¹

Mengenai analisis perumusan masalah juga dipaparkan oleh

Waka Humas dalam sesi wawancara, bahwa:

“Untuk menganalisis yang pertama tujuan yang pertama yaitu ini dari suara anak, dari kepemilikan anak, dari pilihan anak, bermanfaat untuk anak dan untuk prestasi sekolah. Program ditetapkan atau tidak di analisis oleh sekolah, dilihat bermanfaat tidak untuk anak, penting atau tidak. Dan yang paling penting untuk kepentingan sekolah juga. Sekolah dilihat maju atau tidak kan juga dilihat dari program itu”.¹³²

Dengan demikian, menjadi sesuatu yang wajib bagi untuk menkonsep analisis secara internal dan eksternal. Hal itu bertujuan untuk mengetahui kekurangan, kelebihan serta tantangan yang akan dihadapi di lembaga dan membuat perencanaan yang matang untuk sebuah tujuan besar lembaganya.

3) Pemetaan sasaran dan pemilihan target sasaran.

SMA Khadijah Surabaya dalam menetapkan dan merencanakan program humas dalam meningkatkan *brand image* juga melakukan pemetaan serta pemilihan target sasaran. Guna tercapainya dan terlaksananya semua program yang sudah disusun sebelumnya. Hal ini merupakan bagian penting dalam melakukan sebuah perencanaan

¹³¹Wawancara dengan Pak Ghoffar, selaku Kepala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

¹³²Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

humas sebagai tolak ukur dalam pencapaian hasil yang diinginkan. Disisi lain, dengan sebagai penentu jumlah dan waktu pelaksanaan program-program. Hal ini disampaikan oleh pihak Kepala Sekolah SMA Khadijah dalam sesi wawancara yaitu:

“Ya tentu ada, contohnya saja ada program siswa mengabdikan. Anak-anak diterjunkan ke TPQ untuk mengajar. Ada yang namanya alumni mengabdikan. Jadi alumni yang sudah berhasil di semua tempat baik di Surabaya, luar Surabaya bahkan luar negeri, dimomen tertentu kita kumpulkan untuk memotivasi adek-adek kelasnya. Ada juga namanya program orang tua mengabdikan, dimana orang tua yang berprofesi tertentu diminta untuk memberikan pengalaman kepada siswa-siswi di sekolah SMA Khadijah”¹³³

Paparan tersebut juga diperkuat oleh Waka Humas SMA

Khadijah bahwa:

“dari kita lakukan analisis internal maupun eksternal saja sudah terlihat kita juga pasti melakukan pemetaan sasaran dan juga pemilihan target, jadi pasti ada”¹³⁴

Dari paparan tersebut dapat di ambil ikhtisar bahwa dalam merumuskan perencanaan semua program humas untuk meningkatkan *brand image* sekolah, pasti melibatkan program unggulan sebagai salah satu pemasaran kecil, seperti program unggulan kegaamanan yang dipaparkan oleh kepala sekolah di atas. Sangat diperlukan juga pemetaan dan pemilihan target sasaran. Agar

¹³³Wawancara dengan Pak Ghoffar, selaku Kepala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

¹³⁴Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

semua program berjalan dengan baik, termasuk program-program unggulan yang ada dalam SMA Khadijah.

4) Menelaah kendala dan hambatan

Dalam merumuskan perencanaan pasti ada kendala, termasuk dengan SMA Khadijah ini yang memiliki kendala waktu seperti yang dipaparkan oleh kepala sekolah bahwa:

“Dalam merencanakan semua program itu jelas ada kendala. Kendala itu karena waktu yang terbatas. Karena kita ini bukan pekerja seperti pekerja film atau lainnya”¹³⁵

Hal itu dipaparkan juga oleh Waka Humas SMA Khadijah bahwa:

“Kalau untuk perencanaan ya memang kendalanya itu yang pertama dari aset sekolah. Kadang program bagus tapi aset sekolah tidak mendukung. Aset sekolah kan ada macam-macam misal dari manusianya, fisik sekolah, gedung sekolah, sarana prasarana, yang ke 2 dari aset finansial sekolah dan yang ke 3 dari aset politik. Aset politik ini maksudnya adalah terkait dengan kebijakan, dan juga aset terkait dengan sosial, lingkungan, budaya. Jadi kita lihat kalau misalkan yang bertentangan itu, contoh sekolah kita berharap digitalisasi dalam pembelajaran itu sudah menggunakan vr, seperti abad 21 tetapi kenyataannya aset manusia belum siap. Nah itu namanya tantangan. Atau misal aset finansial sudah siap tetapi aset manusianya belum. Jadi ya gak bisa jalan. Atau misal busaya, budaya kita adalah budaya ke NU-an atau budaya keagamaan, misalkan ada sesuatu yang bertentangan kan juga tidak jalan”.¹³⁶ Maka dari itu SMA Khadijah selalu melibatkan seluruh warga

sekolah untuk merumuskan perencanaan. Mulai dari ide sampai disahkan oleh pihak yayasan Khadijah. Jika ada kendala, maka itu

¹³⁵Wawancara dengan Pak Ghoffar, selaku Kepala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

¹³⁶Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

menjadi sebuah tantangan yang akan dihadapi oleh SMA Khadijah Surabaya. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh sekolah selalu di cantumkan atau dipost di web SMA Khadijah, *brand image* sekolah pasti dimunculkan di platform-platform SMA Khadijah. Dengan hal itu, maka masyarakat-masyarakat atau pihak eksternal akan mengetahui serangkaian kegiatan yang dilaksanakan oleh SMA Khadijah Surabaya.

Dari pemamaparan di atas dapat dipahami bahwa dalam merumuskan perencanaan Humas di SMA Khadijah Surabaya, diawali dengan perumusan program kerja oleh tim humas, dimana ide-ide masuk dari berbagai pihak seperti siswa, guru-guru dan pihak sekolah lainnya. Lalu dirapatkan dengan seluruh pimpinan dan juga staff sekolah, berlanjut dirapatkan dengan yayasan dan menjadi program yayasan yang sejalan dengan visi-misi SMA Khadijah Surabaya dan juga memperhatikan konsumen pendidikan dengan jeli sehingga perencanaan yang telah dibuat dapat terlaksana dengan baik. Tak lupa juga sekolah menganalisis situasi baik internal maupun ekstrenal serta memilih target dan sasaran dalam merumuskan perencanaan. Tahapan diatas merupakan gambaran perencanaan di SMA Khadijah dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan.

b. SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

Perencanaan manajemen humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya meliputi:

- 1) Pengenalan kebutuhan (*need assesment*) dengan menganalisis kondisi lingkungan pendidikan. Semua stakeholder yang bersangkutan, seperti kepala sekolah, koordinator bidang humas, para guru serta staf pengawai berkoordinasi dalam proses penyusunan perencanaan humas. Selanjutnya, hasil dari koordinasi tersebut dijadikan acuan dalam menyusun dan menetapkan manajemen humas ke depannya. Hal ini sesuai dengan pernyataan

Waka Humas SMA Muhammadiyah 2 Surabaya sebagai berikut:

“Perencanaan kegiatan disini berdasarkan kebutuhan (*need assesment*). Karena pada dasarnya kita sudah terjun di lapangan maka lebih bisa melihat kegiatan apa yang dibutuhkan sekolah dan berjalan sesuai rencana dari pada hanya sebatas teori saja. Tentunya rencana kegiatan menyesuaikan dengan evaluasi kegiatan-kegiatan sebelumnya. Kemudian berbicara mengenai rencana jangka panjang sekolah, visi misi sekolah dan juga analisis kebutuhan (SWOT) yang akan kita lakukan nantinya. Ini merupakan praktis lapangan mbak, jadi kita tidak merujuk ke teori secara langsung”.¹³⁷

- 2) Rapat Koordinasi, Pada awal tahun ajaran baru SMA Muhammadiyah 2 Surabaya merumuskan perencanaan program kegiatan humas dalam rapat awal tahun yang diadakan menjelang awal tahun ajaran baru. Disamping merumuskan program Humas rapat awal tahun juga menyampaikan informasi mengenai persiapan

¹³⁷Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 3 Mei 2023

penerimaan siswa baru (PSB), pembentukan panitia PSB, rapat kenaikan kelas dan sebagainya serta penyampaian kebijakan sekolah baru yang dikeluarkan. Hal ini disampaikan juga oleh kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 bahwa:

“Setiap waka sekolah menetapkan perencanaan kegiatan devisinya kedepan sebagai acuan pelaksanaan program. Misal waka humas akan berkoordinasi dengan kehumasan untuk merencanakan program Humas sesuai dengan *job discription* kedepannya. Setiap program kegiatan akan dirinci dari perencanaan, pelaksanaan, sasaran, tujuan, anggaran kegiatan. Hal itu akan mempermudah dalam pelaksanaan program kegiatan. Setelah rencana kegiatan setiap devisi matang akan disampaikan dalam rapat awal tahun yang mana berjalan tidaknya program kegiatan tersebut sesuai kesepakatan forum. Namun apabila ada revisi dan pertimbangan lain maka akan dilakukan penyesuaian terlebih dahulu.”¹³⁸

“Dalam rapat koordinasi itu kita merumuskan perencanaan program humas kedepannya. Dalam merumuskan perencanaan itu, SMA Muhammadiyah ini pasti memperhatikan beberapa aspek. Dari kebutuhan operasionalnya apa saja, lalu usaha yang dilakukan bagaimana, desain kegiatan penetapannya bagaimana, sampai layanan yang akan diberikan kedepannya.”¹³⁹

Berdasarkan paparan dari wawancara diatas, dapat diketahui bahwa penyusunan atau perumusan perencanaan didasarkan dari hasil pertemuan yang telah disepakati oleh kepala sekolah, dimulai dengan disusunnya program dari waka humas SMA Muhammadiyah 2 Surabaya. Diawali dengan perencanaan yang matang terlebih dahulu, sehingga dalam pelaksanaan akan lebih mudah nantinya.

¹³⁸Wawancara dengan epala sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023

¹³⁹Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

- 3) Analisis Situasi, dalam proses perumusan perencanaan di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya juga dilakukan analisis baik dari dalam maupun dari luar, hal itu disampaikan oleh pihak kepala sekolah dalam sesi wawancara:

“Analisi situasi baik itu dari dalam maupun dari luar pasti ada. Istimahnya internal atau eksternal. Karna kan memulai perencanaan itu harus analisis situasi dulu atau istilah gampangnya identifikasi masalah. Contohnya dari segi input yang dilakukan sekolah, yaitu dengan cara mengidentifikasi teknik sosialisasi humas agar mendapatkan peserta didik yang bagus, dari sarana prasarana ada rapat tentang kebutuhan gedung agar menjadi lebih bagus, maka kita akan rombak lebih bagus karena siswa juga lebih banyak sekarang. Kita pasti analisis dulu, kekurangannya bagaimana, kelemahannya bagaimana, peluangnya bagaimana. Hal itu biasa disebut dengan analisis swot. Lalu baru kita ke tahap pelaksanaan program kerja.”¹⁴⁰

Menganalisa lingkungan baik dari internal maupun eksternal harus dilakukan sebelum melaksanakan tujuan kegiatan dalam bidang Humas. Dengan demikian, lembaga harus mempunyai konsep analisis situasi. Jadi dalam melakukan permusan masalah SMA Muhammadiyah 2 juga menerapkan langkah-langkah agar tidak jauh dari visi misi dari SMA Muhammadiyah 2 itu sendiri yaitu menjadi sekolah islami, modern dan berprestasi.

- 4) Pemilihan Target Sasaran, seperti yang dipaparkan oleh waka humas yaitu:

“dalam menyusun atau menkonsep perencanaan kegiatan, humas mempunyai beberapa langkah, langkah pertama mengumpulkan poin-poin yang menjadi dasar dalam analisis baik internal

¹⁴⁰Wawancara dengan kepala sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023

maupun eksternal untuk mengkaji kekurangan, kelebihan maupun tantangan yang akan dihadapi dari pelaksanaan kita yang dijalankan nanti. Kedua menentukan tujuan yang jelas serta dipilih target sasarannya. Program itu ditujukan untuk siapa. Masyarakat internal kah, eksternal kah atau global kah. Ketiga mengacu terhadap renstra dari SMA Muhammadiyah agar rumusan tidak melenceng jauh dari visi dan misi sekolah, setelah itu menentukan kapan program akan direncanakan”¹⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dipahami bahwa perencanaan yang diterapkan di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Yang pertama identifikasi masalah, kemudian dilanjutkan dengan menganalisis situasi dari dalam maupun luar, dan terakhir didiskusikan dengan kepala sekolah beserta jajaran staff yang ada di sekolah SMA Muhammadiyah 2. Perencanaan dalam mengembangkan *brand image* lembaga selalu dilakukan dengan matang melalui beberapa tahapan yang telah disusun di atas. Dipaparkan juga bahwa manajemen humas SMA Muhammadiyah 2 telah menjalankan konsep analisis dan perencanaannya dengan matang sebelum program dijalankan.

2. Pelaksanaan Program Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* melalui program unggulan

a. SMA Khadijah Surabaya

Brand image yang positif dalam suatu lembaga pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam tercapainya keberhasilan

¹⁴¹ Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

lembaga pendidikan. Hal itu menjadi kewajiban bagi setiap lembaga pendidikan untuk membangun *image* positif dikalangan masyarakat luas. *Image* yang dikembangkan tentunya bukan sekedar *image* yang semu, akan tetapi yang benar-benar terbentuk dari gambaran atau penilaian *stakeholders* terhadap sumber daya, prestasi yang dimiliki serta program-program yang dijalankan pihak SMA Khadijah Surabaya.

Ketika menjalankan program dalam lembaga pendidikan tentunya membutuhkan berbagai macam cara agar terlaksana dengan baik sesuai harapan serta yang terpenting adalah dapat diterima oleh masyarakat. Hal ini dapat dilakukan karena untuk mengembangkan citra lembaga dan dapat menjadikan masyarakat percaya terhadap lembaga pendidikan bukan suatu hal yang mudah.

Peran Humas dalam lembaga pendidikan sanget penting penting, karena melalui peran humas inilah sebuah lembaga pendidikan memperkenalkan program-program yang ditawarkan oleh kepada masyarakat atau khalayak umum. Begitu juga dengan SMA Khadijah ini tidak terlepas dari pihak *internal*, sebab dengan kekompakan juga kerjasama yang baik akan memudahkan tujuan yang diinginkan dan semua problem akan lebih mudah diatasi. Sebagaimana yang dituturkan oleh Keala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, yaitu:

“Humas itu sangat membantu untuk menginformasikan sekolah, mengkomunikasikan program kepada guru-guru, kemudian kepada

masyarakat, dan juga memberikan image kepada masyarakat bahwa sekolah ini masih hidup”¹⁴²

Dalam melaksanakan program humas di SMA Khadijah menggunakan komunikasi yang aktif dan juga diperluas. Sebagaimana yang dituturkan oleh Waka Humas SMA Khadijah, bahwa:

“bahasa saya aktif dan diperluas. Artinya apa, aktif berarti kita harus sering berkomunikasi dengan siapapun. Kalau komunikasi yang diperluas atau di perdalam, berarti kita harus memperdalam dari materinya. Biar anak itu tidak hanya ngomong satu kali, tetapi berapa kali. Tidak hanya bisa melihat satu objek tetapi bisa melihat beberapa objek. Jadi orang melihat itu, oh khadijah itu tidak hanya kelihatan NU, tetapi khadijah itu kelihatan bisa inggris, mandarin dan lain-lain. Itu namanya diperluas.”¹⁴³

Langkah-langkah yang dilakukan oleh SMA Khadijah ini dipaparkan oleh Waka Humas dalam sesi wawancara, yaitu:

“Langkah-langkah dari pihak humas untuk melaksanakan program humas terurama yaitu koordiniasi dulu dengan beberapa pihak yang terkait dengan program tersebut. Jadi habis koordinasi kita membuat suatu rencana. Rencana apa, tehniknya bagaimana, baru kita mengimplementasikan atau melaksanakannya”.¹⁴⁴

Jadi dalam melaksanakan program humas, SMA Khadijah sangat berhati-hati dalam melakukannya, agar hasilnya juga sesuai dengan apa yang dirumuskan. Adapun dalam melaksanakan program humas guna meningkatkan *brand image* tentu saja mengacu pada apa yang telah direncanakan dalam perencanaan program humas. Adapun pelaksanaannya program humas selengkapnya sebagai berikut:

¹⁴² Wawancara dengan Pak Ghoffar, selaku Kepala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 maret 2023.

¹⁴³ Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

¹⁴⁴ Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

1) Publikasi dan Promosi

Salah satu pelaksanaan program humas yaitu melalui kegiatan publikasi dan promosi. Dimana publikasi merupakan salah satu cara dalam meraih *image* sekolah. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di SMA Khadijah selalu ditampilkan baik itu lewat media *offline* maupun *online*. Dengan adanya hal itu, diharapkan masyarakat luas lebih mengenal SMA Khadijah. Seperti yang dipaparkan oleh kepala sekolah SMA Khadijah, bahwa:

“Semua kegiatan yang bersifat kehumasan dimunculkan di media-media online. Pelaksanaan program sekolah dalam meningkatkan *brand image* dimunculkan di web situ. Contohnya bagaimana ketika puasa kemaren ada kegiatan selama 30 hari (1 bulan), biasanya kan di sekolah lain hanya 3 hari sampai 1 minggu, jadi kita isi dengan kegiatan ramadhan. Ada juga kegiatan yang bersifat kemasyarakatan, kita menunjukkan bahwa khadijah itu juga berperan mengisi ramadhan di masyarakat. Contohnya di web khadijah juga ada kajian dari pak KH Ilhamullah Sumarkhan yang mengisi kajian ramadhan sebelum berbuka lewat TV yang mana bisa didengarkan sekuruh masyarakat. Ada juga tadarus selama satu bulan untuk siswa yang dilakukan di studio selama 1 bulan sehabis ramadhan, hal itu dalam rangka pengabdian SMA Khadijah terhadap masyarakat. Jadi ada kegiatan yang istilahnya berbagai pada masyarakat. Ada juga lagu-lagu islami dari siswa untuk masyarakat, itu merupakan sumbangsih kita di bulan ramadhan kemaren. Dan ada juga contohnya gubernur jawa timur yang mengapresiasi 2 siswa yang mendapat golden tiket ke UNER dengan memberikan laptop”.¹⁴⁵

¹⁴⁵Wawancara dengan Pak Ghoffar, selaku Kepala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

Gambar 4.1 apresiasi penerima golden tiket dari bu Khofifah



Gambar 4.2 Kegiatan selama bulan ramadhan

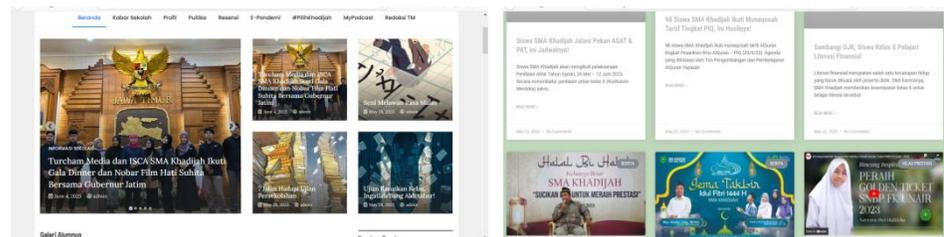


Hal tersebut membuktikan bahwa segala bentuk kegiatan yang dilaksanakan di SMA Khadijah selalu dipublikasikan. Tidak mengenal waktu mingguan, bulanan, atau bahkan tahunan. Hal itu diperkuat dengan perkataan Waka Humas Khadijah, yaitu:

“Apapun kegiatan yang ada di sekolah kita publikasi setiap saat. Misal ada tamu dari instansi luar, maka kita langsung masukkan ke dalam media sosial kita, atau dimasukkan ke dalam web sekolah. Terus misalkan ada lomba-lomba disini selalu di update langsung di media sosial, baik itu tiktok, facebook, youtube ataupun yang lain. Jadi sekolah publikasinya itu ke media cetak, media sosial, media rutso (rutso itu ke sekolah-sekolah). Baik itu publikasi kegiatan, prestasi, PPDB, dan tidak ada jangka waktu tetapi setiap saat. Misalkan juga kemaren ada pengumuman SNMPTN yang diterima 37 orang, langsung diumumkan didepan sekolah (banner), tiktok, website. Atau

misalkan ada kegiatan halal bihalal di grahadi, yaudah langsung di publish di media sosial. (Ada juga web alumni, literasi digital, makanya semua pihak dilibatkan, baik itu staff ataupun siswa. Karena kan yang mengisi turcham media kebanyakan juga dari pihak siswa, ada yang staffnya yang bagian megang, tapi semua dibawa naungan humas).¹⁴⁶

Gambar 4.3 publikasi salah satu media online SMA Khadijah



Publikasi dilakukan agar *brand image* dari Sekolah Khadijah semakin meningkat di mata masyarakat. Dalam publikasi sekolah, SMA Khadijah melibatkan seluruh warga sekolah termasuk alumni dari SMA Khadijah. Hal itu dikarenakan dari kegiatan publikasi ini tercipta kegiatan promosi. Hal apapun bisa menjadi promosi. Baik itu promosi di dalam sekolah maupun promosi di luar sekolah, termasuk promosi mengenai program unggulan yang dimiliki oleh SMA Khadijah Surabaya. Ini disampaikan oleh Waka Humas, bahwa:

“promosi terkait program unggulan bisa dimana saja. Tidak hanya melalui media cetak seperti brosur atau baliho. Tetapi bisa melalui media online, atau rutso (promosi ke sekolah lain). Dalam promosi ini, kita akan promosikan program unggulan kita. Bedanya apa sih kita dengan sekolah luar. Karena apa,

¹⁴⁶Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

setiap sekolah pasti mempunyai ciri khas. Dan Khadijah mempunyai ciri khas itu.”¹⁴⁷

Berdasarkan wawancara diatas publikasi dan promosi bisa dilakukan dimana saja dengan apa saja tidak mengenal tempat dan waktu. Era globalisasi teknologi informasi saat ini sudah tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan. Jadi promosi dan publikasi pun bisa dimana dan kapan saja. Hal ini disampaikan kembali oleh Waka Humas, bahwa:

“Saya juga sebelumnya sudah melakukan promosi melalui sms, jadi sispapun yang lewat melalui jl wonokromo atau royal plaza SBY pasti mendapatkan notifikasi sms. Jadi kalau saya tidak bisa keluar ya saya lakukan dari dalam. Ya Alhamdulillah dari situ semakin banyak yang mendaftar. Disamping itu saya tetap promosi di media sosial. Saya juga menyuruh guru-guru untuk mempromosikan sekolah kita.”¹⁴⁸

Media sebagai kebutuhan kehidupan, maka elektronik menjadi salah satu cara yang efektif dalam melakukan komunikasi. Dalam dunia pendidikan, humas sekolah dapat memanfaatkan berbagai media untuk mempermudah dalam memberikan informasi baik bagi sesama stakeholders maupun dengan masyarakat luar.

2) Komunikasi aktif dan diperluas

Dalam melakukan promosi, SMA Khadijah tentu mempunyai strategi juga. Salah satunya yang sudah disebutkan sebelumnya yaitu komunikasi yang aktif dan diperluas. Komunikasi aktif artinya

¹⁴⁷Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

¹⁴⁸Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

berkomunikasi baik dengan siapapun. Dengan melakukan komunikasi yang baik terutama dengan pihak internal sekolah, maka secara tidak langsung tercipta juga promosi yang baik.

Dari publikasi dan promosi yang dilakukan oleh sekolah menjadikan khalayak luas tau lebih dalam akan SMA Khadijah. Dari kegiatan-kegiatan formal, non formal sampai program unggulan yang dimiliki sekolah. Dari kegiatan yang telah disusun tersebut akhirnya berdampak juga pada *brand image* sekolah. Seperti yang telah dituturkan oleh Waka Humas bahwa”

“kalau menurut saya tugas humas itu ada 2 bagian. Untuk *brand* sekolah humas itu fungsinya untuk kerja sama dan untuk publikasi. Dari keduanya itu lah kita membuat *brand* sekolah semakin maju atau semakin mundur. Jalinan kerjasama itu bisa terjalin jika ada komunikasi yang bagus dan baik. Publikasi bisa berjalan juga karena ada komunikasi yang bagus. Dari komunikasi lisan ataupun tulisan.”¹⁴⁹

3) Kerjasama yang baik (dari internal dan eksternal)

Kerjasama ini sangat diperlukan guna menanam kepercayaan terhadap masyarakat umum. Kerjasama yang dilakukan SMA Khadijah ini seperti bekerjasama dengan lembaga pendidikan, sekolah-sekolah sampai perguruan tinggi baik luar maupun dalam negeri. Adapun kerja sama informal dimana adanya kebersamaan, saling menghargai dan menghormati. Dengan kerjasama yang baik,

¹⁴⁹Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

maka secara tidak langsung khadijah terpromosikan juga. Hal ini disampaikan oleh waka humas SMA Khadijah:

“Kemaren saya juga di Australia, disana kan orang-orang tidak mengenal apa itu SMA Khadijah, jadi saya bilang lihat aja websitenya, pokok semua bisa dijadikan promosi. Untuk program siswa ke luar negeri itu ada setiap tahun, kemaren itu awalnya mau ke turki tapi ternyata gemp. Masuk dalam program tahunan. Dan ada juga program pertukaran pelajar. Itu namanya juga promosi. Makanya semua promosi, dari omongan juga promosi”.¹⁵⁰

Dari pemaparan diatas dapat dapat dipahami humas melakukan publikais berbagai kegiatan-kegiatan sekolah dengan tujuan agar lebih dikenal oleh masyarakat melalui media sosial. Melalui media tersebut lembaga dapat menyampaikan informasi, keadaan, dan khususnya kelebihan yang dimiliki oleh SMA Khadijah Surabaya, baik itu mengenai kegiatan, prestasi, program unggulan, dan informasi menarik lainnya yang bersifat positif.

Dalam upaya memaksimalkan program humas, SMA Khadijah memiliki beberapa strategi atau langkah dalam mengembangkan *brand image* pendidikan khususnya melalui program unggulan, diantaranya adalah sebagai berikut:

4) Program Unggulan

Dalam upaya meningkatkan *brand image*, sekolah juga harus memiliki program unggulan yang menjadi ciri khas sekolah agar

¹⁵⁰Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

semakin diminati masyarakat. SMA Khadijah sendiri mempunyai beberapa program unggulan yang menjadi daya tarik masyarakat sehingga berdampak terhadap *brand image* sekolah. Diantaranya ada:

- a) *Boarding School*
- b) Tartil Al-Qur'an, Tahfidz
- c) *Cambridge Curicullum*
- d) Literasi Digital
- e) Kurikulum Agama Terpadu
- f) Karakter Aswaja Annahdiyah
- g) Pembelajaran agama memakai kitab kuning

Hal tersebut menjadi ciri khas dari SMA Khadijah yang tidak dimiliki oleh sekolah lain. SMA Khadijah sebagai sekolah Islam menjadi salah satu pusat sertifikasi *Cambridge* atau *center* di Surabaya, mempunyai keunggulan pembelajaran agama memakai kitab kuning sehingga dijuluki dengan pesantren ditengah kota. Hal ini dipaparkan oleh penanggung jawab kurikulum *Cambridge*, bahwa:

“Iya disekolah ini mempunyai 2 program unggulan. Salah satunya program unggulan Cambridge. Sebenarnya sekolah kita suah lama memakai program unggulan Cambridge ini. Tahun 2008 kami sudah menggunakan cambridge sebagai unggulan. Untuk seluruh siswa tidak diwajibkan untuk mengikuti sertifikasi Cambridge mengingat biaya-nya yang sangat mahal. Tapi Alhamdulillah banyak sekali yang mengikuti dan berminat.

Tetapi dianjurkan oleh sekolah. Sertifikasinya ada 2 periode yaitu bulan mei-juni dan oktober-november. Oh iya mulai tahun ini khadijah mempunyai kelas Cambridge. Jadi kelas 10-4 kami jadikan kelas Cambridge. Bukan hanya bahasa inggris saja yang memakai inggris, tetapi ada matematika, bahasa arab, fisika, kimia, biologi, bahasa inggris menggunakan bahasa inggris.”¹⁵¹

Hal itu dikaitkan juga juga oleh kepala sekolah SMA Khadijah:

“Kita tetap hanya ingin mempertahankan khadijah yang sebenarnya. Khadijah itu adalah sekolah yang memiliki kekhususan Nah kita ini dari dulu terkenal dengan sekolah yang berbasis agama, pesantren ditengah kota. Sehingga sampai sekarang pun pelajaran agama yang ada di Khadijah ini masih menggunakan kitab kuning. Nah itu kita pertahankan. Misalnya kitabnya pakai taqrib, hadistnya pakai bulughul marom. Sekolah lain tidak ada kecuali pondok pesantren, mulai dari SMP sampai SMA. Itu yang kita pertahankan bahkan sebelum ada pesantren berdiri, sma khadijah ini sudah memakai kitab kuning, hal itulah yang menjadi daya tarik.”¹⁵²

5) Pelayanan Terbaik

Humas tidak hanya bertugas mempublikasikan dan mempromosikan kegiatan sekolah kepada masyarakat, namun juga harus memberikan pelayanan terbaik. Hal itu merupakan bagian dari promosi yang perlu untuk dilakukan. Pelayanan terbaik adalah langkah awal yang dilakukan humas. Hal ini dipaparkan oleh Waka Humas bahwa:

“promosi internal itu yang paling bagus. Karena apa, siswa kita dilayani dengan bagus itu nanti siswa juga akan mempromosikan sekolah kita ke luar. Kita melayani orang tua dengan bagus juga nanti omong ke omong sekolahnya bagus. Jadi tidak hanya promosi di radio atau banner tetapi bagaimana

¹⁵¹Wawancara dengan bu Putri, selaku penanggung jawab program unggulan *Cambridge* di SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

¹⁵²Wawancara dengan Pak Ghoffar, selaku Kepala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

kita melayani warga sekolah, agar mereka juga sebagai media juga untuk promosi.”¹⁵³

Kepuasan dari pelanggan merupakan tujuan utama dari pelayanan terbaik SMA Khadijah karena jika pengguna jasa pendidikan puas, maka mereka akan bercerita dari mulut ke mulut sehingga *brand image* sekolah akan tersebar luas dan semakin dikenal serta diterima oleh masyarakat.

6) Sertifikasi al-Quran

Salah satu program unggulan di SMA Khadijah adalah program sertifikasi Alquran yang bekerjasama dengan Pesantren Ilmu Alquran (PIQ) Singosari. Hal ini disampaikan oleh penanggung jawab dari program unggulan keagamaan, bahwa:

“dengan adanya program keagamaan dari khadijah yang terus berinovasi, kita berharap lulusan khadijah akan berkembang setiap tahunnya. Salah satunya dengan adanya sertifikasi al-Qur’an ini. Inovasi terbaru adalah bahwa siswa khadijah diwajibkan untuk menulis al-Qur’an. Atas dasar bahwa sebagai titik awal agar seseorang nantinya memiliki karakteristik pola pikir yang berbasis Al-Quran. Menulis Alquran dengan mengikuti garis dan bentuk akan membentuk mentalitas karakter yang taat. Dan karakter ini yang akan tertanam secara interistik pada jiwa dan pikiran para siswa.”¹⁵⁴

Program sertifikasi Alquran ini bertujuan menciptakan generasi Qurani yang mempunyai wawasan global baik di bidang akademis

¹⁵³Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

¹⁵⁴Wawancara dengan Pak Zulfa, selaku penanggung jawab program unggulan keagamaan, tanggal 07 Maret 2023.

atau keilmuan umum lainnya tetapi juga mempunyai keahlian di bidang agama terutama dalam bidang Alquran.

Keberhasilan berbagai program yang telah direncanakan ini karena adanya kerjasama antara pelaksana. Sesuai dengan tugasnya masing-masing. Memberikan kesan kepada masyarakat atau pengguna media sosial dapat dilakukan dengan rutinnya publikasi dan promosi dari pihak sekolah, serta komunikasi yang aktif dan juga diperluas.

b. SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

Pada pelaksanaannya dalam meningkatkan *brand image* sekolah melalui melalui program unggulan, Humas tentu saja mengacu pada apa yang telah direncanakan dalam perencanaan program sebelumnya. *Image* positif lembaga merupakan salah satu poin penting yang mempengaruhi keberhasilan sebuah lembaga, dengan demikian setiap sekolah perlu membangun *image* di mata masyarakat secara luas.

SMA Muhammadiyah 2 dalam melaksanakan program humas untuk meningkatkan *brand image* mempunyai beberapa program yang dilaksanakan melalui komunikasi, yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi internal, dan komunikasi eksternal. Ini senada dengan wawancara bersama waka humas bahwa:

“komunikasi kami itu ada 3 dalam melaksanakan program. Ada komunikasi interpersonal, komunikasi internal, dan komunikasi eksternal dilakukan dengan cara mengadakan kegiatan-kegiatan

sosial seperti bakti sosial, pemberian dana bina lingkungan, studi banding dan lain-lain”¹⁵⁵

Diperkuat oleh kepala sekolah dari SMA Muhammadiyah 2 bahwa:

“Dalam melaksanakan program, koordinasi humas disekolah tentu melibatkan seluruh komponen sekolah. Dengan adanya ini kan semua orang merasa dihargai dan merasa diperlukan di sekolah dengan diterimanya saran dan menjadi bagian dari sukses yang diraih sekolah. Karena rasa memiliki tersebut, semua merasa ikut bertanggung jawab terhadap suksesnya program pendidikan di sekolah. Contohnya kemarin ada kegiatan studi banding antar organisasi. Ada juga kegiatan IPM SMAMDA mendatangi panti asuhan, atau kerja sama seperti seminar dengan beberapa universitas Itu kan kegiatan dari humas, tapi dikoordinasikan dengan kami semua.”¹⁵⁶

Gambar 4.4 Kegiatan studi banding dan serminar bersama mahasiswa fakultas ekonomi UPN Jawa Timur



Dalam melaksanakan program humas guna meningkatkan *brand image* SMAMDA terus berinovasi, terutama dari segi program unggulan, agar tidak ketinggalan dan selalu menjadi garda terdepan untuk contoh sekolah lain. Untuk memperoleh kepercayaan dan mendapatkan *image* positif dari masyarakat tentunya ada banyak hal yang harus dilakukan

¹⁵⁵Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

¹⁵⁶Wawancara dengan Waka Kurikulum di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023

sebagai tindakan profesional. Salah satunya yaitu menggunakan media yang mana SMA Muhammadiyah 2 Surabaya dalam melakukan pencitraannya menggunakan 2 media yaitu kata-kata yang tercetak dan kata-kata lisan. Hal ini disampaikan waka humas dalam sesi wawancara, bahwa:

“kita dalam meningkatkan citra sekolah menggunakan 2 media mbak, bisa dari lisan dan media cetak. Media cetak ini itu maksudnya majalah digital Smamda, Brosur PSB, website, Pedoman PSB, surat, dan surat kabar. Kalau yang media verbal atau lisan itu seperti pameran, Open House, radio, gathering lembaga, home stay, bakti sosial, buka bersama, rapat jenjang, serta rapat internal. Nah, smamda ini mbak kan mempunyai program unggulan yang jarang dimiliki oleh sekolah Islam ya, yaitu program internasional itu. Disitu kami pasti akan mempromosikan program unggulan kita yang mana akan membuat masyarakat tertarik dengan smamda ini”¹⁵⁷.

Media memegang peranan penting di SMA Muhammadiyah 2 dalam mensukseskan upaya humas, terlebih lagi apabila dilihat populasi jangkauan humas sangat luas dan banyak jumlahnya. Dari mediator tersebut maka sekaligus sekolah bisa mempromosikan sekolah kepada seluruh masyarakat. SMA Muhammadiyah 2 dalam mengimplementasikan media tersebut guna meningkatkan *brand image* melibatkan pihak eksternal dan juga internal atau pihak dalam lembaga. Dengan mengadakan beberapa program, adapun selengkapnya sebagai berikut:

- 1) Komunikasi
 - a) Komunikasi interpersonal

¹⁵⁷Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

SMA Muhammadiyah 2 Surabaya selalu memberikan pelayanan serta informasi melalui komunikasi interpersonal terhadap mereka yang datang ke humas baik melalui rapat maupun bertemu langsung. Ini dipaparkan langsung oleh waka humas:

“semua yang ada di sekolah ini sudah kami breafing mbak, untuk menyambut tamu atau siapapun itu dengan baik. Khususnya cs. Kami pasti memberi pelayanan terbaik. Semua terlibat warga yang ada di sekolah meliputi kepala sekolah, wakasek, guru, karyawan, hingga siswa.”¹⁵⁸

b) Komunikasi internal

Sarana yang digunakan humas SMA Muhammadiyah 2 Surabaya dalam menyebarkan berbagai informasi kegiatan akademiknya yaitu dengan komunikasi internal yang mana publik dalam sekolah sebagai sasaran utama komunikasi internal.

Hal ini dipaparkan ketika wawancara:

“komunikasi internal yang dikemas dalam bentuk rapat internal itu diadakan setiap hari sabtu yang dihadiri Kepala sekolah, wakasek humas dan kesiswaan, wakasek kurikulum, wakasek sarpras, serta guru. Rapat itu tujuan untuk menggali informasi yang ada di sekolah selama satu minggu. Selain rapat internal, juga terdapat rapat pimpinan yang diadakan setiap hari rabu di Lembaga Pendidikan Muhammadiyah. Rapat tersebut dihadiri oleh kepala sekolah masing-masing jenjang serta pengurus di lembaga Muhammadiyah”¹⁵⁹

¹⁵⁸Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

¹⁵⁹Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

c) Komunikasi eksternal

Disamping komunikasi internal, SMA Muhammadiyah 2 Surabaya melakukan komunikasi eksternal sebagai sarana menjangkau masyarakat yang lebih luas melalui orang tua siswa, pemerintah, dunia usaha, dan media pers sebagai mitra kerja humas. Sebagaimana yang dipaparkan oleh waka humas bahwa:

“dalam mejaukau publik eksternal, setiap tahun sekolah mengadakan Home Stay. Kegiatan melibatkan siswa, selama 3 hari siswa membantu masyarakat dalam bentuk bakti sosial. Tujuan kegiatan tersebut melatih siswa berhubungan dengan masyarakat”¹⁶⁰

2) Kegiatan unik dan menarik yang mengundang media massa

Dalam rangka mempromosikan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, sekolah bekerja sama dengan media massa yang mana setiap kegiatan unik dan menarik melibatkan media massa untuk meliput. Hal ini disampaikan oleh waka humas dalam sesi wawancaranya

“event-event besar yang dilaksanakan sebulan sekali, sekolah mengundang wartawan untuk meliputnya. Sehingga dalam setiap bulan selalu ada berita terkait sekolah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya”¹⁶¹

Adanya kerjasama dengan pihak media massa yang kemudiana diliput dan disebarluaskan melalui tv, radio dan lain sebagainya akan

¹⁶⁰Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

¹⁶¹Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

berdampak positif bagi sekolah khususnya dalam semakin luasnya pencitraan SMA Muhammadiyah 2.

3) Publikasi

Publikasi SMA Muhammadiyah 2 Surabaya juga menjadi salah satu cara dalam meraih *brand image* sekolah. Beberapa kegiatan, karya dari prestasi siswa maupun tenaga pendidik selalu ditampilkan. Publikasi yang dilakukan SMA Muhammadiyah 2 ini melalui media cetak (brosur, majalah, koran, media sosial seperti website, youtube, *facebook*). Semua media mengupdate informasi terkait kegiatan akademik dan non akademik sehingga masyarakat dapat mengakses dengan mudah. Adapun wawancara selengkapnya sebagai berikut:

“pelaksanaan program humas ini salah satunya ya publikasi, publikasi bisa dari mana saja bisa melalui media cetak berupa koran dan majalah, media sosial berupa website dan aplikasi sosmed sekolah lainnya dan media elektronik berupa tv, radio atau videotron. Semua kegiatan sekolah baik dari program unggulan, prestasi siswa, prestasi guru sampai kegiatan internal dan juga eksternal kami publikasikan sebagai bentuk promosi sekolah. Melalui media sosial sebagai *branding* sekolah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya lebih dikenal masyarakat luas. Memang *Branding* sekolah melalui sosial media banyak dilakukan sekolah-sekolah”¹⁶²

“media kami sangat update mbak mengenai kegiatan sekolah, dan kami bikin semenarik mungkin, karena kan kalo pake internet mau nyebar informasi kan cepet mbak, apalagi kita punya wadah sendiri. Humas bisa jadi jurnalis buat sekolah mereka sendiri. Dengan publikasi online seluruh dunia bisa melihat tidak hanya indonesia saja.”¹⁶³

¹⁶²Wawancara dengan kepala sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023

¹⁶³Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

“siswa dengan rutin melakukan siaran yang berisi kegiatan sekolah, kegiatan Student Exchange, prestasi sekolah, ekstrakurikuler dan lain sebagainya yang berhubungan dengan sekolah di radio-radio Surabaya seperti El Victor FM, Suara Surabaya FM, dan lainnya yang tentunya didampingi oleh guru yang bertugas. Sesekali sekolah mengundang pihak tv untuk meliput kegiatan di sini”¹⁶⁴

Selain itu media cetak seperti koran dan majalah. SMA Muhammadiyah 2 Surabaya yaitu menggunakan media *videotron* yang dipasang pada pinggir jalan salah satunya di daerah Wonokromo dan Wiyung dan di radio juga.

Pengenalan Lembaga pendidikan kepada masyarakat luas tentu memerlukan langkah-langkah yang tepat seperti halnya publikasi ini dalam meningkatkan *brand image* sekolah. Melalui publikasi maka masyarakat bisa mengetahui berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan atau sedang dilakukan oleh sekolah. Hal ini tentu harus dikelola oleh pihak tertentu yaitu manajemen humas sekolah. Seperti halnya dilakukan SMA Muhammadiyah 2 juga dikelola oleh seluruh pihak humas sekolah.

4) Kerjasama sekolah dengan luar negeri

Dalam rangka student exchange/pertukaran pelajar, SMA Muhammadiyah 2 Surabaya juga bekerja sama dengan pihak luar

¹⁶⁴Wawancara dengan fasilitator program unggulan di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023.

negeri. Hal ini disampaikan oleh piha-pihak internal sekolah dalam sesi wawancara, bahwa:

“sekolah kami ini menjalin kerja sama dengan sekolah-sekolah di luar negeri sudah lama seperti Singapura, Malaysia, China, Belanda, dan Taiwan. Kami juga menambah jaringan *sister school* di beberapa sekolah dan universitas Turki dan Madinah yang dilanjutkan dengan program unroh nantinya.”¹⁶⁵

“Salah satu yang diunggulkan dari smamda ini kan program internasionalnya yang bekerja dengan lembaga luar. Dimana sekolah kami mempunyai program salah satunya yaitu *sister school* dan *student exchange*. Program *student exchange*, Smamda juga selalu dikunjungi siswa asing. Mulai siswa dari Korea, Meksiko, Australia, Amerika. Itu yang menjadi ciri khas dan keunggulan dari sekolah kami sekarang. Karena orang pasti cari perbedaan yang menonjol dari sekolah lain”¹⁶⁶

Kerjasama yang baik dengan pihak luar akan membangun *image* positif dan akan berdampak pada *brand image* sekolah.

5) Mempersatukan walimurid

Setiap menjelang pergantian semester, kenaikan kelas, dan menjelang Ujian akhir, sekolah mengundang wali murid (masyarakat). Kegiatan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan peserta didik. Hal ini dipaparkan oleh salah satu wali murid dari SMA Muhammadiyah, bahwa:

“Dalam rapat menjelang pergantian semester, kenaikan kelas, dan menjelang ujian akhir, kami sebagai wali murid Alhamdulillah diundang mbak.”

¹⁶⁵Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

¹⁶⁶Wawancara dengan fasilitator program unggulan di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023.

6) Aktif membuat karya

Pembuatan karya berbentuk audio visual seperti video, blog, artikel, press release, feature dan lainnya dilakukan Humas SMA Muhammadiyah 2 secara berkala sebagai sarana penunjang dan sarana dalam pelaksanaan public humas. Hal itu diungkapkan oleh waka humas sebagai berikut:

“tulisan guru berupa berita dikirim di PWMU, mading, dan website, diweb ini tulisan guru yang murni mbak kare kalau di PWMU adanya pengeditan dari editor. Selanjutnya yntuk video bermacam-macam mbak, ada timnya khusus untuk membuat video yang bagus misal video profil, even-event kegiatan siswa. Disisi lain tugas siswa berupa video diupload di yuotube sekolah. Sekolah mewadahi tulisan guru dan siswa di web sekolah, jadi tidak hanya humas yyang bias ngisi web sekolah mbak. Tulisan artikel siswa dan guru juga diterbitkan di Magdig. Biasanya anak-anak seneng mba karyanya diapresiasi.”¹⁶⁷

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan waka kurikulum terkait penulisan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya yang dimuat di PWMU:

“Iya mbak, sekolah rutin mengirim berita setiap bulannya di PWMU. Sekolah mengusahakan adanya kegiatan atau event setiap bulan yang diberitakan di PWMU sebagai bentuk promosi sekolah”¹⁶⁸

Penunjang jalannya kegiatan Humas dengan baik yaitu dengan berkarya. Karena jika publik diinformasi secara berkala akan mengenal instansi dengan baik serta publik mengetahui status dan kegiatan sekolah.

¹⁶⁷Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

¹⁶⁸Wawancara dengan Waka Kurikulum di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023.

7) Program Unggulan

Setiap sekolah pasti mempunyai ciri khasnya masing-masing. Seperti SMA Muhammadiyah 2 Surabaya yang memiliki ciri khasnya yaitu program internasional selain itu tidak lupa dengan sisi program unggulan keagamaan. Seperti yang dikatakan oleh fasilitator dari program internasional, bahwa:

“SMAMDA mempunyai program salah satunya yaitu *sister school* dan *student exchange* ke Australia. SMAMDA juga menjalin kerja sama dengan sekolah-sekolah di Singapura, Malaysia, China, Belanda, dan Taiwan. SMAMDA juga menambah jaringan *sister school* di beberapa sekolah dan universitas Turki dan Madinah yang dilanjutkan dengan program unroh nantinya. Itu yang menjadi ciri khas dan keunggulan dari SMAMDA sekarang. Karena orang pasti cari perbedaan yang menonjol dari sekolah lain.”¹⁶⁹

“kami berharap dari program unggulan tersebut kan anak bisa mendapat kan pengalaman hidup yang nyata, *lifeskills* untuk hidupnya mendatang. Ada juga sisi program unggulan keagamaannya mbak. Yang mana harapan kami juga anak-anak memiliki karakter islami, keterampilan, kewirausahaan dan mengenal budaya pendidikan luar negeri. Meski pendidikan modern tapi smamda ini juga mengedepankan akhlak islami. Setiap pagi siswa itu diajak mmbaca qur’an, shalat dhuha, melibatkan dalam setiap perayaan hari besar Islam. Jadi anak tidak hanya mempelajari ilmu agama, tapi langsung menerapkan di masyarakat. Semua kegiatan yang diadakan di sekolah kami termasuk *sister school*, itu semua berlandaskan agama yang bisa membentuk siswa berkepribadian seperti Rasulullah dan berkemajuan dalam bidang entrepreneur dan teknologi”¹⁷⁰

Hal ini diperkuat juga oleh pendapat dari Waka Kurikulum

SMAMDA, yaitu:

¹⁶⁹Wawancara dengan fasilitator program unggulan di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 mei 2023.

¹⁷⁰Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023

“SMA Muhammadiyah 2 Surabaya menekankan pentingnya kegiatan ekstrakurikuler, itu kan juga merupakan salah satu program unggulan juga dari sekolah kita. Ekstrakurikuler yang ada di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya berjumlah sebanyak 47. Hal itu disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan siswa sebagai bentuk pengembangan bakat dan minat mereka. Ada eskul organisasi, eskul bahasa yang bermacam-macam seperti inggris, mandarin, arab, jepang dan korea. Lalu ada eskul seni dari teater, melukis, tahfidz dan lain-lain, eskul olahraga, eskul DKV, serta eskul pilihan. Karena membentuk keterampilan profesional yang tidak dapat selalu diupayakan oleh kelas semata. Hal ini membuahkan hasil bahwa banyak sekali yang tertarik masuk ke SMAMDA ini karena program-program unggulan yang belum tentu dimiliki oleh sekolah lain, khususnya sekolah Islam”¹⁷¹

Gambar 4.5 Eskul robotik mendapat medali emas di kompetisi robotik dunia di Jepang



Dari semua kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan humas, tujuannya hanya satu. Ingin meningkatkan dan memperkenalkan humas kepada khalayak masyarakat. Oleh karena itu, adanya ekstrakurikuler (wadah pengembangan bakat dan minat) sebagai variasi kegiatan sekolah menjadi

¹⁷¹Wawancara dengan Waka Kurikulum di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 mei 2023.

daya tarik dan keunggulan tersendiri bagi siswa SMA Muhammadiyah 2 Surabaya.

Dari paparan tersebut dapat dilihat bahwa SMAMDA mengedepankan program unggulan sebagai salah satu hal utama dari banyaknya program humas untuk meningkatkan *brand image* lembaga. dengan adanya program unggulan, maka sekolah mempunyai ciri khas tersendiri dan menjadikan masyarakat semakin yakin terhadap lembaga itu sendiri.

Dari paparan diatas, diketahui bahwa jalannya manajemen humas yang dilakukan di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya mengacu terhadap 7 hal diatas. SMAMDA juga telah memanfaatkan berbagai macam media sosial guna ajang publikasi sekaligus promosi. Hal ini dipaparkan waka humas dalam sesi wawancara, bahwa:

“Ini secara umum aja. Kita kalo secara khusus itu tidak ada yang terikat untuk ini-ini, kecuali kalo untuk PPDB. Tapi kalo untuk kegiatan-kegiatan, yang penting apa yang akan kita publikasikan itu akan dikenal oleh masyarakat. Otomatis juga dikenal masyarakat maka akan membawa hal baik, hal ini kan bisa sekaligus menjadikan ajang promsi agar semakin dikenal masyarakat”.¹⁷²

“Kami promosinya pertama, kita itu pasang bener di jalan, sebar brosur di tempat umum, juga memberdayakan anak-anak, kemudian utama sih ya, publikasi kita itu di media sosial, media sosial kita itu lengkap ada websait, youtube, facebook, Inshaallah media sosialnya lengkap dan jalan”¹⁷³

¹⁷²Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

¹⁷³Wawancara dengan kepala sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023

Membentuk opini baik dari masyarakat terhadap lembaga membutuhkan langkah humas yang tepat dan beragam untuk meningkatkan reputasi lembaga. Dengan demikian membentuk opini publik sangat penting dalam proses *branding* sekolah. Lembaga pendidikan sebagai salah satu lembaga yang memerlukan reputasi yang baik di hadapan khalayaknya karena menjadi tempat lahirnya generasi muda yang cerdas, aktif dan berpengalaman. SMAMDA terus berusaha agar sekolah terus maju dan berkembang, tidak *stuck* ditempat agar tidak tertinggal dengan lembaga lain.

3. Evaluasi Program Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* melalui program unggulan

a. SMA Khadijah Surabaya

Dalam meningkatkan *brand image* SMA Khadijah, sekolah harus mempunyai kemampuan melihat dan mengontrol keberhasilan kegiatan atau sebaliknya, yaitu melalui evaluasi. Sebagai tahap akhir dalam proses manajemen Humas evaluasi mengungkap sejauh mana keberhasilan yang dicapai dan perbaikan yang harus dilakukan humas. Evaluasi sebagai bahan pertimbangan tercapainya kegiatan sesuai dengan tujuan sekolah. Dalam melakukan evaluasi humas Khadijah memiliki beberapa tahapan, yaitu:

- 1) Melakukan rapat evaluasi dengan seluruh pihak sekolah. Hal ini dipaparkan oleh Waka Humas bahwa:

“Untuk evaluasi biasanya kita melakukan di bulan mei-juni ini. Saya mesti mengevaluasi seluruh program dalam satu tahun. Jadi juni kan kita mesti disuruh untuk membuat program lagi buat tahun depan.”¹⁷⁴

- 2) Melakukan pengembangan pada kegiatan yang berhasil dan perbaikan pada kegiatan yang dirasa belum berhasil. Hal ini

dipaparkan oleh Waka Humas SMA Khadijah sebagai berikut:

“Jadi pada rapat yang dilakukan bersama disitu kita akan mengevaluasi kegiatan apa saja, baik itu yang berhasil ataupun tidak berhasil, atau yang belum mencapai 100%. Biasanya saya buat gitu, jadi saya buat list mana yang kurang, belum tercapai dan berhasil. Sehingga terus kalau misalkan sudah berhasil, ini diperluas kemana sayapnya.”¹⁷⁵

Paparan ini juga dikokohkan oleh Kepala Sekolah dari SMA Khadijah bahwa:

“Evaluasi itu perannya sangat penting untuk melihat hasil dari pelaksanaan program kerja humas.karena dari situ bisa melihat keberhasilan dan kegagalannya. Kalau saya tolak ukur keberhasilan pelaksanaan program humas, itu kalau saya sederhana ya. Sementara PPDB itu masih ada dan berjalan dengan baik dan menjadi daya tarik berarti itu masih berhasil. Untuk PPDBnya tidak hanya dibatasi atau tidak dibatasi ya, jadi disekolah kita ini hanya ada 6 kelas untuk 1 angkatan. Dan inyaallah selama pandemi SMA Khadijah tidak pernah kekurangan murid, selalu dapat penuh bahkan lebih-lebih. Tetapi kita kan juga perlu menjaga perasaan wali siswa, jadi kita menjaga kestabilan emosi wali siswa. Dari situ peran humas sangat penting.”¹⁷⁶

Seperti yang dipaparkan oleh penanggung jawab kurikulum

Cambridge untuk melakukan pengembangan pada program

¹⁷⁴Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

¹⁷⁵ Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

¹⁷⁶ Wawancara dengan Pak Ghoffar, selaku Kepala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

unggulannya di SMA Khadijah agar terus diminati oleh masyarakat:

“Jadi kalau untuk cambridge sekarang yang kita ikuti kan Cambridge ISL tapi untuk kedepannya kita ingin mengembangkan ke AS level. Jadi kalau AS level 1 tingkat di atasnya ISL harapannya adalah mudah untuk mendaftar di universitas luar negeri. Sehingga setiap tahun pasti ada yang minat untuk melanjutkan kuliahnya di luar negeri. Alhamdulillah Khadijah menjadi salah satu center *Cambridge*, sehingga menjadi point plus dimata masyarakat”¹⁷⁷

- 3) Menetapkan standar keberhasilan pada setiap program. Berhasil atau tidak program yang sudah direncanakan dan dijalankan dapat dilihat dari evaluasi, termasuk keberhasilan program humas SMA Khadijah dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan. Hal ini dipaparkan oleh Waka Humas, bahwa:

“program humas menurut saya sangat berdampak ya. Saya insyaallah kalau ini sudah meningkatkan *brand* sekolah, cuman kalau saya masih belum puas. Karena saya masih belajar, dari awal saya orangnya gak ngerti apapun, makanya saya tetap ingin belajar dan belajar.”¹⁷⁸

Keberhasilan *branding* yang dilakukan pihak humas tidak hanya dilihat dari jumlah banyaknya pujian atau liputan media massa, tetapi juga dilihat dari meningkat atau tidaknya kesadaran atau perubahan pendapat sikap, dan tingkah laku masyarakat terhadap SMA Khadijah Surabaya.

¹⁷⁷Wawancara dengan Bu Putri, selaku Penanggung jawab program unggulan SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

¹⁷⁸ Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

4) Meningkatkan Animo masyarakat melalui program unggulan.

Dalam hal ini peneliti mewawancarai salah satu wali murid dari SMA Khadijah Surabaya, beliau menyampaikan dari sesi wawancara bahwa:

“Khadijah merupakan sekolah yang mempunyai daya tarik tinggi. Apalagi mengenai lingkungan. Karena itu yang pertama dicari oleh orang tua misal ada perbandingan mau masuk negeri atau khadijah, saya pasti akan lebih memilih khadijah, bukan karena apa-apa. Apalagi ini SMA, jadi lingkungan sangat mempengaruhi. Dan ini berdasarkan pengalaman saya sendiri yang sudah pernah masuk SMK pariwisata, dan dasar saya mendidik ketika SMA harus mempunyai lingkungan yang bagus.”¹⁷⁹

Paparan ini diperkuat juga oleh wali murid yang lain bahwa:

“saya tertarik memasukkan anak saya kesini karena yang pertama ada Cambridge, karena kalau sekolah Islam jarang ada. Sedangkan ini sekolah nahdhiyyin dan sudah berdiri sangat lama. Yang ke dua, selalu berdengung ayat-ayat suci al-Qur’an ditelinga siswa. Itu yang tidak ada di luar. Itu sepele tapi barokahi. Suasannya seperti pesantren, dan menjadi paru-paru pesantren. Kemudian yang ke 3 tempatnya strategis, tidak masuk gang dan bisa dijangkau angkutan umum.”¹⁸⁰

“Program unggulan Cambridge menjadi salah satu hal atau minat masyarakat untuk masuk ke Khadijah. Karena kebetulan saya kan juga menjadi panitia PPDB. Kita kan ada instagram, itu di DM banyak sekali yang menanyakan kurikulum Cambridge pelaksanaannya seperti apa, dan ada juga yang minya jadwal pelajaran ke kita, jadi mereka ingin seberapa besar kurikulum Cambridge itu diterapkan di pembelajaran sekolah atau sehari-hari”¹⁸¹

¹⁷⁹Wawancara dengan Bu Syarafah, selaku Wali Murid dari SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

¹⁸⁰Wawancara dengan Pak Sidqi, selaku Wali Murid di SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

¹⁸¹Wawancara dengan Bu Putri, selaku Penanggung jawab program unggulan SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023.

Masyarakat juga telah memberikan respon yang baik, dilihat dari komentar-komentar orang tua siswa. Hal ini menunjukkan bahwa semua program humas dapat terlaksana dengan baik melihat dampak dari pelaksanaan program tersebut dapat meningkatkan *brand image* sekolah salah satunya yaitu peningkatan animo masyarakat dengan adanya program unggulan yang disuguhkan oleh SMA Khadijah, hal ini disampaikan oleh waka humas dalam sesi wawancara bahwa:

“Kalau peningkatan animo masyarakat insyaallah ada. Itukan terbukti dari penerimaan siswa kita. Penerimaan siswa itu sebenarnya hanya 192 setiap tahunnya, tapi kenyataanya pasti kita melebihi itu.”¹⁸²

Kepala sekolah menambahkan juga dalam sesi wawancara bahwa:

“Ya selama ini apa yang dilakukan oleh Humas itu ya seusia dengan program itu. Misalnya ada program studi kampus, seperti tahun lalu itu ke Semarang, pernah ke Bali. Malah kemaren mau ke Turki tapi karena terjadi gempa, dan itu masuk program tahunan”¹⁸³

Evaluasi terhadap suatu program bisa dilaksanakan dengan berbagai cara, hal ini akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan program yang dirancang. Evaluasi ini sangat penting untuk dilakukan untuk terus meningkatkan *image* lembaga yang pada akhirnya dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Pelaksanaan evaluasi diperlukan untuk melihat sejauhmana program humas dilaksanakan serta untuk dijadikan

¹⁸²Wawancara dengan Bu Khayyuna, selaku Waka Humas SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

¹⁸³Wawancara dengan Pak Ghoffar, selaku Kepala Sekolah SMA Khadijah Surabaya, tanggal 06 Maret 2023

landasan atau perbandingan ketika mengambil alternatif dan merencanakan program maupun pelaksanaan program humas.

Berdasarkan observasi peneliti, mengenai evaluasi humas dilakukan di setiap akhir tahun ajaran sampai awal tahun ajaran baru. Yaitu pada bulan Mei atau Juni. Namun, dalam hal ini peneliti tidak mendapatkan dokumen analisis mengenai evaluasi program yang dilakukan. Akan tetapi Waka Humas mengatakan bahwa dalam evaluasi setiap masukan dan kritikan di dalam musyawarah pasti dijadikan acuan untuk perbaikan selanjutnya.

b. SMA Muhammadiyah 2

Setelah tahap pelaksanaan program humas di SMA Muhammadiyah 2 dilaksanakan, tahap selanjutnya adalah evaluasi. Kegiatan evaluasi harus dilakukan oleh suatu organisasi atau lembaga, untuk menuntut adanya standar kegiatan humas. Terkait penilaian pelaksanaan program, dapat dijadikan tolak ukur efektif atau tidak dapat dilihat dari kegiatan evaluasi.

- 1) Analisis Evaluasi dan menentukan standar keberhasilan. Dengan adanya evaluasi, maka kegiatan akan dapat dilihat sejauh mana keberhasilan yang dicapai dan dilakukan perbaikan-perbaikan khususnya di bagian humas yang pada kali ini mengarah pada *brand*

image melalui program unggulan di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya. Hal ini disampaikan oleh waka humas bahwa:

“dengan adanya evaluasi kan kita bisa melihat kekurangan dan kelebihan dari pelaksanaan program. Apakah program sudah terlaksana dengan baik dan benar. Sehingga memberi dampak positif atau negatif terhadap sekolah ini”¹⁸⁴

Pentingnya proses evaluasi yang nanti di dalamnya terdapat berbagai tahapan sebagai acuan dan landasan menilai suatu kegiatan sehingga membentuk bahan perencanaan baru dikemudian hari.

- 2) Rapat mengenai evaluasi, ini dilaksanakan pada akhir tahun ajaran- sampai awal tahun ajaran baru. Berikut pemaparan terkait temuan penelitian di lapangan.

“berbicara mengenai evaluasi setiap rapat apapun sebenarnya kami adakan untuk momentum evaluasi. Setiap selesai melaksanakan program kami adakan evaluasi, hal ini kami lakukan agar terus menerus melakukan perbaikan. Tetapi, untuk waktu tepatnya itu setiap akhir tahun ajaran sampai sebelum awal tahun ajaran baru. Mungkin sekitar Mei sampai Juni. Kalo ada sesuatu yang pengen disampaikan biasanya saya ga nunggu waktu rapat humas, pokoknya kalo si orang yang berkepentingan tadi longgar biasane aku langsung ngajak ngobrol mbak.”¹⁸⁵

- 3) Meningkatnya animo masyarakat setiap tahunnya. Tingginya animo masyarakat merupakan salah satu bentuk keberhasilan program humas dalam meningkatkan *brand image* sekolah. Tandanya pada banyaknya pendaftar yang melebihi kuota sekolah. SMA

¹⁸⁴Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

¹⁸⁵Wawancara dengan kepala sekolah di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023

Muhammadiyah 2 Surabaya merupakan sekolah swasta yang dibidang peminatnya tinggi.

“kalau berhasil, insyaallah semua program sudah terlaksana dengan baik dan berhasil. Tetapi pasti dari sekolah akan terus melakukan peningkatan agar tidak pernah merasa puas. Tetapi untuk program semua Alhamdulillah sudah berjalan pada tahun ini. Dan jika melihat animo masyarakat untuk masuk ke sekolah ini, setiap tahunnya meningkat. Dan juga banyak sekolah-sekolah lain melakukan studi banding kesini, itu kan mereka tau dari publikasi-publikasi kita baik terutama media online”¹⁸⁶

Hal ini juga dibuktikan dengan hasil wawancara dengan salah satu walimurid dari SMA Khadijah:

“Karena berbeda aja sih mbak dari yang lain. Disini ini kan tidak hanya program formalnya aja tetapi keislamannya juga dikedepankan. Jadi saya tertarik saja disini. Di sekolah ini tidak hanya mengutamakan prestasi akademik dan non-akademik saja melainkan juga mengutamakan pembentukan karakter islami termasuk pembentukan keperibadian sehingga anak-anak menjadi pribadi yang memiliki karakter yang kuat, mempunyai akhlak mulia, menjadi generasi yang unggul, menjadi anak yang sholeh dan soleha, serta menjadi pribadi yang unggul dalam persaingan lokal dan internasional”¹⁸⁷

Humas Smamda dalam meningkatkan *brand image* berdasarkan hasil wawancara sudah terlaksana dengan baik. Dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang mendaftar setiap tahunnya. Dan juga semakin banyaknya lembaga pendidikan lain yang berkunjung karena melihat berbagai publikasi yang dijalankan oleh humas. Evaluasi terhadap suatu program bisa dilaksanakan dengan berbagai cara, hal

¹⁸⁶Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 12 Mei 2023

¹⁸⁷Wawancara dengan wali murid di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 19 mei 2023

ini akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan program yang dirancang.

- 4) Evaluasi kendala dengan mengadakan pengembangan dan perbaikan program. Kendala pada setiap lembaga pendidikan pasti ada, dan hal itu bisa bermacam-macam bentuknya. Bisa dari proses kegiatan humasnya atau ahkan kegiatan dalam pendidikannya. Dengan melakukan manajemen dari perencanaan sampai tahap evaluasi maka kendala tersebut akan terlihat dan akan mudah menemukan solusi dari kendala tersebut. Sehingga dilakukan perbaikan-perbaikan untuk peorses kedepannya. Hal ini dipaparkan oleh Waka Humas dari SMA Muhammadiyah, bahwa:

“Pastinya disamping kita memiliki keunggulan dari program kami juga memiliki kelemahan mbak. Salah satu kelemahan kami itu ya keterbatasan personil humas padahal minat masyarakat sedang bagus-bagusnya. Ada juga ancaman untuk kami bahwa masih banyak masyarakat atau siswa yang menempatkan sekolah negeri pada pilihan pertama dan ketatnya persaingan antar sekolah. Namun sekolah kami mempunyai peluang yaitu adanya jaringan kerjasama dengan media massa maupun beberapa sekolah di luar negeri. Harapan pengembangan kegiatan humas untuk kedepannya yaitu dengan memaksimalkan pelayanan baik kepada siswa, guru, maupun masyarakat yang datang ke sekolah. Karena melalui pelayanan yang diberikan tersebut secara tidak langsung personel sekolah dan masyarakat dapat menilai kinerja dan performa dari sekolah yang akan dijadikan sebagai tempat menempuh pendidikannya”¹⁸⁸

Sejatinya sekolah menginginkan semua calon siswa yang mendaftar diterima, akan tetapi sarana yang dimiliki kurang memadai. Sehingga

¹⁸⁸Wawancara dengan Waka Humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, tanggal 03 Mei 2023

siswa yang diterima juga menyesuaikan dengan gedung dan hasil seleksi di awal penerimaan siswa baru. Cara seperti itu dilakukan supaya pembelajaran di kelas menjadi lebih efektif dan efisien.

Gambar 4.6 Evaluasi Pelaksanaan Program



Dari Dari hasil observasi dan wawancara di atas bahwasanya dengan adanya teknik evaluasi seperti itu akan dapat mengetahui semua permasalahan ataupun masukan-masukan yang terdapat dalam smamda, maka dari itu permasalahan-permasalahan yang terjadi dapat diperbaiki sedangkan masukan-masukan yang ada dapat diterima dan dipilih dengan baik dengan tujuan untuk mengembangkan dan meningkatkan *brand image* sekolah.

C. Hasil Penelitian

Berdasarkan paparan data dari subab sebelumnya, peneliti meringkas semua temuan mengenai manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* melalui

program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya dengan fokus sebagai berikut:

1. Perencanaan Program Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

Berdasarkan data yang telah dipaparkan maka konsep perumusan perencanaan manajemen humas SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah dalam membangun citra diawali dengan menentukan analisis lingkungan internal dan eksternal, pemetaan sasaran, dan menelaah kendala dan hambatan. Lalu diadakan koordinasi untuk menentukan tugas dan fungsi dari program yang akan dijalankan, dengan berdasarkan dari visi misi dari masing-masing lembaga.

a. SMA Khadijah

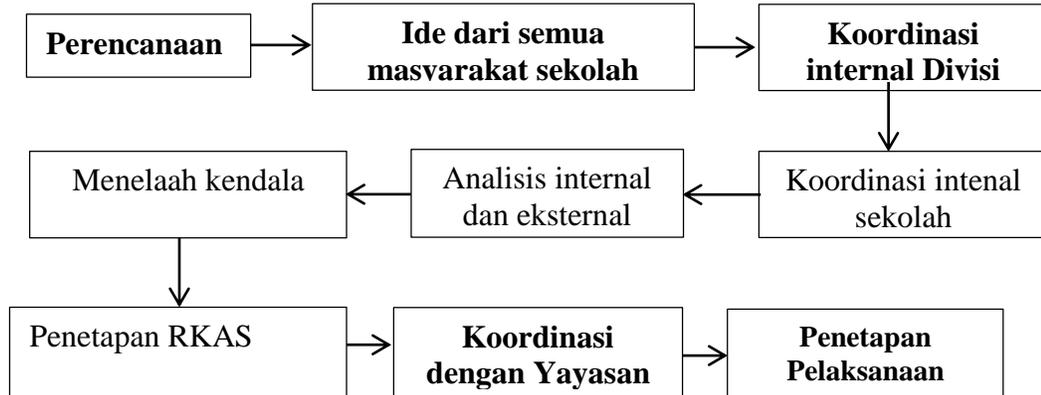
- 1) Koordinasi, analisis situasi internal dan eksternal
- 2) Pemetaan dan pemilihan target sasaran
- 3) Menelaah kendala dan hambatan

b. SMA Muhammadiyah 2

- 1) Menganalisis kondisi lingkungan (*need assesment*)
- 2) Rapat koordinasi internal
- 3) Analisis situasi
- 4) Pemilihan target sasaran

Perencanaan tersebut turut mempertimbangkan beberapa unsur manajemen 5M *men* (sumber daya manusia), *method* (langkah-langkah), *material* (bahan perencanaan dan kurikulum), *machine* (sarana dan prasarana), dan *money* (keuangan). Beberapa unsur tersebut merupakan sistem yang saling berkaitan satu sama lain dalam rangka mewujudkan tujuan humas yakni meningkatkan *brand image* sekolah.

Bagan 4.1 Perencanaan Humas SMA Khadijah



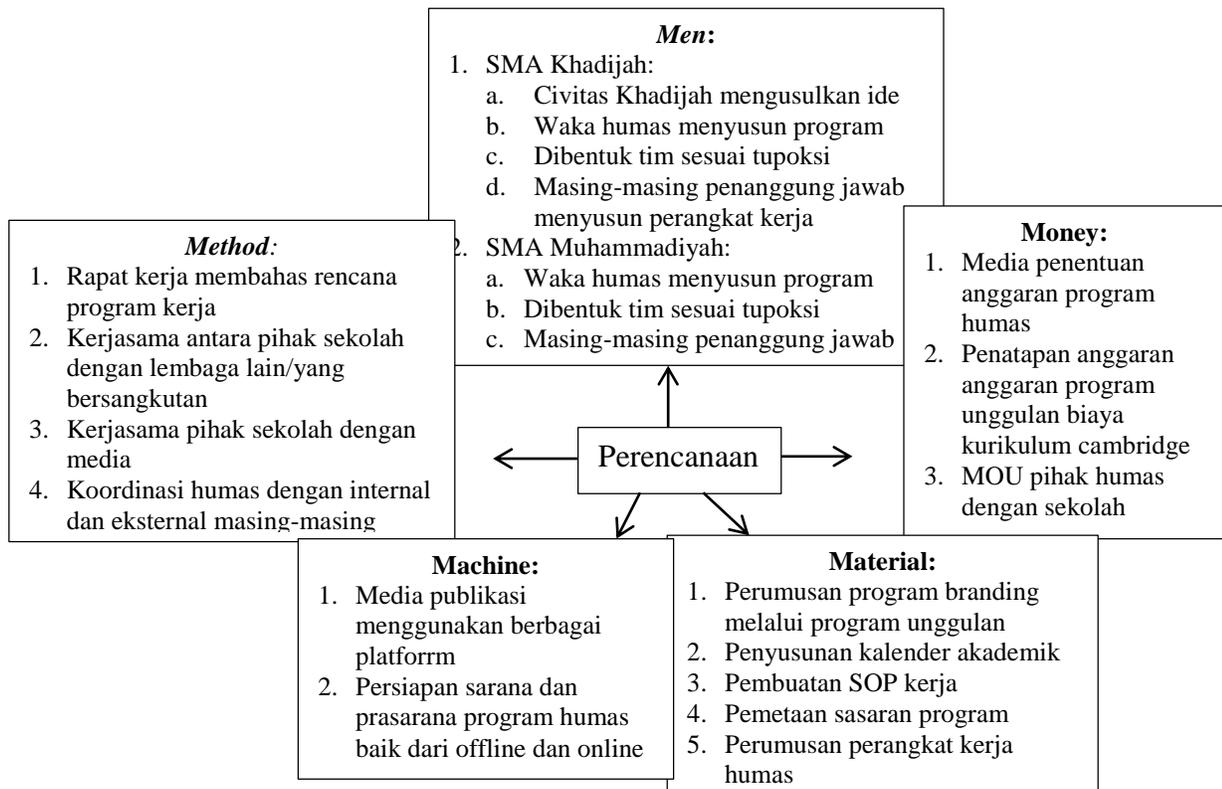
Bagan 4.2 Perencanaan Humas di SMA Muhammadiyah 2



Perencanaan tersebut turut mempertimbangkan beberapa unsur manajemen 5M *men*, *method*, *material*, *machine*, dan *money*. Beberapa unsur tersebut merupakan sistem yang saling berkaitan satu sama lain dalam rangka

mewujudkan tujuan humas yakni meningkatkan *brand image* sekolah. Dapat diringkas dalam bagan berikut ini:

Bagan 4.3 Perencanaan humas dalam mengembangkan *brand image*:



2. Pelaksanaan Program Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

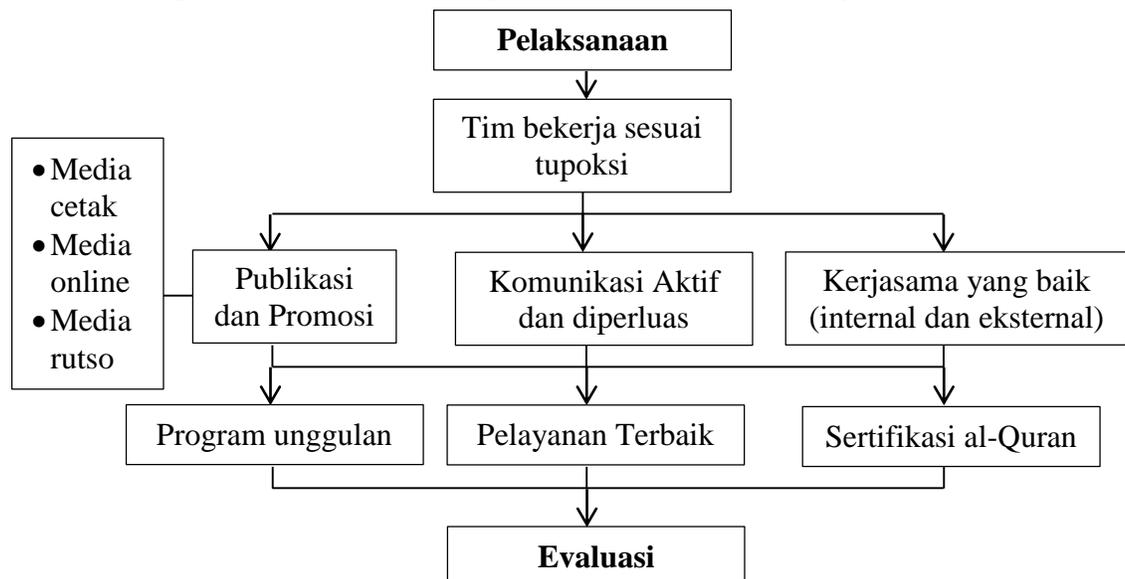
Kebijakan humas yang telah dirumuskan dan ditetapkan selanjutnya direalisasikan oleh kedua lembaga baik SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 dalam bentuk pelaksanaan, yaitu:

- SMA Khadijah
 - Publikasi dan Promosi
 - Komunikasi aktif dan diperluas

- 3) Kerjasama yang baik (internal dan eksternal)
- 4) Program unggulan (Kurikulum agama terpadu dan *Cambridge*)
- 5) Pelayanan terbaik
- 6) Sertifikasi al-Quran

Pelaksanaan di atas agar lebih memahamkan maka peneliti ilustrasikan dalam diagram di bawah ini:

Bagan 4.4 Pelaksanaan Program Humas di SMA Khadijah



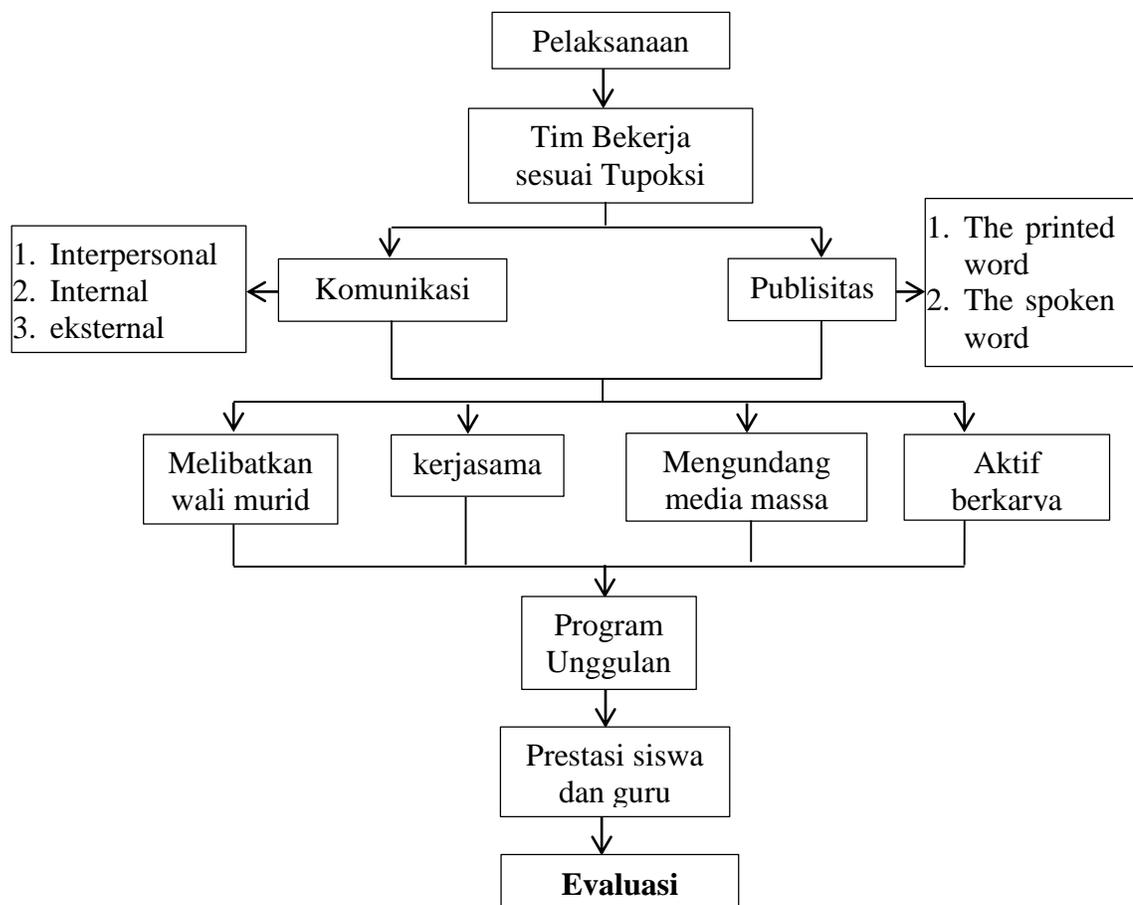
b. SMA Muhammadiyah 2

- 1) Program 3 Komunikasi (interpersonal, internal, eksternal)
- 2) Publisitas (cetak, online, lisan)
- 3) Kerjasama dengan lembaga lain luar negeri
- 4) Mengundang media massa dalam kegiatan unik
- 5) Aktif membuat karya
- 6) Mempersatukan wali murid atau masyarakat

7) Program unggulan (program *sister school*, internasional yang memadukan kurikulum nasional, *cambridge*, dan kurikulum muhammadiyah)

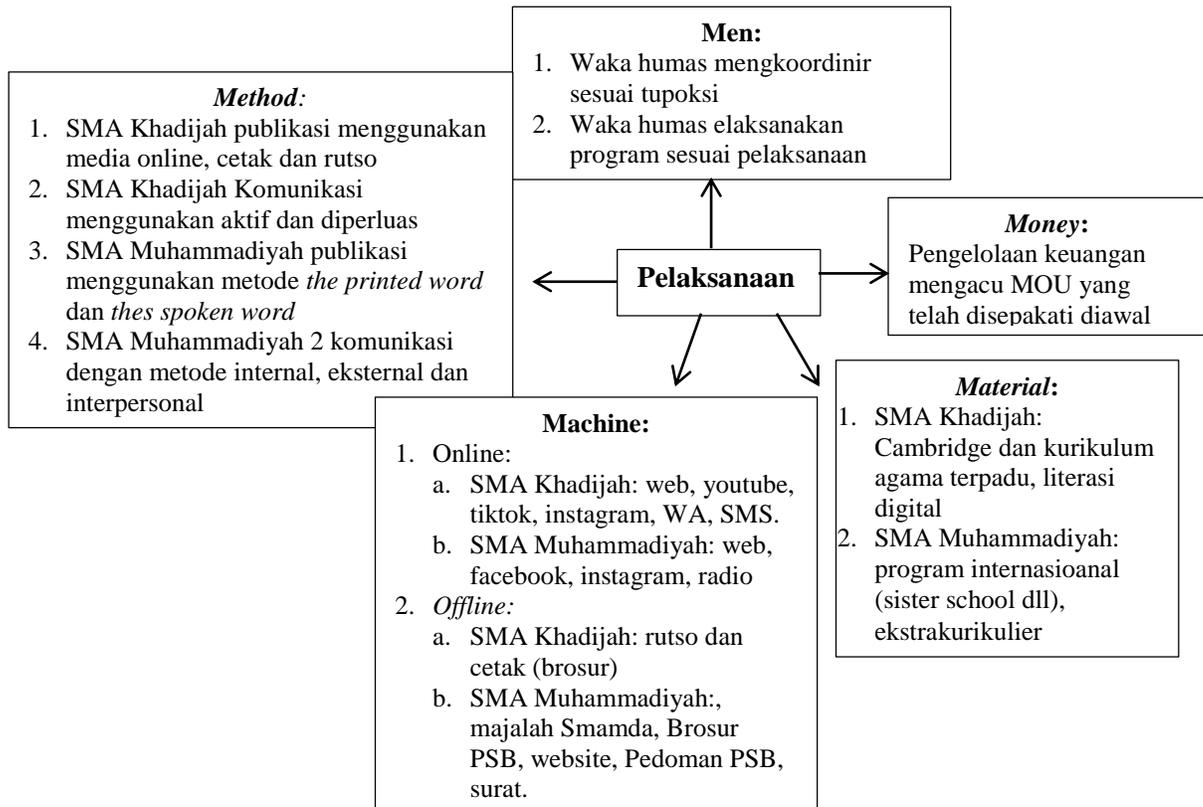
Pelaksanaan di atas agar lebih memahamkan maka peneliti ilustrasikan dalam diagram di bawah ini:

Bagan 4.5 Pelaksanaan Program Humas di SMA Muhammdiyah 2



Dapat diringkas dalam bagan 5m berikut ini:

Bagan 4.6 Pelaksanaan humass dalam meningkatkan *brand image*



3. Evaluasi Program Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

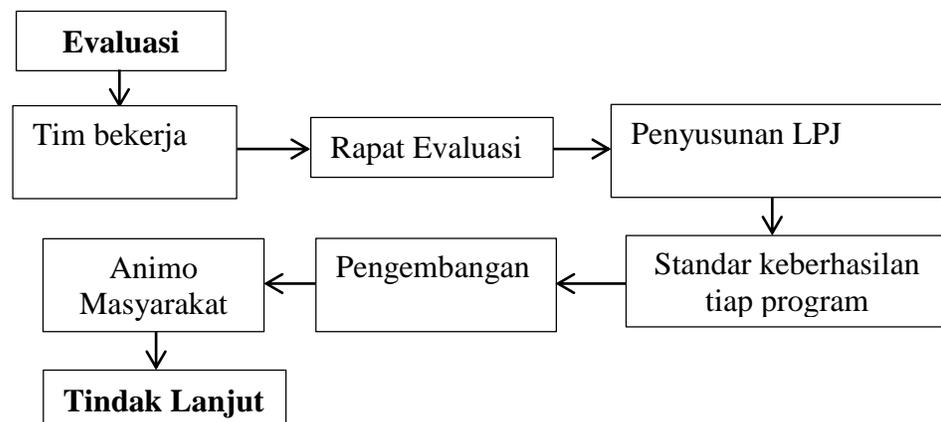
Evaluasi yang dilaksanakan humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan ditinjau dari perencanaan dan pelaksanaan. Hal tersebut dalam rangka mengontrol dan mengecek ketercapaian program humas masing-masing lembaga pendidikan. Selanjutnya akan disusun gagasan solusi atau alternatif sebagai tindak lanjut. Selengkapny temuan peneliti diuraikan sebagai berikut:

a. SMA Khadijah

- 1) Melakukan rapat evaluasi dengan seluruh pihak sekolah yang dilaksanakan satu tahun sekali. Pada periode mei-juni.
- 2) Menetapkan standar keberhasilan pada setiap program
- 3) Melakukan pengembangan pada kegiatan yang berhasil dan perbaikan pada kegiatan yang dirasa belum berhasil
- 4) Berdasarkan dari hasil analisis statistik SMA Khadijah Surabaya, bahwa peningkatan peserta didik disetiap tahun sebagai berikut: pada tahun 2020 sebanyak 204, pada tahun 2021 sebanyak 176, dan pada tahun 2022 sebanyak 205 siswa. Pada tahun 2021 menurun dikarenakan terjadi pandemi yang menerjang salah satunya dari konsektor pendidikan. Sehingga berdampak juga terhadap SMA Khadijah ini.

Evaluasi di atas agar lebih memahamkan maka peneliti ilustrasikan dalam diagram di bawah ini:

Bagan 4.7 Evaluasi Program Humas SMA Khadijah

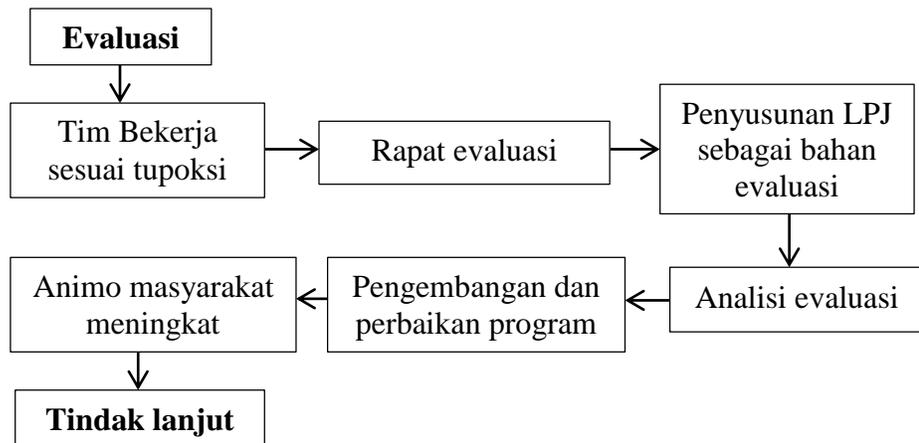


b. SMA Muhammadiyah 2

- 1) Melakukan rapat evaluasi dalam setiap pelaksanaan program
- 2) Analisis evaluasi
- 3) Mengadakan pengembangan program dan perbaikan program
- 4) Meningkatnya animo masyarakat setiap tahunnya

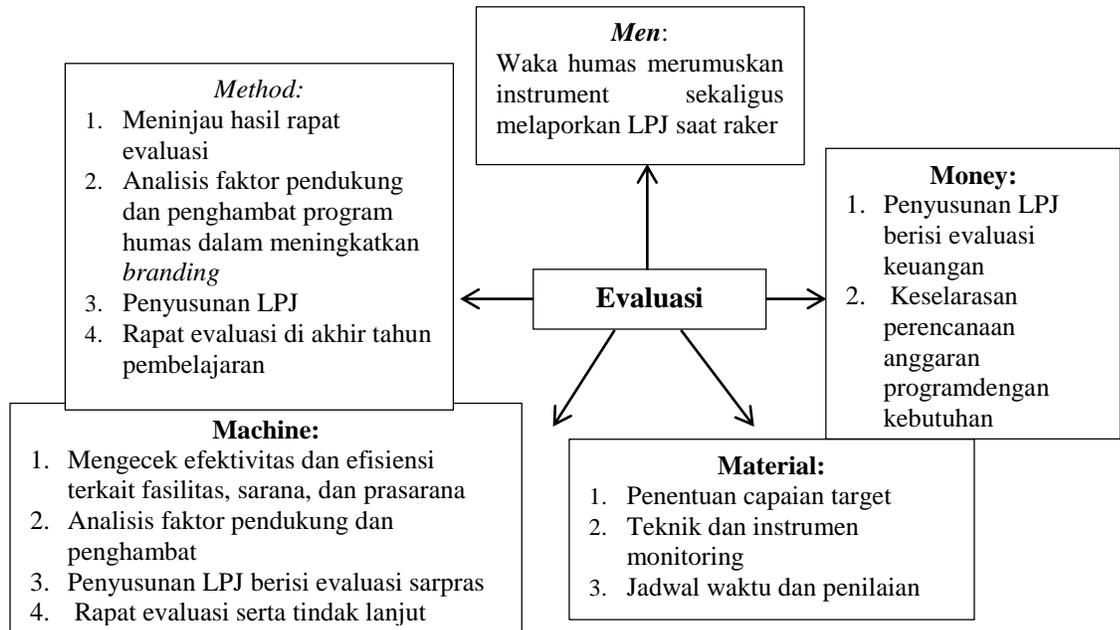
Evaluasi di atas agar lebih memahamkan maka peneliti ilustrasikan dalam diagram di bawah ini:

Bagan 4.8 Evaluasi Program Humas SMA Muhammadiyah 2



Dapat diringkas dalam bagan 5m berikut ini:

Bagan 4.9 evaluasi humas dalam meningkatkan *brand image*



Tabel 4.1 Temuan Penelitian Lintas Situs

No	Fokus	SMA Khadijah	SMA Muhammadiyah 2	Keterangan
1	Perencanaan Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Melalui Program Unggulan	<p>Penetapan Tujuan</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Koordinasi internal humas b. Koordinasi dengan sekolah SMA Khadijah c. Koordinasi dengan yayasan khadijah <p>Analisis situasi di SMA Khadijah dengan internal dan eksternal</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Melihat trend yang terjadi diluar sekolah (dilaksanakan Unit 	<p>Penetapan Tujuan, berdasarkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Need assessment</i> atau berbasis kebutuhan (analisis lingkungan) b. Koordinasi dengan pihak internal humas c. Rapat besar tenaga pendidikan dan kependidikan <p>Analisis situasi di SMA Muhammadiyah dengan internal dan eksternal:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Dilihat dari segi input sekolah b. Mengidentifikasi teknik sosialisasi humas 	<ol style="list-style-type: none"> a. SMA Khadijah penyusunan dilakukan 5 tahun sekali mengacu pada RENSTRA Yayasan Khadijah. Dari renstra tersebut disusun dengan yang namanya RKAS sekolah. Setiap tahun ada RKAS yang mana itu masuk dalam program tahunan Humas b. SMA Muhammadiyah 2 penyusunan berdasarkan <i>need assessment</i> yang mengacu terhadap Visi Misi sekolah dan analisis

		<p>Penjaminan Mutu Sekolah (UPM))</p> <p>b. Melakukan audit internal setiap semester</p> <p>c. Melihat dari suara, kepemilikan dan pilihan siswa</p>	c. Melakukan analisis SWOT	SWOT, mengacu RKAS sekolah.
		Melakukan pemlihan dan pemetaan sasaran dengan berpacuan pada analisis situasi	Menentukan tujuan yang jelas serta dipilih target sasarannya. Program itu ditujukan untuk siapa. Masyarakat internal kah, eksternal kah atau global kah	
		<p>Menelaah kendala dan hambatan dengan analisis. Kemudian dilakukan rapat atau koordinasi guna mencari jalan keluar dari permasalahan atau kendala tersebut. Kendala yang dialami SMA Khadijah yaitu:</p> <p>a. Waktu yang terbatas</p> <p>b. Aset sekolah</p> <p>c. Aset finansial</p> <p>d. Aset politik</p>	Mengkaji kekurangan, kelebihan maupun tantangan yang akan dihadapi dari pelaksanaan kita yang dijalankan nanti.	
2	<p>Pelaksanaan Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Melalui Program Unggulan</p>	<p>Dalam melaksanakan program humas untuk <i>brand image</i> melalui program unggulan memperhatikan beberapa hal:</p> <p>a. Publikasi dan Promosi, memakai 3 metode</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Media cetak 2) Media online 3) Media rutso <p>b. Komunikasi, memakai 2 metode</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Aktif, sering berkomunikasi pada siapapun 2) Diperluas, memperdalam dari materinya. <p>c. Kerjasama</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Internal, adanya kebersamaan, saling menghargai 	<p>Dalam melaksanakan program humas untuk <i>brand image</i> melalui program unggulan memperhatikan beberapa hal:</p> <p>a. Publisitas, memakai 2 metode:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) <i>The spoken word</i> () 2) <i>The printed word</i> <p>b. Komunikasi, memakai 3 metode:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Internal, menyebarkan informasi kegiatan akademik (<i>gathering</i>, rapat internal tiap minggu, rapat pimpinan se Muhammadiyah) 2) Eksternal, jangkauan lebih luas seperti siswa, wali murid, pemerintah, dunia usaha, media 	<p>Semua kegiatan yang dilaksanakan oleh humas dari kedua lembaga tersebut tujuannya sama yaitu meningkatkan <i>brand image</i> sekolah, menciptakan <i>image</i> positif sekolah melalui program unggulan yang dimiliki oleh sekolah, dengan tujuan semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk masuk ke dalam kedua lembaga tersebut.</p>

		<p>dan menghormati antar sesama</p> <p>2) Eksternal, dengan lembaga pendidikan dari sekolah sampai perguruan tinggi dalam dan luar negeri.</p> <p>d. Program unggulan yang menjadi citra dan ciri khas sekolah:</p> <p>1) <i>Boarding school</i></p> <p>2) <i>Cambridge Curriculum</i></p> <p>3) Literasi Digital</p> <p>4) Kurikulum agama terpadu</p> <p>5) 17 Ekstrakurikuler</p> <p>e. Pelayanan terbaik, dalam artian promosi internal</p> <p>f. Sertifikasi al-Qur'an dari PIQ Singosari Malang (program terbaru yaitu menulis al-Quran)</p>	<p>pers sebagai mitra kerja humas. (contoh: <i>home stay</i>)</p> <p>3) Interpersonal, memberikan pelayanan terbaik</p> <p>c. Kerjasama</p> <p>1) Lembaga-lembaga di luar negeri (<i>sister school, student exchange</i>)</p> <p>2) Lembaga pendidikan terbaik dalam negeri (sekolah dan perguruan tinggi)</p> <p>d. Program Unggulan yang menjadi citra dan ciri khas sekolah:</p> <p>1) Program internasional</p> <p>2) <i>Boarding school</i></p> <p>3) <i>Sister school</i></p> <p>4) <i>Student exchange</i></p> <p>5) Mengedapankan ekstrakurikuler (47 ekstrakurikuler)</p> <p>6) Kurikulum muhammadiyah</p> <p>e. Kegiatan unik yang mengundang media massa (televise, Koran, radio dan media massa lainnya)</p> <p>f. Mempersatukan wali murid (rapat menjelang pergantian semester, kenaikan kelas, menjelang ujian akhir)</p> <p>g. Guru aktif membuat karya yang dikirim ke magdig, PWMU, website.</p>	
3	Evaluasi Humas dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Melalui	<p>a. Melakukan rapat evaluasi yang dilakukan pada bulan Mei-Juni</p> <p>b. Melakukan pengembangan pada kegiatan yang berhasil dan perbaikan pada</p>	<p>a. Analisis Evaluasi dan menentukan standar keberhasilan</p> <p>b. Rapat mengenai evaluasi yang dilaksanakan pada akhir tahun ajaran-sampai awal tahun ajaran baru.</p>	

	Program Unggulan	<p>kegiatan yang dirasa belum berhasil</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Berpacu pada PPDB 2) Meningkatkan program unggulan <p>c. Menetapkan standar keberhasilan pada setiap program</p> <p>d. Meningkatnya animo masyarakat melalui program unggulan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pendaftar 2020: 204 siswa 2) Pendaftar 2021: 176 siswa (terkendala pandemi COVID-19) 3) Pendaftar 2022: 205 siswa 	<p>c. Meningkatnya animo masyarakat setiap tahun</p> <p>d. Evaluasi kendala dengan mengadakan pengembangan dan perbaikan program</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pemeliharaan sarana dan prasarana 2) Keterbatasan personil humas 3) Masyarakat yang masih menempatkan sekolah negeri pada pilihan pertama dan ketatnya persaingan antar sekolah 	
--	------------------	---	---	--

BAB V

PEMBAHASAN

Temuan peneliti terhadap penelitian yang berjudul “Manajemen Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* Melalui Program Unggulan” melalui wawancara mendalam, teknik observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini akan dipaparkan secara deskriptif dengan menganalisis temuan-temuan terkait peristiwa lapangan dipadukan dengan konsep-konsep teoritis yang ada untuk menemukan titik temu antara keduanya berupa penemuan-penemuan baru secara konseptual.

A. Perencanaan Program Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* Melalui Program Unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

Manajemen tidak dapat dipisahkan dengan yang namanya perencanaan, karena perencanaan menjadi bagian yang sangat penting. Bagian awal dalam manajemen humas adalah perencanaan dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan. Masing-masing lembaga pendidikan memiliki manajemen, dan perencanaan menjadi salah satu bagian penting dalam manajemen. Sebelum melaksanakan kebijakan, kegiatan dan program, harus dilakukan perencanaan terlebih dahulu pada tahap awal. Perencanaan sebagai *blue print* dalam kebijakan, kegiatan dan macam-macam program dalam lembaga.¹⁸⁹ Humas dalam lembaga

¹⁸⁹Slamet Mulyadi, “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, no. 2 (2018): 121–134.

pendidikan harus mempunyai sistem, strategi, modal dan langkah kerja tersendiri untuk menjaga dan memajukan citra lembaga.

Peneliti menemukan data yang mengungkap perencanaan dalam kegiatan humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya melalui beberapa persiapan. Diantaranya yaitu:

a. SMA Khadijah

- 1) Penetapan Tujuan (Koordinasi dengan Internal Humas, Sekolah dan Yayasan)
- 2) Analisis situasi di SMA Khadijah dengan internal dan eksternal
- 3) Melakukan pemilihan dan pemetaan sasaran serta
- 4) menelaah kendala dan hambatan dengan analisis. Kemudian dilakukan rapat atau koordinasi guna mencari jalan keluar dari permasalahan atau kendala tersebut.

b. SMA Muhammadiyah 2

- 1) Penetapan tujuan berdasarkan *Need assessment* atau berbasis kebutuhan, koordinasi dengan pihak internal humas, rapat besar tenaga pendidikan dan kependidikan.
- 2) Analisis Situasi dengan internal dan eksternal, melihat dari segi input sekolah, identifikasi teknik sosialisasi humas, melakukan analisis SWOT
- 3) Melakukan pemilihatan target sasaran
- 4) Mengkaji kekurangan, kelebihan maupun tantangan.

Ketika memulia tahun ajaran baru, harus ada persiapan demi persiapan pada setiap kegiatan, sehingga setiap kegiatan akan tersusun dan terlaksana secara teratur dan rapi. Kegiatan tersebut dilaksanakan guna mendukung pelaksanaan program humas ke depan berdasarkan keputusan-keputusan yang telah ditetapkan sebagai panduan pelaksanaan ke depan. Sebelum merencanakan sebuah program kegiatan, SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya telah mempunyai tujuan yang jelas yakni tertuang dalam visi misi masing-masing lembaga. Perencanaan yang telah diolah dan disusun harus sesuai visi, misi, tujuan sekolah. Dengan disusun sesuai strategi dan tujuan sekolah maka sararan akan sesuai dan tepat.¹⁹⁰ Ringkasnya pada penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pada program humas telah melalui persiapan yang baik.

Perencanaan humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya sama-sama meliputi perumusan perencanaan, analisis situasi internal dan eksternal, mengidentifikasi hambatan-hambatan dan juga melakukan rincian anggaran yang tertuang dalam program kerja. Proses perencanaan program humas di kedua lembaga pendidikan ini telah dirancang sebagaimana prosedur dari lembaga masing-masing. Sebagaimana pendapat dari Rosady Ruslan tentang beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perencanaan:

¹⁹⁰Syarifuddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam* (Jakarta: Pt Ciputat Pers, 2005), 62-63.

(1) menentukan tujuan, (2) analisis situasi, (3) identifikasi hambatan, (4) waktu dan skala prioritas.¹⁹¹

Pandangan Ruslan tersebut dapat dijadikan pijakan dalam merencanakan program humas agar dapat terlaksana dengan baik. Selain itu agar program humas tepat sasaran sebagaimana tujuan program humas itu sendiri. Prosedur perencanaan program humas di SMA Khadijah ini sangat dipengaruhi oleh usulan dari semua pihak dan kebijakan dari yayasan untuk menetapkan. Sehingga perencanaan humas harus melalui beberapa tahap rapat, dari rapat inter humas, rapat SMA, dan yang terakhir rapat dengan pihak yayasan. Berbeda dengan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya yang mempunyai wewenang penuh dalam merencanakan program adalah waka humas dan kepala sekolahnya yang diputuskan ketika rapat bersama.

Meskipun demikian, dalam merumuskan perencanaan program humas, haruslah tetap berpijak pada prinsip-prinsip manajemen humas. Dengan perencanaan, sekolah berusaha melihat ke depan, memperhitungkan kemungkinan-kemungkinan, menyiapkan alat-alat darurat, menjabarkan kegiatan dan membuat urutan prioritas untuk mencapai sasaran.¹⁹² Tujuan dari proses perencanaan program kerja untuk mengelola berbagai aktivitas humas tersebut dapat diwujudkan jika terorganisasi dengan baik melalui manajemen humas yang

¹⁹¹Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Revisi. (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 162.

¹⁹²George R.Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen (Guide to Management)*, 13th ed. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 47.

dikelola secara professional dan dapat dipertanggungjawabkan hasil atau sasarannya. Hasil yang diharapkan salah satunya adalah terciptanya *good image*.¹⁹³

Tahapan proses perencanaan dimulai dengan merumuskan tujuan program perencanaan yang sesuai dengan visi dan misi dari sekolah. Sehingga program yang dirumuskan harus menjabarkan visi dan misi dari lembaga pendidikan. Selain itu dalam merumuskan perencanaan harus memperhatikan isu-isu dari pihak internal maupun eksternal. Seperti memperhatikan kondisi dan kebutuhan murid (internal) dan juga masyarakat (eksternal). Masyarakat disini merupakan bagian dari pelanggan yang harus disegani dan dilayani dengan baik agar masyarakat puas terhadap produk yang dicetak dan dihasilkan baik oleh SMA Khadijah maupun SMA Muhammadiyah 2 Surabaya. Setelah mengetahui kondisi keadaan dan kebutuhan, maka baru dilakukan perencanaan program sesuai dengan sasaran dan tujuan yang diharapkan oleh lembaga pendidikan.¹⁹⁴

Dalam melaksanakan perencanaan pasti harus mempertimbangkan unsur dari manajemen itu sendiri. Diantaranya ada *men* (sumber daya manusia), *method* (langkah-langkah), *material* (bahan perencanaan dan kurikulum), *machine* (sarana dan prasarana), dan *money* (keuangan) atau biasa disingkat dengan 5M. Lima

¹⁹³Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Revisi. (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 147.

¹⁹⁴Slamet Mulyadi, "Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul," *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan* 2, no. 2 (2018): 121–134, <http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/JSMPI/article/view/566/0>.

unsur tersebut menyadur dari pakar Harrington Emerson.¹⁹⁵ Beberapa unsur yang telah dipaparkan merupakan sistem yang saling berkaitan satu sama lain dalam rangka mewujudkan tujuan humas yakni meningkatkan *brand image* melalui program unggulan.

Secara kelembagaan SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini berbeda, tetapi keduanya tetap memperhatikan prinsip-prinsip manajemen humas. Hal ini dapat terlihat dari struktur organisasi yang tersusun rapi sebagaimana tugas dan prosedur kerja masing-masing sehingga program kerja dapat bekerja dengan efektif dan efisien. Persiapan yang matang akan sangat membantu kesuksesan program yang akan dilaksanakan, maka dari itu kedua lembaga ini menyusun perencanaan program dengan beberapa tahapan guna memperkuat perencanaan yang tertuang dalam program kerja.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan yang dilakukan oleh kedua lembaga pendidikan tersebut sudah memenuhi standart perencanaan. Sehingga dengan adanya perencanaan yang matang akan berdampak positif pada pelaksanaan program kerja. Pada akhirnya perencanaan merupakan syarat utama bagi setiap program kegiatan yang ada dilembaga pendidikan khususnya humas, tanpa adanya perencanaan yang baik maka pelaksanaan

¹⁹⁵Amilda, "Internalisasi Prinsip-Prinsip Islam Dalam Pelaksanaan Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Reputasi SMK Negeri 2 Palembang," *Journal of Islamic Education Management* 53, no. 9 (2019): 1–18, <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/El-idare/article/download/1907/1787>.

kegiatan akan mengalami kesulitan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan yang direncanakan.

B. Pelaksanaan Program Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* Melalui Program Unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

Pelaksanaan merupakan proses pengaplikasian dari sebuah perencanaan yang ditata sebelumnya. Menjalankan program merupakan upaya mewujudkan perencanaan dalam kenyataan untuk mencapai tujuan lembaga. Sering dinyatakan, perencanaan yang baik merupakan sebagian dari pelaksanaan pekerjaan, separuh lagi pekerjaan itu dilaksanakan ketika program dijalankan. Hal ini senada dengan teori George R. Terry bahwa pelaksanaan ialah usaha menggerakkan anggota kelompok hingga mereka berkeinginan dan berusaha mencapai sasaran. Pelaksanaan merupakan upaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan dengan melalui berbagai pengarahan dan pemotivasian.¹⁹⁶

Dalam menjalankan program humas, hal yang penting dilakukan adalah melakukan komunikasi berkelanjutan dengan para pelaksana program. Nuansa komunikasi program kehumasan sangat kental. Keterbukaan dan intensitas komunikasi diantara tim pelaksana kegiatan dan program menjadi sangat penting.¹⁹⁷ Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya dalam melaksanakan program humas, yang

¹⁹⁶R.Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen (Guide to Management)*, 84.

¹⁹⁷Eka Khoirunnisa and Denas Hasman Nugraha, "Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Hubungan Baik Antara Sekolah Dengan Wali Siswa Di SD IT Harapan Bunda Semarang Jawa Tengah."

diutamakan yaitu komunikasi antar sesama. Didukung oleh pendapat Kusumastuti¹⁹⁸ yang mengemukakan bahwa peran humas dalam suatu kegiatan pada prinsipnya adalah kegiatan berkomunikasi dengan berbagai macam symbol komunikasi, verbal maupun non verbal.

Pelaksanaan program humas ini turut melibatkan unsur manajemen yaitu 5M *men, method, material, machine, dan money*. Sehubungan data kurikulum (*material*) tertuang dalam unsur 5M. Beberapa unsur yang telah dipaparkan merupakan sistem yang saling berkaitan satu sama lain dalam rangka mewujudkan *brand image* dari SMA Khadijah maupun Muhammadiyah 2 Surabaya. Komponen *men* (sumber daya manusia) melibatkan beberapa pihak. Peran waka humas masing-masing lembaga mengkoordinir kinerja masing-masing yang telah dibagi dalam perencanaan guna menjadi ujung tombak informasi.

Dalam hal ini kinerja humas pada lembaga pendidikan sekolah diharapkan bisa menghasilkan reputasi untuk menunjang kualitas dan kuantitasnya agar lebih baik. Dimana reputasi itu sendiri merupakan suatu hal yang dilihat oleh khalayak luar dan dalam lembaga.¹⁹⁹ Dalam pelaksanaan program humas, selain melakukan publikasi dan promosi, SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah mengedepankan program unggulan sebagai kegiatan yang dapat meningkatkan *image* sekolah. Sesuai dengan *material* yang merupakan salah satu dari unsur manajemen. Karena

¹⁹⁸ Firda Kusumastuti, *Manajemen Humas* (Bogor: PT Ghalia Indonesia Dengan UMM Press, 2004), 34.

¹⁹⁹ Amilda, "Internalisasi Prinsip-Prinsip Islam Dalam Pelaksanaan Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Reputasi SMK Negeri 2 Palembang."

sekolah adalah sebuah lembaga yang memerlukan pengelolaan citra dan reputasi. Hal ini berkaitan dengan kepercayaan publik terhadap aspek kualitas pendidikan serta komponen mendasar lainnya yang melekat pada lembaga pendidikan. Dengan berbasis pada gambaran proses tersebut, apabila dikaitkan dengan globalisasi ekonomi dunia, maka dibutuhkan paradigma baru dalam pengelolaan sekolah. Dengan ini tentu saja deretan sekolah sebagai lembaga pendidikan berlomba-lomba untuk menampilkan dan memberikan yang terbaik.

Brand image terbentuk karena diupayakan tidak datang dengan sendirinya. Humas merupakan salah satu elemen yang berfungsi untuk menciptakan *brand image* sekolah, tidak hanya menciptakan akan tetapi jugamempertahankan serta meningkatkan citra tersebut. Seorang humas harus memiliki langkah-langkah dan banyak kita untuk membangun *image* lembaga. menurut Tedjo dalam buku karangan Dedi Herdiana dan Khairuddin,²⁰⁰ langkah atau strategi merupakan cara atau kerangka yang mengintegrasikan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan dan tindakan atau progam lembaga pendidikan.

Sebagai upaya dalam memaksimalkan program humas, SMA Khadijah memiliki beberapa langkah dalam meningkatkan *brand image* sekolah, diantaranya adalah

1. Publikasi dan Promosi (media cetak, online dan rutso)
2. Komunikasi aktif dan diperluas

²⁰⁰Dedi Herdiana dan Khairuddin, "Peran Dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Dan Perguruan Tinggi Islam," *Jurnal Annida* 15, no. 2 (2018): 272–273.

3. Kerjasama yang baik (internal dan eksternal)
4. Program unggulan (*boarding school, Cambridge, Literasi Digital, Kurikulum agama terpadu*)
5. Pelayanan terbaik (Promosi internal)
6. Sertifikasi al-Qur'an dari PIQ

Berbeda dengan yang diterapkan oleh SMA Muhammadiyah 2 Surabaya dalam upaya memaksimalkan pelaksanaan humas, langkah-langkah yang digunakan adalah:

1. Program 3 Komunikasi (interpersonal, internal, eksternal)
2. Publisitas (cetak, online, lisan)
3. Kerjasama dengan lembaga lain luar negeri
4. Mengundang media massa dalam kegiatan unik
5. Aktif membuat karya
6. Mempersatukan wali murid atau masyarakat
7. Program unggulan (Program Interbasional, *sister school, student exchange*, mengedepankan ekstrakurikuler, Kurikulum Muhammadiyah)

Dari langkah-langkah atau upaya yang dilakukan oleh kedua lembaga terlihat adanya perbedaan dan persamaan. Dimana SMA Muhammadiyah 2 dalam mengundang media massa dalam melakukan publisitas, agar semakin meningkat dan memperluas informasi dari kegiatan di sekolah. Dan guru harus aktif berkarya agar semakin berintegritas. Adapun wali murid di SMA Muhammadiyah 2 selalu dilibatkan dalam kegiatan sekolah.

Sedangkan persamaannya bahwa SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 sama-sama mengedepankan komunikasi dalam menjalankan kegiatannya dan sama-sama mengedepankan program unggulan guna meningkatkan *brand image* sekolah. Menurut Zarkasyi program unggulan yaitu suatu rangkaian langkah-langkah yang dilaksanakan dengan urutan tertentu untuk mencapai keunggulan dalam keluaran pendidikannya.²⁰¹ Keunggulan dalam keluaran yang dimaksud meliputi kualitas dasar dan penguasaan ilmu pengetahuan, baik yang lunak termasuk penerapannya yaitu teknologi.

Program unggulan berupa ekstrakurikuler juga tak kalah penting bagi SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah, dimana kedua lembaga tersebut sama-sama memperhatikan program ekstrakuler. Terbukti dengan SMA Khadijah yang memiliki 17 ekstrakurikuler dan SMA Muhammadiyah 2 sebanyak 47 Ekstra. Program atau layanan dari ekstrakurikuler merupakan bentuk layanan pendukung kegiatan intrakurikuler sehingga memberikan kemanfaatan serta peningkatan ilmu pengetahuan dan keterampilan peserta didik.²⁰²

Begitupun dengan kesamaan yang lain yaitu dalam melaksanakan publisitas sekolah. Dimana menjaga citra atau *image* positif sekolah dapat dilihat dari berbagai tanggapan dan nilai yang diberikan oleh masyarakat mealui website

²⁰¹Ahmad Zarkasyi, "Konsep Pengembangan Program Unggulan Di Lembaga Pendidikan Agama Islam," *Jurnal al-Makrifat* 1, no. 1 (2017): 2.

²⁰²Muliyadi Fradito, Aditia, Suti'ah, "Trategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah," *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 12–22 (2020), <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>.

sekolah. Karena menurut Mutiara, citra suatu lembaga termasuk lembaga pendidikan dimulai dari identitas lembaga yang tercermin melalui pemimpinnya, nama lembaga dan tampilan lainnya seperti pemanfaatan media publitas baik yang visual, audio maupun audio visual.²⁰³ Pemanfaatan media inilah yang memudahkan sekolah untuk berinteraksi dengan masyarakat dan mengetahui kesan masyarakat terhadap sekolah.

Eksistensi dari lembaga pendidikan serta dikatakan relevan keberadaannya jika seluruhnya atau setidaknya sebagian besar lulusannya dapat dengan cepat diserap oleh jenjang pendidikan selanjutnya atau lapangan kerja yang sesuai dengan bidang dan peringkat stratanya, baik di tingkat lokal, nasional mau pun internasional. Tentu saja tingkat penyerapan oleh lapangan kerja ini amat tergantung pada mutu lulusan, yang terbangun dari tingginya keterpaduan unsur keterampilan, pengetahuan dan kemampuan dari lulusan itu sendiri.

C. Evaluasi Program Humas dalam Meningkatkan *Brand Image* Melalui Program Unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

Tahapan terakhir dalam manajemen yaitu evaluasi yang dijalankan guna memastikan apakah unit fungsional yang bertugas sudah menjalankan program yang sudah direncanakan untuk mewujudkan tujuan dari lembaga, dan sifat dari evaluasi juga mengontrol kinerja yang sudah dilaksanakan. Secara spesifik SMA

²⁰³Mutiara Cendekia Sandykala, "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan," *Jurnal ay-Tadbir:Media Hukum dan Pendidikan* 30, no. 2 (2020): 195.

Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya merupakan lembaga yang mengintegrasikan kepada kualitas mutu lulusan dengan tujuan mencetak peserta didik yang beriman, bertaqwa, berakhlakul karimah, berilmu pengetahuan luas, memiliki wawasan keislaman yang terampil, inovatif dan berguna bagi masyarakat, nusa dan bangsa.

a. SMA Khadijah

- 1) Melakukan rapar evaluasi pada bulan Mei-Juni
- 2) Melakukan pengembangan pada kegiatan yang berhasil dan perbaikan pada kegiatan yang dorasa belum berhasil (berpacu pada PPDB dan meningkatkan program unggulan)
- 3) Menetapkan standar keberhasilan pada setiap program
- 4) Meningkatnya animo masyarakat tiap tahunnya

b. SMA Muhammadiyah 2

- 1) Analisis evaluasi dan menentukan standar keberhasilan
- 2) Rapat mengenai evaluasi yang dilaksanakan pada akhir tahun ajaran sampai awal tahun ajaran baru
- 3) Meningkatnya animo masyarakat setiap tahun
- 4) Evaluasi kendala dengan mengadakan pengembangan dan perbaikan pada program.

Evaluasi kegiatan humas untuk meningkatkan *brand image* melalui program unggulan di SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 berjalan efektif. Hal ini ditandai monitoring yang dilakukan secara kontinyu atau berkelanjutan dalam

rangka meningkatkan *brand image* dari kedua lembaga pendidikan tersebut. Evaluasi ini ditinjau dari perencanaan dengan pelaksanaan yang telah berlangsung. Lebih lanjut dilakukan pengontrolan dan pengecekan ketercapaian pengembangan kreativitas siswa hingga proses tindak lanjut. Evaluasi kegiatan humas turut memperhatikan unsur manajemen 5M yakni *men* (sumber daya manusia), *method* (metode), *material* (bahan evaluasi), *machine* (sarana dan prasarana), dan *money* (keuangan). Beberapa unsur tersebut merupakan sistem yang saling berkaitan satu sama lain dalam rangka mewujudkan tujuan humas yakni meningkatkan *brand image* sekolah.

Method (metode dalam evaluasi) terdiri dari beberapa langkah. Meninjau evaluasi. Analisis faktor pendukung dan penghambat dalam humas. Penyusunan LPJ (Laporan Pertanggung Jawaban) dan rapat evaluasi di akhir tahun pembelajaran. Sehubungan pengelolaan *machine* (fasilitas, sarana ,dan prasarana) dan *money* (keuangan) turut mengkaji beberapa hal. Diantaranya analisis efektifitas, efisiensi serta faktor pendukung, penghambat terkait target perencanaan dengan realisasi pelaksanaan ekstrakurikuler. Selanjutnya temuan tersebut dituangkan pada LPJ yang akan disampaikan saat raker untuk merumuskan upaya tindak lanjut.

Evaluasi humas pada SMA Khadijah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya dapat diuraikan dalam beberapa poin. Dimana dalam hal ini memperhatikan *expectancy*, *performance*, perbandingan perbaikan atau koreksi dan pengawasan

waktu.²⁰⁴ Riset evaluasi digunakan untuk mempelajari apa yang terjadi dan menjawab pertanyaan mengapa hal itu terjadi. Seberapa banyak orang yang menjadi khalayak sasaran telah dapat menerima pelaksanaan program humas ini. Jadi berdasarkan paparan tersebut melakukan evaluasi ini sangat penting demi kebaikan dan keberhasilan program yang telah dilaksanakan oleh pihak lembaga khususnya bagi bidang humas dalam mengukur kinerja humas sekolah. Karena fungsi humas sebenarnya adalah dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah atau timbal balik antara institusi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.

Dengan adanya evaluasi maka bisa diketahui bagaimana program humas yang telah terlaksana dengan baik dan juga kurang baik. Hal ini berpengaruh juga terhadap *brand image* sekolah serta penilaian dari masyarakat. Penilaian yang diberikan masyarakat terhadap sekolah merupakan bukti pelayanan yang diberikan sekolah baik atau tidak. Penilaian yang objektif menghasilkan penilaian yang jujur tanpa ada tekanan apapun. Menurut Sadat bahwa penilaian itu dapat diketahui dari performa guru, tenaga pendidikan, sarana prasarana sekolah serta manajemen sekolah yang ada.²⁰⁵

Cutlip menyatakan bahwa terdapat beberapa cara membentuk citra positif bagi organisasi atau lembaga, antara lain yaitu: 1) menciptakan *public understanding*, 2) menciptakan *public confidence*, 3) menciptakan *public support* dan 4)

²⁰⁴ R.Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen (Guide to Management)*.

²⁰⁵ Purwanto dan Abdul Matin Bin Salman Karsono, "Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Mdarasah Tsanawiyah Negeri," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 875.

menciptakan *public corporate*, yakni kerjasama dari masyarakat terhadap lembaga.²⁰⁶ Kajian teoritik diatas menjelaskan bahwa unit fungsional lembaga dalam hal ini adalah manajemen hubungan masyarakat berfungsi sebagai penghubung yang menyampaikan maksud besar lembaga kepada stakeholder agar apa yang menjadi maksud dan cita-cita lembaga terwujud sekaligus hubungan masyarakat sebagai dimensi internal yang mampu menjamin penilaian akan citra masyarakat tetap baik dan positif terhadap lembaga, maka dibutuhkan strategi dengan pendekatan-pendekatan yang dibutuhkan oleh stakeholder.

²⁰⁶Allen Center & Gleen M. Broom Scott M. Coultip, *Effective Public Relations: Merancang Dan Melaksanakan Kegiatan Hubungan Masyarakat Dengan Sukses*, Terj. Tri Wibowo (Jakarta: Perdana Publishing, 2006), 160.

BAB VI

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah peneliti paparkan, mengenai manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan yang telah peneliti uraikan pada masing-masing bab, maka peneliti akan memberikan kesimpulan pada bab ini. Adapun kesimpulan pada masing-masing fokus penelitiannya, sebagai berikut:

1. Perencanaan pada SMA Khadijah terdiri dari penetapan tujuan (koordinasi dengan internal humas, sekolah dan yayasan), Analisis situasi di SMA Khadijah dengan internal dan eksternal, melakukan pemilihan dan pemetaan sasaran serta Menelaah kendala dan hambatan dengan analisis. Kemudian dilakukan rapat atau koordinasi guna mencari jalan keluar dari permasalahan atau kendala tersebut. Sedangkan di SMA Muhammadiyah 2 Penetapan Tujuan (berdasarkan *Need assessment* atau berbasis kebutuhan (analisis lingkungan, koordinasi dengan pihak internal humas, rapat besar tenaga pendidikan dan kependidikan), Analisis situasi di SMA Muhammadiyah dengan internal dan eksternal (Dilihat dari segi input sekolah , Mengidentifikasi teknik sosialisasi humas, melakukan analisis SWOT), pemetaan sasaran dan Mengkaji kekurangan, kelebihan maupun tantangan yang akan dihadapi dari pelaksanaan kita yang dijalankan nanti. Hal ini ditunjukkan dari analisis 5 unsur manajemen (5M):

Unsur *Men* dalam proses perencanaan melibatkan kepala sekolah, waka kurikulum, waka humas, penanggung jawab program unggulan, pembina program unggulan serta siswa, dimana semua pihak bekerja sesuai job yang telah disusun. Unsur *Method* dalam proses perencanaan dimulai tahapan perencanaan melalui analisis kebutuhan siswa, serap aspirasi, rapat kerja dan kerja sama dengan pihak program unggulan, kerjasama sekolah dengan media, dan koordinasi humas dengan internal dan eksternal. Unsur *Material* dalam proses perencanaan berupa perumusan program branding melalui program unggulan, penyusunan kurikulum program unggulan, penyusunan kalender akademik, pembuatan SOP kerja, pemetaan sasaran program, dan perumusan perangkat kerja. Unsur *Machines* dalam proses perencanaan media publikasi menggunakan platform dan persiapan saran dan prasarana program humas baik *offline* dan *online*. Unsur *money* dalam proses perencanaan berupa penentuan anggaran program humas, penentuan anggaran program unggulan, MoU pihak humas dan sekolah.

2. Pelaksanaan humas di SMA Khadijah meliputi publikasi dan promosi (cetak, online rutso), komunikasi aktif dan diperluas, kerjasama yang baik (internal dan eksternal), pelayanan terbaik (promosi internal), sertifikasi al-Qur'an dari PIQ dan Program Unggulan (*Boarding school, Cambridge Curriculum, Literasi Digital, Kurikulum agama terpadu*). Sedangkan di SMA Muhammadiyah 2 meliputi publisitas (*the spoken word, the printed word*), komunikasi (internal, eksternal, interpersonal), kerjasama (lembaga luar negeri dan dalam negeri), program unggulan (*boarding school, program*

internasioanl, *student exchange*, *sister school*, mengedepankan ekstrakurikuler), kegiatan unik yang mengundang media massa, mempersatukan wali murid (rapat menjelang pergantian semester, kenaikan kelas, menjelang ujian akhir), dan guru aktif membuat karya karya yang dikirim ke magdig, PWMU, website. Hal ini ditunjukkan dari analisis 5 unsur manajemen (5M): Unsur *Men* dalam proses pelaksanaan melibatkan kepala sekolah, waka kurikulum, waka humas, penanggung jawab program unggulan, pembina program unggulan serta siswa, dimana semua pihak bekerja se sesuai job yang telah disusun. Unsur *Method* SMA Khadijah publikasi menggunakan media *online*, cetak, dan rutso. Unsur *Material* dalam proses pelaksanaan pada SMA Khadijah menggunakan kurikulum agama terpadu, *cambridge curriculum*, dan literasi digital. Sedangkan pada SMA Muhammadiyah 2 Surabaya meliputi kurikulum terpadu program internasional dan program internasional. Unsur *Machines* dalam proses perencanaan media publikasi secara *online* SMA Khadijah Surabaya menggunakan web, youtube, tiktok, instragram, whatsapp dan SMS, sedangkan SMA Muhammdiyah 2 Surabaya menggunakan web, facebook, instragram, dan radio. Selanjutnya publikasi secara *oofline* SMA Khadijah Surabaya menggunkan rutso, brosur, sedangkan SMA Muhammdiyah 2 Surabaya menggunakan majalah, brosur, dan surat. Unsur *money* dalam proses pelaksanaan berupa pengelolaan keuangan mengacu pada MoU yang telah disepakati di awal.

3. Evluasi program humas pada SMA Khadijah melakukan rapat evaluasi yang dilakukan pada bulan Mei-Juni, melakukan pengembangan pada kegiatan

yang berhasil dan perbaikan pada kegiatan yang dirasa belum berhasil (Berpacu pada PPDB, Meningkatkan program unggulan), menetapkan standar keberhasilan pada setiap program meningkatnya animo masyarakat melalui program unggulan. Sedangkan SMA Muhammadiyah 2 meliputi Analisis Evaluasi dan menentukan standar keberhasilan, rapat mengenai evaluasi yang dilaksanakan pada akhir tahun ajaran-sampai awal tahun ajaran baru, meningkatnya animo masyarakat setiap tahun, evaluasi kendala dengan mengadakan pengembangan dan perbaikan program. Hal ini ditunjukkan dari analisis 5 unsur manajemen (5M): Unsur *Men* dalam proses evaluasi jumas merumuskan instrument sekaligus melaporkan LPJ satraker. Unsur *Method* dalam proses evaluasi dimulai dari meninjau hasil rapat evaluasi, analisis faktor pendukung dan penghambat program Humas dalam meningkatkan *branding*, penyusunan LPJ, dan rapat evaluasi di akhir semester. Unsur *Material* dalam proses evaluasi penentuan capaian target, teknik dan instrumen monitoring, dan jadwal dan waktu penilaian. Unsur *Machines* dalam proses evaluasi berupa mengecek efektivitas dan efisiensi terkait fasilitas, sarana dan prasarana, analisis faktor pendukung dan penghambat, penyususna LPJ berisi evaluasi sarpras, serta rapat evaluasi dan tindak lanjut. Unsur *money* dalam proses evaluasi berupa penyususna LPJ dan keselarasan rencana anggaran dan kebutuhan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis menyadur beberapa saran berikut:

4. Bagi pihak sekolah

Sejauh ini sekolah sudah berupaya terbaik untuk mendukung pelaksanaan program humas sekolah. Hanya saja ada beberapa masukan dalam rangka memaksimalkan program humas sekolah dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan:

- a. Hendaknya lebih transparan lagi mengenai kegiatan-kegiatan internal, seperti mempublikasikan program humas dalam bentuk kalender akademik. Agar masyarakat lebih mengetahui dan lebih bisa mengeksplor kegiatan-kegiatan harian di lembaga pendidikan tersebut.
 - b. Terus mempertahankan dan meningkatkan budaya kekeluargaan serta kerjasama yang baik dalam melakukan program branding. Serta diharapkan dapat lebih meningkatkan kerjasama
5. Kepada akademisi, diharapkan kepada akademisi yang akan melaksanakan penelitian mengenai manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* melalui program unggulan dapat lebih mengembangkan kajian-kajian yang sudah ada mengenai branding.
 6. Kepada peneliti, diharapkan peneliti dapat memperhatikan proses yang telah terlaksana berupa perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari pelaksanaan *brand image* melalui program unggulan, sehingga peneliti dapat mengimplementasikannya ketika sudah berada dilingkungan sekolah kelak.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Muadin dan Fannisa Nur, Fatimah. “Strategi Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di SD Islam Center Samarinda.” *Eduthink: Jurnal Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2022): 96–105.
- Al-Mansur, M Djunaidi Ghony dan Fauzan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- . *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Ali Nurhadi, Novela Angga Pratiwi, dan Badrus Soleh. “Penarikan Minat Masyarakat Sebagai Wujud Strategi Kepala Sekolah Dalam Membangun Citra Positif Lembaga Di SMA Wachid Hasyim Pamekasan.” *re-JIEM (Research Journal of Islamic Education Management)* 4, no. 2 (2021): 206–218.
- Alma, Buchari. *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabetha, 2005.
- Amilda. “Internalisasi Prinsip-Prinsip Islam Dalam Pelaksanaan Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Reputasi SMK Negeri 2 Palembang.” *Journal of Islamic Education Management* 53, no. 9 (2019): 1–18.
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/El-idare/article/download/1907/1787>.
- Andayani, Abdul Majid dan Dian. *Pendidikan Agama Islam Berbasis Kompetensi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Arifin, Imam. “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Animo Siswa Di Madrasah Aliyah Raudlatul Muta’alimin Ombul II Bandaran Tlanakan Pamekasan: Studi Kasus Di Madrasah Aliyah Raudlatul Mut’alimin Ombul II Bandaran Tlanakan Pamekasan.” UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2021.
- Arifin, Zainal. *Penelitian Pendidikan: Metode Dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- B, Sukarmin. “Manajemen Hubungan Masyarakat Di Sekolah Dasar Islam Terpadu Qurrata A’yun Kuala Pembuang.” IAIN PALANGKARAYA, 2021.
- Babul, Fillah, Fathatul Jannah, and Dian Hidayati. “Marketing Management of Educational Services in Improving The Image of Islamic Boarding Schools” 07,

- no. 01 (2023): 56–66.
- Baihaqi, Amir. “Ini Kata Risma Soal Sekolah Swasta Di Surabaya Yang Kurang Murid.” *Detiknews.Com*. Last modified 2019. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4633751/ini-kata-risma-soal-sekolah-swasta-di-surabaya-yang-kurang-murid>.
- Basofi, Imam. “Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus Di IAIN Madura).” UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020.
- Bugin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Persada Group, 2007.
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Creswell, John W. *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Edisi 4. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016.
- Damanik, Arya Pradana, Susy Alestriani Sibagariang, and Lasma Siagian. “Pengaruh Brand Image Dan Minat Terhadap Keputusan Siswa Sekolah Di SMP Negeri 2 Jawa Maraja Bah Jambi.” *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 3, no. 3 (2022): 549–554.
- Darminta, Poerwa. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Dewi, Bilqisti. “Peran Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Program Unggulan Madrasah.” *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 3, no. 1 (2018): 77–88.
- Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah. “Data Pokok Pendidikan.” *Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar Dan Pendidikan Menengah: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset Dan Teknologi*. Last modified 2023. <https://dapo.kemdikbud.go.id/sp/2/056000>.
- Djafri, Novianty. *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah (Pengetahuan Manajemen, Efektivitas, Kemandirian Keunggulan Bersaing Dan Kecerdasan Emosi)*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Dwiyama, Fajri. “Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang

- Kurang Mampu Bersaing.” *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 9, no. 2 (2019): 880–891.
- Eka Khoirunnisa, and Denas Hasman Nugraha. “Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Hubungan Baik Antara Sekolah Dengan Wali Siswa Di SD IT Harapan Bunda Semarang Jawa Tengah.” *AL-FAHIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2019): 1–23.
- Elfridawati Mai Duhani. “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus Di Madrasah Terpadu (MIT) As-Salam Ambon.” *Jurnal Altizam* 1, no. 1 (2016): 31–54.
- Fahrurrozi. *Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam*. Semarang, 2012.
- Fathurrohman, Muhammad. “Meningkatkan Mutu Pendidikan Bangsa.” *Jurnal Ta’Allum* 04, no. 01 (2016): 19–42.
- Febrianty Juhji, Marantika, N., & Gumilar, R. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2020.
- Ferguson, Mary Ann. “Building Theory in Public Relations: Interorganizational Relationships as a Public Relations Paradigm.” *Journal of Public Relations Research* 20, no. 4 (2018): 164–178.
- Firmansyah, Ahmad. *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media, 2019.
- Fradito, Aditia, Suti’ah, Mulyadi. “Trategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah.” *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam* 10, no. 12–22 (2020). <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.6203>.
- Gilaninia, Shahram. “The Impact Of PublicRelations Performances on Market Share Of Firms: Case Study: Power Battery in Isfahan.” *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research in Business* 5, no. 5 (2013): 357–361.
- Hayudiyani, Meila, Bagus Rachmad Saputra, Maulana Amirul Adha, and Nova Syafira Ariyanti. “Strategi Kepala Sekolah Meningkatkan Mutu Pendidikan Melalui Program Unggulan Sekolah.” *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* 8, no. 1 (2020): 89–95.

- Herliza, Radita, and Marheni Eka Saputri. "Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Zara Di Mall Pvj Bandung)." *eProceedings of Management* 3, no. 2 (2016).
- Hestiningdyah, Wahyu. "Pendaftaran Siswa Baru Mulai Dibuka, Sekolah Swasta Bergengsi Mulai Adu Kualitas." *Beritajatim.Com*. Last modified 2022. <https://beritajatim.com/pendidikan-kesehatan/pendaftaran-siswa-baru-mulai-dibuka-sekolah-swasta-bergengsi-mulai-adu-kualitas/>.
- Ila'hi, Munir dan Wahyu. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Persada Group, 2009.
- Indonesia, Departemen Agama Republik. *Qur'an Hafalan Dan Terjemah (QS. Al-Mujadilah:11)*. Jakarta: Almahira, 2017.
- Irgi Fahreza, Lutfiah Azhar Nst, Sintiya Anggraini. "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Sekolah Dasar (Studi Kasus Di SDN 040447 Kabanjahe)." *PEMA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2021): 82–87. <https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/pema>.
- Jaelani, Dian Iskandar. "Manajemen Public Relations (Humas) Pendidikan Islam: Kajian Tematik Al Quran Dan Hadits." *Istawa: Jurnal Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2019): 57.
- Kanuk, L.G. Schiffman & L.L. *Consumer Behaviour*. 7th ed. Prentice Hall Inc, 1997.
- Karsono, Purwanto dan Abdul Matin Bin Salman. "Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Mdarasah Tsanawiyah Negeri." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 875.
- Kasali, Renald. *Manajemen Public Realitions: Konep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafitty, 2003.
- Kejora, Sangga Cumbuan. "Manajemen Strategis Public Relations Dalam Upaya Membangun Citra Dan Meningkatkan Minat Masyarakat Di Lembaga Pendidikan Islam." *J-MPI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (2020).
- . "Strategic Management Of Public Relations In Islamic Education Institutions To Build Public Image And Increase Public Interest." *J-Mpi* 5, no. 2 (2021): 112–120.
- Keller, Philip Kolter dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta:

- Erlangga, 2013.
- Kementerian Republik Indonesia. “Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional” (n.d.).
- Khairuddin, Dedi Herdiana dan. “Peran Dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Dan Perguruan Tinggi Islam.” *Jurnal Annida* 15, no. 2 (2018): 272–273.
- Kolter, Philip. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Edisi Ke 1. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Managemen*. 15th Editi. Pearson Education, 2016.
- Kriyanto, Rachmat. *Public Relation Writing: Membangun Public Realtion, Membangun Citra Corporate*. Jakarta: Kencana Persada Group, 2008.
- Kususmastuti, Firda. *Manajemen Humas*. Bogor: PT Ghalia Indonesia Dengan UMM Press, 2004.
- Luthfiah, Muh Fitrah. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas Dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher), 2017.
- M Djunaidi Ghony dan Fauzan Al-Mansur. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Ma’ruf, Muhammad. “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Citra Pondok Pesantren: Studi Multi Situs Di Pondok Pesantren Annur 2 Al-Murtadlo Dan Pondok Modern Al-Rifa’ie 2 Malang.” UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/14252>.
- Manzilati, Asfi. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Metode Aplikasi*. Malang: Universitas BRawijaya Press, 2017.
- Masduqi, Akhmad. “Pengelolaan Program Unggulan Pendidikan Agama Islam Di Sekolah Menengah Kejuruan Berbasis Pesantren.” *At-Ta’Dib: Jurnal Ilmiah Prodi Pendidikan Agama Islam* 13, no. 1 (2021): 01.
- Maulana, Moh. Hasan Afini. “Manajemen Hubungan Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan Pesantren.” *Itqan* 10, no. 1 (2019): 147–166.
- Maulana, Moh Hasan Afini. “Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan Pesantren.” *ITQAN: Jurnal Ilmu-Ilmu Kependidikan* 10, no. 1 (2019): 147–166.
- Miftachul. *Buku Ajar: Manajemen Organisasi*. Malang: STIKES Widya Cipta Husada,

2018.

Miles dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*, Ed. Tjetjep Rohedi Rosidi. Jakarta: Universitas Indonesia (UI- Press), 1994.

Minarti, Sri. *Manajemen Sekolah Mengelola Pendidikan Secara Mandiri*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.

Morisan. *Strategi Menjadi Humas Professional*. Jakarta: Pernada Media Group, 2018.

Mukhtar., Lukman dan. *Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan*. Jambi: Timur Laut Aksara, 2018.

Mulyadi, Slamet. “Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul.” *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan* 2, no. 2 (2018): 121–134. <http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/JSMPI/article/view/566/0>.

———. “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, no. 2 (2018): 121–134.

Munir, M. “Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan.” *INTIZAM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 2 (2022): 21–41.

Muslimin. *Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian*. Malang: UMM Press, 2004.

Nasution, Zulkarnain. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press, 2010.

———. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press, 2010.

Octofrezi, Permana. “Problematika Manajemen Kesiswaan, Personalia Dan Humas Beserta Pemecahan Masalahnya Di Sekolah Dasar (Studi Riset Di SD Intis School Yogyakarta).” *Jurnal Al-Fahim: Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2019).

<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents?q=manajemen+humas&from=2019&to=2023>.

Oetomo, Dede. *Penelitian Kualitatif: Aliran Dan Tema’, Dalam Metode Penelitian*

- Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, Bagong Suyanto and Sutinah (Ed.). Jakarta: Kencana Persada Group, 2007.
- Pidarta, Made. *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: Bina Aksara, 1988.
- Priandono, Fifin. “Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah Di Sekolah Menengah Kejuruan.” *At-Ta’lim: Media Informasi Pendidikan Islam* 18, no. 2 (2019): 391–410.
- Priyono. *Pengantar Manajemen*. Sidoarjo: Penerbit Zifatama Publisher, 2007.
- Putra, I Gusti Ngurah. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit UAJ, 1999.
- Putra, Rahmad Syah, Muhammad Furqan, Tinggi Agama, Islam Negeri, Teungku Dirundeng, Islam Negeri, and Ar-raniry Banda Aceh. “Strategi Public Relations Dalam Membangun Daya Saing Dan Mutu Pendidikan Pada Perguruan Tinggi Di Aceh.” *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam* 11, no. 4 (2021): 609–630.
- R.Terry, George. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- . *Prinsip-Prinsip Manajemen (Guide to Management)*. 13th ed. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- R.Terry, George dan Leslie W. Rue. *Dasar-Dasar Manajemen*. Edited by Bunga Sari Fatmawati. Edisi Revi. Bumi Aksara, 2019.
- R, George Terry. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Rahmat, Abdul. *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi, 2016.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Rosadi, Ruslan. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2007.
- Rosady, Ruslan. *Manajemen Humas Dan Manajemen Komunikasi (Konsep Dan Aplikasinya)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Ruslan, Rosadi. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- . *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja

- Grafindo Persada, 2007.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Revisi. Jakarta: Rajawali Press, 2016.
- Sandykala, Mutiara Cendekia. "Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan." *Jurnal ay-Tadbir:Media Hukum dan Pendidikan* 30, no. 2 (2020): 195.
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Praktis: Untuk Ilmu Sosial Dan Ekonomi*. Malang: Buntara Media, 2003.
- Scott M. Coultip, Allen Center & Gleen M. Broom. *Effective Public Relations: Merancang Dan Melaksanakan Kegiatan Hubungan Masyarakat Dengan Sukses*, Terj. Tri Wibowo. Jakarta: Perdana Publishing, 2006.
- Sholihah, Tutut. "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu." *J-Mpi* 3, no. 2 (2018): 72–84.
- Smith, Ronald D. *Strategic Planning for Public Relations*. New York City: Routledge, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Rnd*. Bandung: Alfabetha, 2016.
- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama, 2014.
- Sulistiyorini. *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep, Strategi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Supriatno, Marno dan Trio. *Manajemen Dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*. Bandung: PT Refika Aditama, 2008.
- Surachman. *Dasar-Dasar Manajemen Merek: Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan*. Malang: Bayumedia Punlishing, 2008.
- Suryanto, Syarifuddin S Gassing dan. *Public Relations*,. Yogyakarta: Penerbit Andi Ofssset, 2016.
- Sustina. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.

- . *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2003.
- Syamsuddin. “Membangun Pelayanan Public Yang Prima: Strategi Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah.” *Journal of Islamic Education Management* Vol. 4 (2018): 160–170.
- Syarifuddin. *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. Jakarta: Pt Ciputat Pers, 2005.
- Theaker, Alison. *The Public Relations*. New York City: Routledge, 2001.
- Thomas, Hudleston Jr. *Marketing The Applicant Questionnaire the College And University*. New Jersey: Inc.Publ, 1976.
- Ulum, Muahmmad. “Strategi Peningkatan Mutu Sekolah Menengah Kejuruan Pasca Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001:2008.” *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 27, no. 1 (2017): 69–91.
- Umniyah, Wahyu Fatikhatul. “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustho Al-Fiel Kabupaten Cilacap.” UIN Prof. Kh. Saifuddin Zuhri Purwoketo, 2022.
- Widoyoko, Eko Putro. *Evaluasi Program Pembelajaran*,. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Yanti Effendi, S.Kom. “Sekolah Swasta Banyak Kekurangan Siswa.” *Lentera Pendiidkan.Com*. Last modified 2022. Accessed January 12, 2023. <http://www.lenterapendidikan.com/berita/sekolah/view/sekolah-swasta-banyak-kekurangan-siswa.html>.
- Yaya Ruyatnasih, Liya Megawati. *Pengantar Manajemen Teori, Fungsi Dan Kasus*. Yogyakarta: CV. Absolute Media, 2018.
- Yulis, Rama. *Ilmu Pendidikan Islam*. Jakarta: Kalam Mulia, 2008.
- Zarkasyi, Ahmad. “Konsep Pengembangan Program Unggulan Di Lembaga Pendidikan Agama Islam.” *Jurnal al-Makrifat* 1, no. 1 (2017): 2.
- “Kamus Besar Bahasa Indonesia.”

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian di SMA Khadijah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA

Jalan Ir. Soekarno No. 34 Batu 65323, Telepon & Faksimile (0341) 531133
 Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-57/Ps/HM.01/04/2023 11 April 2023
 Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada
 Yth. **Kepala SMA Khadijah Surabaya**
 di Tempat

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi, maka dengan ini mohon kepada Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Jundatul Afidah
 NIM : 210106210007
 Program Studi : Magister Manajemen Pendidikan Islam
 Dosen Pembimbing : 1. Prof. Dr. Hj. Sutiah, M.Pd
 2. Dr. Hj. Samsul Susilawati, M.Pd
 Judul Tesis : Manajemen Humas dalam Meningkatkan Brand Image melalui Program Unggulan di SMA Khadijah, SMA Al-Hikmah dan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Direktur,

 Wahidmurni



Lampiran 5: Brosur

SMA KHADIJAH
SANTUN - UNGGUL - KOMPETITIF

Cambridge Assessment
International Education

PPDB
TAHUN PELAJARAN 2023 - 2024

PENDAFTARAN GELOMBANG
1 MARET S/D PAGU TERPENUHI

PROGRAM UNGGULAN
Boarding School
Tartil Al-Quran | Tahfidz
Cambridge Curriculum
Literasi Digital

PRESTASI SEKOLAH
Sekolah Rujukan
Sekolah Literasi
Sekolah Piloting K-13 (Majelis Cluster)
Sekolah Terimplementasi ISO 9001:2015

PPDB Whatsap Official
082139888001

Pendaftaran Online
ppdb.ypsnuhadjah.sch.id

Jl. A Yani 24, Surabaya 60021,
Jawa Timur - Indonesia
Telp. (+62) 31 8213196 / Fax. (+62) 31 8213194

Gambar 1. Brosur SMA Khadijah

smamda
www.smamda.net

Your bright future
starts here

PERLUKA
PENDAFTARAN
TAHUN AJARAN
BARU
2022/2023

EXCELLENT
WITH CHARACTER
AND ACHIEVEMENT

Pendaftaran Online: ppdb.smamda.net

smamda@smamda.net | www.smamda.net | smamda.id | smamda.tl | smamda.br

SMA Muhammadiyah 2 | Jl. Pucang Anom No 91 Surabaya 60202
Telp. (81) 8213196 | (+62) 7655384870

Gambar 2 Brosur SMA Muhammadiyah

Lampiran 6: Pedoman Wawancara

No	Fokus	Indikator	Sub Indikator	Instrumen
1	Perencanaan humas dalam meningkatkan <i>brand image</i> melalui program unggulan	Penetapan tujuan	a. Penetapan tujuan program unggulan sebagai <i>brand identity</i> b. Kegiatan utama program unggulan sebagai <i>brand identity</i> c. Kegiatan penunjang program unggulan sebagai <i>brand identity</i>	1. Siapa sajakah yang terlibat dalam perumusan atau penetapan tujuan ini? Apakah semua tenaga pendidik dan kependidikan atau bagian-bagian tertentu saja? 2. Bagaimana cara sekolah dalam menetapkan tujuan? 3. Apa saja kegiatan program unggulan disekolah? 4. Adakah kegiatan yang menunjang program unggulan tersebut?
		Analisis situasi	a. Menganalisa sasaran program unggulan sebagai <i>brand personality</i> sekolah b. Menganalisa kebutuhan masyarakat terhadap sekolah yang mempunyai program unggulan	1. Bagaimana cara sekolah menganalisis situasi baik dari internal ataupun eksternal? 2. Bagaimana cara sekolah melakukan pemetaan dan pemilihan target sasaran?
		<i>Self timing</i> , perkiraan bahan dan tenaga	Waktu dan pelaksanaan program unggulan sebagai <i>brand identity</i>	1. Kegiatan program unggulan diperbaharui setiap berapa tahun? 2. Kapan waktu pelaksanaan program unggulan?
		Identifikasi hambatan dan kemudahan	Menganalisis adanya hambatan-hambatan dan kemudahan dalam implementasi program humas kedepannya	1. Faktor apa saja yang menjadi hambatan dalam merumuskan perencanaan program humas? 2. Apa hal yang mendukung perumusan perencanaan program Humas?
2	Pelaksanaan humas dalam meningkatkan <i>brand image</i> melalui program unggulan	<i>Leadership</i> (kepemimpinan)	a. Kepemimpinan dalam membangun <i>public affairs</i> b. Penanggung jawab terlaksananya program c. Langkah-langkah yang dilakukan	1. Siapa sajakah yang terlibat dalam pelaksanaan program humas? 2. Apa saja yang dilakukan sekolah dalam meningkatkan <i>brand image</i> sekolah? 3. bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh pihak humas sendiri, atau apa saja langkah-langkah yang dilakukan pihak humas dalam melaksanakan program kerja humas
		<i>Supervision</i>	a. Publisitas sebagai <i>brand personality</i> b. Pengawasan publisitas	1. Bagaimana pelaksanaan publisitas sekolah dalam meningkatkan citra lembaga? 2. Dan dalam proses penyebarluasan informasi lembaga pendidikan sekolah, sosialisasi dan publikasi

			c. Pengawasan proses pelaksanaan sesuai dengan perencanaan	seperti apa saja yang digunakan baik bagi internal atau eksternal? 3. Adakah sosialisasi dan publikasi yang dilakukan secara rutin atau setiap periodik?
		<i>Communication</i>	a. Komunikasi dengan masyarakat b. Komunikasi antar pj preprogram atau internal c. Mengkomunikasikan kerjasama/lobi guna meningkatkan <i>branding</i> sekolah d. Pelaksanaan manajemen isu guna meningkatkan <i>branding</i> sekolah e. Pemasaran program unggulan guna menekan <i>brand benefit and competence</i>	1. Bagaimanakah sekolah melakukan komunikasi terkait keunggulan sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan sehingga dapat menarik peminat masyarakat? 2. Bagaimana komunikasi yang digunakan di struktural kehumasan, baik di lingkungan dalam sekolah maupun luar sekolah untuk meningkatkan <i>brand image</i> sekolah 3. Bagaimana kerjasama antar sekolah dan lembaga lain guna meningkatkan <i>branding</i> ? 4. Siapa saja yang ikut terlibat dalam pelaksanaan sosialisasi atau manajemen isu, serta kapan waktu-waktu dalam melaksanakannya 5. Meida apa yang digunakan sekolah untuk memasarkan program unggulan?
		Motivating	a. Faktor pendukung berjalannya program b. Media untuk mendukung berjalannya program	1. Dalam pelaksanaan program humas, bagaimana bentuk dukungan dari publik internal maupun eksternal? 2. Media apa saja yang digunakan dalam proses pelaksanaan implementasi program humas?
3	Evaluasi humas dalam meningkatkan <i>brand image</i> melalui program unggulan	<i>Expectancy</i> (Standar)	a. Tim pengawas program unggulan sebagai <i>brand identity</i> b. Prosedur pengawasan program unggulan sebagai <i>brand identity</i> c. Bentuk pengawasan program unggulan sebagai <i>brand identity</i>	1. Siapa yang meangawasi terlaksananya program unggulan, dari Humas sendiri atau ada tim khusus? 2. Media apa saja yang digunakan dalam proses pelaksanaan implementasi program humas? 3. Bagaimana langkah-langkah humas dalam mengawasi program unggulan sebagai <i>brand identity</i> ?
		<i>Performance</i> (Ukuran pelaksanaan)	a. Indikator proses b. Indikator output c. Indikator input d. Impact	1. Apakah pelaksanaan kegiatan program unggulan sesuai dengan pernacanaan di awal? 2. Adakah acuan penilaian hasil kegiatan program unggulan yang dicapai selama satu semester? 3. Bagaimana menganalisa tingkat kepuasan siswa atau mayarakat

				<p>terhadap kegiatan program unggulan yang sudah berjalan?</p> <p>4. Apakah program humas melalui program unggulan tersebut terlaksana dengan baik? Apa faktor penghambat dan pendorong dari pelaksanaan program unggulan tersebut?</p> <p>5. Apakah dengan adanya program humas yang telah disusun, memberi dampak terhadap <i>brand image</i> sekolah?</p>
		Perbandingan	<p>a. Keselarasan anggaran awal dengan realita</p> <p>b. Kualitas pelaksanaan program</p> <p>c. Proses pelaksanaan program</p>	<p>1. Apakah selaras antara anggaran awal kegiatan program unggulan dengan kebutuhan?</p> <p>2. Apakah kegiatan program unggulan yang sudah berjalan mengalami peningkatan secara kualitas dan kuantitas?</p> <p>3. Apakah dengan adanya program unggulan mampu memikat daya tarik masyarakat sekitar?</p>
		Perbaikan atau koreksi	Perbaikan penyimpangan dengan tindakan yang tepat	Bagaiman langkah pembenahan Humas jika terdapat kegiatan program unggulan yang kurang berjalan?
		Pengawasan waktu	Ketepatan perencanaan waktu dengan realita	Apakah waktu pelaksanaan program unggulan sesuai dengan rencana awal yang sudah disepakati?

Lampiran 7: Transkrip Wawancara

A. SMA Khadijah

1. Kepala Sekolah: M. Ghoffar, S. Ag, M.M.pd.I

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Dalam menetapkan tujuan atau merumuskan perencanaan berbagai kegiatan atau program humas di SMA Khadijah ini dibutuhkan kerjasama yang baik. Siapa sajakah yang terlibat dalam perumusan atau penetapan tujuan ini? Apakah semua tenaga pendidik dan kependidikan atau bagian-bagian tertentu saja?	Perencanaan program sekolah itu mengacu pada RENSTRA yayasan yang disusun 5 tahunan. Dari renstra tersebut disusun dengan yang namanya RKAS sekolah (kegiatan selama 5 tahun). Dari berbagai wakasek membuat program, lalu dibicarakan dengan seluruh pimpinan dan staff-staff sekolah. Jadi, dari bagian humas lalu dibahas secara general oleh pihak SMA, baru menjadi sebuah program di yayasan lewat asistensi. Setiap tahun ada RKAS yang mana itu masuk dalam program tahunan Humas
2	Dalam merencanakan atau merumuskan program humas di lembaga pendidikan, biasanya terlebih dahulu harus dilakukan analisis atau menganalisis situasi (baik itu dari situasi internal maupun eksternal). Nah bagaimana cara sekolah dalam menganalisis situasi tersebut?	Ada 2 analisis isu dalam merencanakan program humas, baik dari segi eksternal maupun internal. Misalkan saja isu yang terbaru, terjadi dan menjadi <i>trend</i> diluar sekolah, apa yang sedang dikembangkan di luar sekolah. Di sekolah juga ada UPM (Unit Penjaminan Mutu) yang membahas isu-isu di luar sekolah. Setiap semester ada namanya audit internal. Bagaimana secara pelayanan dan sebagainya. Ketika ada suatu yang dirasa itu tidak sesuai atau kurang maka di <i>close</i>
3	Dalam merencanakan program atau menetapkan tujuan tadi, apakah dilakukan pemetaan sasaran dan pemilihan target sasaran? Atau melihat dari keunggulan minat masyarakatnya, melihat perananan stakeholders atau masyarakat eksternal karna sangat penting juga bagi kehidupan lembaga pendidikan?	Pemilihan target sasaran tentu ada, contohnya program siswa mengabdikan. Anak-anak yang dianggap cakap mengajar alquran dan lainnya kita terjunkan ke TPA sekitar. Tersu juga ada namanya alumni mengabdikan. Jadi alumni yang sudah berhasil itu di moment tertentu kita (sekolah) kumpulkan jadi satu disini untuk memotivasi adek kelasnya. Ada orang tua mengabdikan juga. Diminta memberikan pengalaman terhadap siswa.
4	Dalam merumuskan perencanaan program humas guna meningkatkan citra lembaga atau <i>brand image</i> Surabaya ini adakah kendala-kendala sehingga menghambat proses perencanaan program humas?	Dalam merencanakan semua program itu jelas ada kendala. Kendala itu karena waktu yang terbatas. Karena kita ini bukan pekerja seperti pekerja film atau lainnya. Ya disitu saja
5	Dan apakah program-program kerja humas dalam meningkatkan citra lembaga atau <i>brand image</i>	Bukan persemester ya, karna kan kita mengacu terhadap RENSTRA sekolah yang diadakan 5 tahun sekali. Dan juga tiap tahunnya ada RKAS itu.

	diperbaharui setiap tahunnya, atau bahkan per-semester?	
6	Bagaimana tanggapan bapak selaku kepala sekolah SMA Khadijah Surabaya, mengenai pentingnya bagian PR/ Humas bagi lembaga sekolah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini?	Humas itu sangat membantu untuk menginformasikan sekolah, mengkomunikasikan program kepada guru-guru, kemudian kepada masyarakat, dan juga memberikan image kepada masyarakat bahwa sekolah ini masih hidup
7	Dan apakah program-program Bagaimana tolak ukur keberhasilan program kerha humas yang telah dimiliki oleh lembaga?	Untuk merumuskan perencanaan humas, tentu ada dan sangat diperhatikan. Dari berbagai kegiatan semua pasti sudah direncanakan dengan matang. Semua kegiatan yang bersifat kehumasan dimunculkan di media-media online. Perencanaan sekolah dalam meingkatkan <i>brand image</i> dimunculkan di web situ. Contohnya bagaimana ketika puasa kemaren ada kegiatan selama 30 haru full (1 bulan), boasanya kan di sekolah lain hanya 3 hari sampai 1 minggu, jadi kita isi dengan kegiatan romadhon. Ada juga kegiatan yang bersifat kemasyarakatan, kita menunjukkan bahwa khadijah itu juga berperan mengisi ramadhan di masyarakat. Contohnya di web khadijah juga ada kajian dari pak KH Ilhamullah Sumarkhan yang mengisi kajian ramadhan sebelum berbuka lewat TV yang mana bisa didengarkan seluruh masyarakat. Ada juga tadarus selama satu bulan untuk siswa yang dilakukan di studio selama 1 bulan sehabis ramadhan, hal itu dalam rangka pengabdian SMA Khadijah terhadap masyarakat. Jadi ada kegiatan yang istilahnya berbagai pada masyarakat. Ada juga lagu-lagu islami dari siswa untuk masyarakat, itu merupakan sumbangsih kita di bulan ra,adhan kemaren. Hal itu merupakan contoh perencanaan humas yang telah direncanakan dengan matang.
8	Menurut bapak, sejauh ini apakah program kerja humas telah dapat dikatakan berhasil dalam pengelolaan hubungan kerja sama baik dengan berbagai lembaga sekolah lain atau dengan masyarakat internal dan eksternal?	Ya selama ini apa yang dilakukan oleh Humas itu ya seusia dengan program itu. Misalnya ada program studi kampus, seperti tahun lalu itu ke Semarang, pernah ke bali. Malah kemaren mau ke turki tapi karena terjadi gempa, dan itu masuk program tahunan. Ke malasya dan ke Australia juga pernah.

9	Bagaimana upaya sekolah untuk mempertahankan <i>image</i> atau citra sekolah yang sudah terbentuk di masyarakat?	Kita tetap hanya ingin mempertahankan khadijah yang sebenarnya. Khadijah itu adalah sekolah yang memiliki kekhususan walaupun di luar sana ada sekolah tahfidz, padahal tahfidz itu kan hanya label gak tau didalamnya kayak apa. Nah kita ini dari dulu terkenal dengan sekolah yag berbasis agama, pesantren ditengah kota. Sehingga sampai sekarang pun pelajaran agama yang ada di Khadijah ini masih menggunakan kitab kuning. Nah itu kita pertahankan. Misalnya kitabnya pakai taqrib, hadistnya pakai bulughul marom. Sekolah lain tidak ada kecuali pondok pesantren, mulai dari SMP dampai SMA. Itu yang kita pertahankan bahkan sebelum ada pesantren berdiri, sma khadijah ini sudah memakai kita kuning, hal itulah yang menjadi daya tarik. Pembelajaran di kota berbasis pesantren, tetep kita jaga.
---	--	--

2. Waka Humas:Siti Khayuna, M.Pd

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Dalam menetapkan tujuan atau merumuskan perencanaan berbagai kegiatan atau program humas di SMA Khadijah ini dibutuhkan kerjasama yang baik. Siapa sajakah yang terlibat dalam perumusan atau penetapan tujuan ini? Apakah semua tenaga pendidik dan kependidikan atau bagian-bagian tertentu saja?	Untuk menetapkan perencanaan program humas dari beberapa pihak, seperti kepala sekolah, waka humas dan staffnya. Tetapi untuk membuat proram humasnya itu dari beberapa ide dari beberapa pihak misal dari karyawan, stakeholder, siswa (bagaimana menjalin kerjasama dengan masyarakat atau dengan instansi), komite (terkait tentang parenting, kelas inspirasi), tenaga pendidik, BK (ex: usulan expo kampus, menjalin kerjasama kampus terkait dengan penerimaan mahasiswa baru). Tetapi untuk menetapkan pimpinan dan staff.
2	Dalam merencanakan atau merumuskan program humas di lembaga pendidikan, biasanya terlebih dahulu harus dilakukan analisis atau menganalisis situasi (baik itu dari situasi internal maupun eksternal). Nah bagaimana cara sekolah dalam menganalisis situasi tersebut?	Untuk menganalisis yang pertama tujuan yang pertama yaitu ini dari suara anak, dari kepemilikan anak, dari pilihan anak, bermanfaat untuk anak dan untuk prestasi sekolah. Program ditetapkan atau tidak di analisis oleh sekolah, dilihat bermanfaat tidak untuk anak, penting atau tidak. Dan yang paling penting untuk kepentingan sekolah juga. Sekolah dilihat maju atau tidak kan juga dilihat dari program itu.
3	Dalam merencanakan program atau menetapkan tujuan tadi, apakah dilakukan pemetaan sasaran dan pemilihan target sasaran? Atau melihat dari keunggulan minat masyarakatnya, melihat perananan stakholders atau masyarakat eksternal karna sangat penting juga bagi kehidupan lembaga pendidikan?	Jadi dari analisis tadi pasti ada pemetaan sasaran dan juga pemetaan sasaran.

4	<p>Dalam merumuskan perencanaan program humas guna meningkatkan citra lembaga atau <i>brand image</i> Surabaya ini adakah kendala-kendala sehingga menghambat proses perencanaan program humas?</p>	<p>Kalau untuk perencanaan ya memang kendalanya itu yang pertama dari aset sekolah. Kadang program bagus tapi aset sekolah tidak mendukung. Aset sekolah kana da maca-macam missal dari manusianya, fisik sekolah, gedung sekolah, sarana prasarana, yang ke 2 dari aset finansial sekolah dan yang ke 3 dari aset politik. Aset politik ini maksudnya adalah terkait dengan kebijakan, dan juga aset terkait dengan sosial, lingkungan, budaya. Jadi kita lihat kalau misalkan yang bertentangan itu, contoh sekolah kita berharap digitalisasi dalam pembelajaran itu sudah menggunakan vr, seperti abad 21 tetapi kenyataannya aset manusia belum siap. Nah itu namanya tantangan. Atau missal aset finansial sudah siap tetapi aset manusianya belum. Jadi ya gak bisa jalan. Atau missal budaya, budaya kita adalah budaya ke NU-an atau budaya keagamaan, misalkan ada sesuatu yang bertentangan kan juga tidak jalan.</p>
5	<p>Dan apakah program-program kerja humas dalam meningkatkan citra lembaga atau <i>brand image</i> diperbaharui setiap tahunnya, atau bahkan per-semester?</p>	<p>Untuk programnya bukan diperbaharui bahasanya, tetapi semakin disempurnakan. Tapi ada program baru, namun juga ada program yang disempurnakan. Misal kalau kerjasama, seperti tahun ini kita bekerjasama dengan 5 kampus di SBY tapi diharapkan tahun depan bisa 10 kampus di Jawa Timur. Sama seprti saya ini ada program website untuk alumni, tahun ini cukuplah kita mendata alumninya 3 tahun, maka tahun depan bisa sampai 10 tahun. Jadi semakin disempurnakan. Tetapi memang ada program baru seperti kita mencoba menjalin kerjasama dengan hal-hal yang baru.</p>
6	<p>Dalam melaksanakan program kerja humas di lembaga SMA Khadijah Surabaya ini, bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh pihak humas sendiri, atau apa saja langkah-langkah yang dilakukan pihak humas dalam melaksanakan program kerja humas ini</p>	<p>Langkah-langkah dari pihak humas untuk melaksanakan program humas terurama yaitu koordiniasidulu dengan beberapa pihak yang terkait dengan program tersebut. Jadi habis koordinas kita membuat suatu rencana. Rencana apa, tehniknya bagaimana, baru kita mengimplementasikan.</p>
7	<p>Bagaimana pelaksanaan publisitas sekolah dalam meningkatkan citra lembaga? Dan dalam proses penyebarluasan informasi lembaga pendidikan sekolah, sosialisasi dan publikasi seperti apa saja yang digunakan baik bagi internal atau eksternal?</p>	<p>Untuk publikasi memang kita tidak ada kata-kata mingguan, bulanan ataukah tahunan. Apapun kegiatan yang ada di sekolah kita publikasi setiap saat. Misal ada tamu dari instansi luar, maka kita langsung masukkan ke dalam media sosial kita, atau dimasukkan ke dalam web sekolah. Terus misalkan ada lomba-lomba disini selalu di update langsung di media sosial, baik itu tiktok, facebook, youtube ataupun yang lain. Tapi untuk penangannya memang dari bagian publikasi, itu masuk dalam staff Humas. Jadi dalam bagian humas itu ada yang memegang website sekolah, ada yang pegang promosi sekolah (promosi sekolah itu berarti keluar), ada yang pegang media sosial. Jadi sekolah publikasinya itu ke media cetak, media sosial, media rutso (rutso itu ke sekolah-sekolah). Baik itu publikasi kegiatan, prestasi, PPDB, dan tidak ada jangka waktu tetapi setiap saat. Misalkan juga kemaren ada pengumuman SNMPTN yang diterima 37 orang, langsung diumumkan didepan sekolah</p>

		(banner), tiktok, website. Atau misalkan ada kegiatan halal bihalal di grahadi, yaudah langsung di publish di media sosial. (Ada juga web alumni, literasi digital, makanya semua pihak dilibatkan, baik itu staff ataupun siswa. Karena kan yang mengisi turcham media kebanyakan juga dari pihak siswa, ada yang staffnya yang bagian megang, tapi semua dibawa naungan humas).
8	Bagaimanakah sekolah melakukan komunikasi terkait keunggulan atau program unggulan sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan sehingga dapat menarik peminat atau minat masyarakat?	Untuk informasi terkait program unggulan juga sama, jadi apapun itu kita. Misalkan di radio kita mau promosi, kita akan promosikan program unggulan kita. Bedanya apa sih kita dengan sekolah luar. Karena apa, setiap sekolah pasti mempunyai ciri khas.
9	Siapa sajakah orang yang ikut terlibat dalam proses pelaksanaan sosialisasi dan publikasi tersebut?	Semua masyarakat sekolah ini ami libatkan, karena kan media kita untuk publikasi banyak juga ya. Ada dari web, tiktok, youtube, instagram, turcham meda dan lain-lain. Itu ada yang dipegang oleh alumni, siswa, dan juga guru-guru
10	Bagaimana komunikasi yang digunakan di struktural kehumasan, baik di lingkungan dalam sekolah maupun luar sekolah untu meningkatkan <i>brand image</i> sekolah?	Komunikasinya ya kita harus aktif dan komunikatif yang diperluas. Bahasa saya aktif dan diperluas. Artinpa apa, aktif berarti kita harus sering berkomunikasi dengan siapapun. Karena kita disini promosi tidak hanya kita keluar, tetapi promosi internal itu yang paling bagus. Karena apa, siswa kita dilayani dengan bagus itu nanti siswa juga akan mempromosikan sekolah kita ke luar. Kita melayani orang tua dengan bagus juga nanti omong ke omomng sekolahnya bagus. Jadi tidak hanya promosi di radio atau banner etapi bagaimana kita melayani warga sekolah, agar mereka juga sebagai media juga untuk promosi. Itu namanya komunikasi aktif. Kalau komunikasi yang diperluas atau di perdalam, berarti kita harus memperdalam dari materinya. Biar anak itu tidak hanya ngomong satu kali, tetapi bberapa kali. Tidak hanya bisa melihat satu objek tetapi bisa melihat beberapa objek. Jadi orang melihat itu, ohh khadijah itu tidak hanya kelihatan NU, tetapi khadijah itu kelihatan bisa inggris, mandarin dll. Itu namanya diperluas.
11	Apakah pelaksanaan program humas sudah efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan?	Kalau bahasa efektifitas memang kita tidak bisa ngomong 100% ya. Karena tahun ini juga tahun sekolah jadi munyer. Efektivitas memang belum 100%, buktinya saya masih belum bisa mendapatkan siswa sebanyak 200 lebih. Karena promosi dan publikasi berhasil kalau kita mendapatlan siswa yang banyak. Meskipun kita tes, dan kita tetap membuang siswa. Kalau bahasa saya masih kurang efektif, tetapi bisa diomong juga sudah efektif. Meskipun kita aktif di medsos, tetapi medsos itu orang hanya bisa melihat, tetapi tidak tahu aslinya. Kalau kita terjun langsung insyaallah lebih bagus, karena lebih terpercaya (diberbagai sekolah). Saya juga sebelumnya sudah melakukan promosi melalui sms, jadi sispapun yang lewat melalui jl wonokromo atau royal plaza SBY pasti mendapatkan notifikasi sms. Jadi kalau saya tidak

		bisa keluar ya saya lakukan dari dalam. Ya Alhamdulillah dari situ semakin banyak yang mendaftar. Disamping itu saya tetap promosi di media sosial. Saya juga menyuruh guru-guru untuk mempromosikan sekolah kita
12	Bagaimanakah bentuk penilaian tersebut dilaksanakan? Kapan dan dimana?	<p>Untuk evaluasi biasanya kita melakukan di bulan mei-juni ini. Saya mesti mengevaluasi seluruh program dalam satu tahun. Jadi juni kan kita esti disuruh untuk membuat program lagi buat tahun depan. Jadi disitu kita akan mengevaluasi kegiatan apa saja, baik itu yang berhasil ataupun tidak berhasil, atau yang belum mencapai 100%. Biasanya saya buat gitu, jadi saya buat list mana yang kurang, belum tercapai dan berhasil. Sehingga terus kalau misalkan sudah berhasil, ini diperluas kemana sayapnya. Contohnya begini kemarin saya itu punya program baru. Program baru itu usulan dari siswa juga. Karena mereka bosan untuk mengaji, karena merasa sudah merasa faham akhirnya bosan untuk belajar (anak yang sudah mumtaz dan mendapat sertifikasi dari PIQ). Akhirnya dari usulan itu saya tanya ke anak-anak, mau kalian apa, karena kan kita gak bisa menentukan suatu program tanpa diskusi dengan mereka. Itu namanya usulan anak, dari pilihan anak, dan anak yang merasa memiliki program itu. Akhirnya mereka menjawab kalau ingin mengembangkan program bacaan quran saya.</p> <p>Akhirnya saya kerja sama dengan PTQ-PTQ disekitar sekolah ini, anak-anak diterjunkan untuk magang dan mengajar untuk kelas 10-12 yang sudah mendapatkan sertifikat PIQ (nama programnya asistensi mengajar/volunteer mengajar). Akhirnya dari situ di upload keluar, dilihat orang luar dan dilihat orang yayasan, jadinya program itu akhirnya diambil oleh yayasan. Akhirnya saya mulai sekarang berfikir lagi, bagaimana mengembangkan anak-anak tersebut tadi. Dari sini akhirnya anak-anak berfikir kalau mengajar itu ternyata susah. Tapi disini anak-anak tidak hanya mengajar ngaji, ada yang telling story (bercerita nabi-nabi) dll. Itu kan namanya mengembangkan bakat mereka. Itu namanya juga media promosi, apapun bisa dijadikan promosi.</p> <p>Kemaren saya juga di Australia, disana kan orang-orang tidak mengenal apa itu SMA Khadijah, jadi saya bilang lihat aja websitenya, pokok semua bisa dijadikan promosi</p> <p>Untuk program siswa ke luar negeri itu ada setiap tahun, kemaren itu awalnya mau ke turki tapi ternyata gemp. Masuk dalam program tahunan. Dan ada juga program pertukaran pelajar. Itu namanya juga promosi. Makanya semua promosi, dari omongan juga promosi</p>
13	Apakah semua program humas sudah terlaksana dengan baik, dan dapat mencapai kepada khalayak sasaran? Dan apakah dengan adanya program humas yang telah disusun, memberi dampak terhadap <i>brand image</i> sekolah?	Sangat berdampak ya. Karena gini, humas itu kana da 2 bagian kalau menurut saya tugasnya itu ada 2 bagian. Nah itu untuk <i>brand</i> sekolah humas itu kan fungsinya satu untuk kerja sama dan satu untuk publikasi. Dari keduanya itu lah kita membuat <i>brand</i> sekolah semakin maju atau semakin mundur. Jalanan kerjasama itu bisa terjalin jika ada komunikasi yang bagus dan baik. Publikasi bisa berjalan juga karena ada komunikasi yang bagus. Dari komunikasi lisan ataupun tulisan. Saya insyaallah kalau ini sudah meningkatkan <i>brand</i> sekolah, cuman kalau saya

		masih belum puas. Karena saya masih belajar, dari awal saya orangnya gak ngerti apapun, makanya saya tetap ingin belajar dan belajar. Kalau saya promosi keluar disekolah-sekolah lain, saya itu melihat apa sih kelemahan khadajh, apa sih kekurangan khadijah, sehingga sekolah ini bisa lebih unggul setingkat dari pada SMA Khadijah. Dan saya tidak pernah melihat background sekolah apa itu Kristen atau lainnya, seng penting nama khadijah semakin bagus.
13	Apakah dari berbagai program humas yang ada, mengakibatkan peningkatan dari animo masyarakat setiap tahunnya?	Kalau peningkatan animo masyarakat insyaallah ada. Itukan terbukti dari penerimaan siswa kita. Penerimaan siswa itu sebenarnya hany 192 setiap tahunnya, tapi kenyataanya pasti kita melebihi itu.

3. Waka Kurikulum (Cambridge): Ibu Putri

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Setelah saya melakukan observasi secara online melalui web dan brosur. Saya menemukan bahwa Khadijah Surabaya ini memiliki program unggulan yakni program cambridge dan keagamaan. Kegiatan apa sajakah yang ada dalam program unggulan tersebut?	Iya disekolah ini mempunyai 2 program unggulan. Salah satunya program unggulan Cambridge. Sebenarnya sekolah kita suah lama memakai program unggulan Cambridge ini. Tahun 2008 kami sudah menggunakan cambridge sebagai unggulan. Di awal dulu hanya memakai ujiannya saja atau sertifikasinya saja. Tapi seiring berjalannya waktu, dimulai pada tahun 2017 kita sudah mengadopsi kurikulumnya. Tidak hanya mengikuti sertifikasinya tetapi sudah mengadopsi kurikulumnya. Nah maple yang kita pilih yaitu bahasa inggris. Jadi bukan memakai kurikulum nasional tetapi sudah Cambridge. Alhamdulillah sudah berjalan dengan baik. Setiap tahun juga kita selalu mengikuti ujian Cambridge. Kecuali ketika pandemi off.
2	apakah semua siswa diwajibkan untuk mengikuti program tersebut	Untuk seluruh siswa tidak diwajibkan untuk mengikuti sertifikasi Cambridge mengingat biaya-nya yang sangat mahal. Tapi Alhamdulillah banyak sekali yang mengikuiti dan berminat. Tetapi dianjurkan oleh sekolah. Sertifikasinya ini ada 2 periode, yaitu mei juni dan oktober November.
3	Kira-kira dari program unggulan tersebut adakah rencana dari pihak sekolah atau lembaga pendidikan SMA Khadijah ini untuk mengembangkan program unggulannya atau bahkan menambah program unggulan lainnya guna mempertahankan citra lembaga atau <i>brand image</i> dari SMA Khadijah ?	Jadi kalau untuk cambridge sekarang yang kita ikuti kan Cambridge ISL tapi untuk kedepannya kita ingin mengembangkan ke AS level. Jadi kalau AS level 1 tingkat diatasnya ISL harapannya adalah mudah untuk mendafatr di universitas luar negeri. Sehingga setiap tahun pasti ada yang minat ntuk melanjutkan kuliahnya di luar negeri
4	Dengan adanya program unggulan, apakah sekolah dapat bersaing dengan lembaga lain? Mengapa demikian?	Sesungguhnya tidak banyak sekolah islam di Surabaya yang memiliki program Cambridge ini. Dulu banyak salah satunya mhammadiyah 2, tetapi tidak menjadi center. Tatpi khadijah adalah salah satunya sehingga itu menjadi point plus di mata masyarakat.

		Oh iya mulai tahun ini khadijah mempunyai kelas Cambridge. Jadi kelas 10 4 kami jadikan kelas Cambridge. Bukan hanya bahasa inggris saja yang memakai inggris, tetapi ada matematika, bahasa arab, fisika, kimia, biologi, bahasa inggris menggunakan bahasa inggris.
5	Apakah program unggulan ini menjadi salah satu hal yang menjadi minat masyarakat masuk dalam sekolah ini?	Iya. Program unggulan Cambridge menjadi salah satu hal atau minat masyarakat untuk masuk ke khadijah. Karena kebetulan saya kan juga menjadi panitia PPDB. Kita kana da instagram, itu di dm banyak sekali yang menanyakan kurikulum Cambridge pelaksanaannya seperti apa? Dan ada juga yang minya jadwal pelajaran ke kita, jadi mereka ingin seberapa besar kurikulum Cambridge itu diterapkan di pembelajaran sekolah atau sehari-hari. Jadi Cambridge di sekolah kami menjadi salah satu nilai plus.

4. Waka Kurikulum (Keagamaan): Bapak Zulfa

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Setelah saya melakukan observasi secara online melalui web dan brosur. Saya menemukan bahwa Khadijah Surabaya ini memiliki program unggulan yakni program cambridge dan keagamaan. Kegiatan apa sajakah yang ada dalam program unggulan tersebut? apakah semua siswa diwajibkan untuk mengikuti program tersebut?	Program unggulan keagamaan, jadi yang sering ditekankan sama Pembina khadijah yakni bu khafifah adalah bahwasanya khadijah itu adalah pesantren kota. Disitu pendidi khadijah sering menakankan bahwasanya disamping juga pembelajaran umum tapi juga ditekankan dengan pembelajaran yang berlandaskan atau mengandung kutubut turost, atau materi-materi dasar yang ada di pondok. Fiqih memakai matan ghayah wattaghrib, tauhid memakai jawahirul kalamiyah, tafsir mekaki tafsir iqlil, ski pakai nurul yaqin, hadist bulughul maram, juga ada kelas 12 itu ada materi faraid. Kalau bahasa arabnya juga memakai durusul lughotil arabiyah kara Kyai Bashari alwi. Artinya apa yayasan khadijah berusaha membentuyuk sumberdaya yang unggul dan kompetitif. Dan pusat pendidikan Islam internasional yang berlandaskan ahlussunnah wal jamaah. Jadi itu yang sangat diprioritaskan. Lulusan SMA Khadijah minla harus tau dasar ilmu agama sebagai pondasi. Kls 12 itu ada 4 ujian praktek agama yaitu shalat, quran dan wirid, thaharah, tartil alquran.
2	PIQ menjadi icon program unggulan keagamaan di SMA Khadijah, sejak tahun berapa SMA Khadijah bergabung sama PIQ?	Sudah lama khadijah gabung dengan PIQ. Sejak Kyai Bashari Alwi masih gesang. Sejak 98 saya sudah mengajar di SD. Barus di SMA masuk. Mungkin sejak 98. Dulu ketika Kyai masih sehat beliau selalu hadir ketika munaqosyah.
3	Kira-kira dari program unggulan tersebut adakah rencana dari pihak sekolah atau lembaga pendidikan SMA Khadijah ini untuk mengembangkan program unggulannya baik itu dari segi program Cambridge atau keagamaan khususnya. Atau bahkan menambah program unggulan lainnya guna	Kalau sampai saat ini program keagamaan itu, kita selalu berinovasi. Artinya belum akan merasa puas. Dan kita akan selalu mencari bagaimana lulusan khadijah selalu berkembang setiap tahunnya berlandaskan aswaja.

	mempertahankan citra lembaga atau brand image dari SMA Khadijah?	
--	--	--

5. Wali Murid: Ibu Syarofah

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Melihat putra/i anda merupakan siswa dari sekolah tersebut, sebelumnya kalau boleh tau bagaimakah anda dapat mengetahui informasi mengenai sekolah SMA Khadijah Surabaya ini?	Mengetahui informasi dari orang tua yang paling asli. Jadi memang lembaga ini sudah berdiri sejak tahun 54. Jadi ibu saya dan nenek mendukung sekali jika khadijah sebagai lembaga pendidikan untuk keluarga kita. Dibarengi mudah-mudahan mampu biayanya. Karena memang sudah dikatakan terkenal untuk kalangan nahdhiyyin, jadi ya sekolah di Khadijah aja. Khadijah ini terkenal dank arena dekat dengan kantor muslimat NU juga.
2	Apa yang menjadi nilai unggul/daya tarik dari sekolah, sehingga tertarik terhadap sekolah tersebut?	<p>Daya tarik sekolah, kita di dalam sebagai guru kita memperbaiki diri. Katakan kegiatan anak-anaknya, dar yang belajar, fasilitas, bagaimana guru kepada siswa, lingkungan pertemanan aman (itu yang dicari oleh para orang tua, jika lingkungan bagus maka sebagai orang tua aman, tetapi jika tidak kita sebagai orang tua malah ketar-ketir). Contoh misal ada perbandingan mau masuk negeri atau khadijah, saya pasti akan lebih memilih khadijah, bukan karena apa-apa. Apalagi ini SMA, jadi lingkungan sangat mempengaruhi. Dan ini berdasarkan pengalaman saya sendiri yang sudah pernah masuk SMK pariwisata, dan dasar saya mendidik ketika SMA harus mempunyai lingkungan yang bagus.</p> <p>Terus keunggulan yang lain adalah Cambridge. Kalau sekolah Islam jarang ada. Ada kalau emmang bener2 ada itu sudah ada logo besar di depan sekolahnya (Al-Azhar), tapi itu sekolah modern. Nah, kalau kita sekolah punya orang nahdhiyyin dan sudah lama berdiri. Itu yang pertama</p> <p>Yang ke dua, selalu berdengung ayat-ayat suci al-Qur'an ditelinga siswa. Itu yang tidak ada di luar. Itu sepele tapi barokahi. Suasananya seperti pesantren, dan menjadi paru-paru pesantren. Dan itupun saya ketika singgah di sekolah lain rasanya gersang. Karna kalau kita ruhnya ruh sekolah Islam, jadi terasa berbeda. Nah itu namanya barokahi.</p> <p>Kemudian juga memang keberadaan anak-anak disini berbeda, dari yang masih faseh sampai 0. Tetapi disini di matrikulasi jadi diperdalam. Intinya pada pembelajaran alquran. Jadi yang tengah bisa naik ke yang atas, yang awal bisa naik ke yang tengah, dan yang atas bisa mengamalkan ilmunya dengan mengajarkan temannya.</p> <p>Kemudian tempatnya strategis, tidak masuk gang dan bisa dijangkau angkutan umum.</p>

3	Ketika ada kegiatan di sekolah, apakah anda diikut sertakan dalam kegiatan itu?, bagaimana partisipasi anda terhadap lembaga dalam melakukan kegiatan itu?	Kalau ada kegiatan, saya sebagai wali murid hanya dimintai izin, itu saja. Jadi tidak ada partisipasi. Tetapi memang ada program wali murid mengabdikan, jadi misal ada wali murid sebagai dokter, jadi disuruh menyampaikan pengalamannya.
4	Bagaimana kesan bapak/ibu terhadap sekolah tersebut?	Khadijah itu menyejukkan di Hati. Banyak hal yang menyejukkan disini dengan al-Quran.

B. SMA Muhammadiyah

1. Kepala sekolah

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Dalam menetapkan tujuan atau merumuskan perencanaan berbagai kegiatan atau program humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini dibutuhkan kerjasama yang baik. Siapa sajakah yang terlibat dalam perumusan atau penetapan tujuan ini? Apakah semua tenaga pendidik dan kependidikan atau bagian-bagian tertentu saja?	perencanaan sangat penting, perencanaan adalah acuan bagi pendidik agar pedoman dalam pelaksanaan. Karena nanti di dalamnya akan terstruktur tentang apa saja yang dilaksanakan. Kalau disini dibuat oleh masing-masing waka, kalau humas ya tim kehumasan, biasanya wa humas akan merancang program kehumasan sesuai dengan job discription dibidang humas. Kegiatan tersebut dilaksanakan secara rinci mulai dari perencanaan kegiatannya, kapan pelaksanaannya, sasaran dan tujuannya siapa sehingga memudahkan dalam pelaksanaannya.
2	Dalam merencanakan atau merumuskan program humas di lembaga pendidikan, biasanya terlebih dahulu harus dilakukan analisis atau menganalisis situasi (baik itu dari situasi internal maupun eksternal). Nah bagaimana cara sekolah dalam menganalisis situasi tersebut?	Ya analisis itu pasti ada. Baik itu dari dalam maupun dari luar. Istilahnya internal atau eksternal. Karna kan memulai perencanaan itu harus analisis situasi dulu atau istilah gampangnya identifikasi masalah. Contohnya dari segi in put yang dilakukan sekolah, yaitu dengan cara mengidentifikasi teknik sosialisasi humas agar mendapatkan peserta didik yang bagus, dari sarana prasarana ada rapat tentang kebutuhan gedung agar menjadi lebih bagus, maka kita akan rombak lebih bagus karena siswa juga lebih banyak sekarang. Kita pasti analisis dulu, kekurangannya bagaimana, kelemahannya bagaimana, peluangnya bagaimana. Hal itu biasa disebut dengan analisis swot. Lalu baru kita ke tahap pelaksanaan program kerja.
3	Dalam merencanakan program atau menetapkan tujuan tadi, apakah dilakukan pemetaan sasaran dan pemilihan target sasaran? Atau melihat dari keunggulan minat masyarakatnya, melihat perananan stakeholders atau masyarakat eksternal karna sangat penting juga bagi kehidupan lembaga pendidikan?	Iya pasti kita melaksanakan program ada target sarannya. Misalkan kerjasama sekolah dengan sekolah luar negeri atau kegiatan bakti sosial yang rutin diselenggarakan dengan panti asuhan maupun dengan warga sekitar lingkungan sekolah. Masing-masing program kan kita sudah tau sarannya untuk siapa.
5	<i>Excellent with character and achievement</i> menjadi slogan di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, bagaimana filosofi dari kalimat tersebut?	Itukan artinya Pendidikan adalah paspor masa depan, karena hari esok adalah milik mereka yang mempersiapkannya hari ini. Artinya apa, smamda akan terus berusaha mempersiapkan yang terbaik guna masa depan anak-anak kami. Dengan kita mengadakan berbagai program unggulan, menyiapkan fasilitas yang layak, maka murid akan merasa terpacu juga mbak.
6	Dalam merumuskan perencanaan program humas guna meningkatkan citra lembaga atau <i>brand image</i> SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini adakah kendala-kendala sehingga	Sejauh ini Alhamdulillah berjalan dengan baik mbak. Karena setiap kita merencanakan atau merumuskan perencanaan program kami menggunakan komunikasi internal ini. Artinya apa kita memberi kebebasan untuk mengeluarkan pendapat dan “uneg-uneg” dari semua warga sekolah. Kebebasan mengeluarkan semua “uneg-uneg” itu diwujudkan melalui sejumlah kreasi yang selalu dipublikasikan melalui media

	menghambat proses perencanaan program humas?	komunikasi internal sekolah. Dengan demikian, kebebasan berpendapat dan mengeluarkan “uneg-uneg” itu menyebabkan semua warga sekolah merasa memiliki kesempatan untuk berkreasi. Dalam berkreasi, siswa mendapat kesempatan untuk mempublikasikan hasil kreasinya kepada warga sekolah.
8	Bagaimana tanggapan bapak selaku kepala sekolah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya, mengenai pentingnya bagian PR/Humas bagi lembaga sekolah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini?	Sangat penting sekli. Apalagi dalam memperluas relasi antar lembaga, memperluas perkenalan kepada masyarakat. Karena kalau tidak ada humas ya susah juga ya untuk publikasi dan promosi. Apalagi ide piker dari humas itu pasti ada saja. Anggap saja lebih kreatif dari saya juga
9	Bagaimana tolak ukur keberhasilan program kerja humas untuk meningkatkan <i>brand image</i> sekolah ini?	Untuk tolak ukurnya ya meningkatkannya animo masyarakat setiap tahun ya mbak, bagaimana kita lebih dikenal dan semakin dicintai oleh banyak masyarakat. Karena Alhamdulillah smamda ini selain mengenalkan program keislaman smamda juga mempunyai program sister school dan student exchange ke Australia yaitu Lorne P-12 College dan Goulburn Valley Grammar School (GVGS), Shepparton, Victoria. Dari program kerjasama dengan Australia, Smamda mendapat apresiasi langsung dari Menteri Luar negeri Julie Bishop yang berkunjung ke Smamda pada bulan Agustus 2018, lalu. Sebenarnya kan ini juga termasuk program humas yang berhasil meningkatkan citra lembaga kami.
10	Menurut bapak, sejauh ini apakah program kerja humas telah dapat dikatakan berhasil dalam pengelolaan hubungan kerja sama baik dengan berbagai lembaga sekolah lain atau dengan masyarakat internal dan eksternal?	Dikatakan berhasil, insyaallah berhasil ya. Karena kita selalu melakukan melakukan koordinasi dengan seluruh waka sekolah ini, selalu ada koordinasi. Contohnya kemarin ada kegiatan studi banding antar organisasi. Yang mana OSIS dari Sekolah Santa Maria berkunjung ke PR IPM SMA Muhammadiyah. Ada juga kegiatan IPM SMAMDA mendatangi panti asuhan, atau kerja sama seperti seminar dengan beberapa universitas Itu kan kegiatan dari humas, tapi dikoordinasikan dengan kami semua

2. Waka Humas

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Dalam menetapkan tujuan atau merumuskan perencanaan berbagai kegiatan atau program humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini dibutuhkan kerjasama yang baik. Siapa sajakah yang terlibat dalam perumusan atau penetapan tujuan ini? Apakah semua tenaga pendidik dan kependidikan atau bagian-bagian tertentu saja?	Kita disini dalam menerapkan kegiatan perencanaan berlandaskan Need Assesment atau berbasis kebutuhan. Karena ketika kita sudah dilapangan, itu lebih bagaimana apa yang dibutuhkan sekolah bisa berjalan dan perencanaan disesuaikan dengan melihat dari hasil evaluasi tahun sebelumnya, kemudian berbicara mengenai rencana jangka panjang sekolah, visi misi sekolah dan juga analisis kebutuhan (SWOT) yang akan kita lakukan nantinya. Ini merupakan praktis lapangan mbak, jadi kita tidak merujuk ke teori secara langsung Dalam perencanaan, waka humas mengajukan beberapa kegiatan, lalu dirapatkan dengan pihak kepala sekolah dan juga wakasek lainnya. Dari situ disepakati kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan kedepannya.

2	<p>Dalam merencanakan atau merumuskan program humas di lembaga pendidikan, biasanya terlebih dahulu harus dilakukan analisis atau menganalisis situasi (baik itu dari situasi internal maupun eksternal). Nah bagaimana cara sekolah dalam menganalisis situasi tersebut? Apakah dilakukan pemetaan sasaran dan pemilihan target sasaran?</p>	<p>langkah-langkah dalam penyusunan atau konsep perencanaan humas adakah pertama mengumpulkan poin-poin yang menjadi dasar dalam analisis baik internal maupun eksternal untuk mengkaji kekurangan, kelebihan maupun tantangan yang akan dihadapi dari pelaksanaan kita yang dijalankan nanti. Kedua menentukan tujuan yang jelas serta dipilih target sasarannya. Program itu ditujukan ntuk siapa. Masyarakat internal kah, eksternal kah atau global kah. Ketiga mengacu terhadap renstra dari SMA Muhammadiyah agar rumusan tidak melenceng jauh dari visi dan misi sekolah, setelah itu menentukan kapan program akan direncanakan</p>
4	<p>Dan apakah program-program kerja humas dalam meningkatkan citra lembaga atau <i>brand image</i> diperbaharui setiap tahunnya, atau bahkan per-semester?</p>	<p>Bahasa kita tidak diperbaharu, tetapi selalu memperbaiki ya mbak.kita selalu berkomunikasi antar satu sama lain agar program kita terus berjalan dengan baik. Salah satu komunikasi internal humas SMA Muhammadiyah 2 Surabaya yang digunakan dalam menyebarkan informasinya yaitu rapat internal yang diadakan setiap hari sabtu. Rapat tersebut dihadiri oleh Kepala sekolah, wakasek humas dan kesiswaan, wakasek kurikulum, wakasek sarpras, serta guru. Rapat tersebut bertujuan untuk menggali informasi yang ada di sekolah selama satu minggu. Selain rapat internal, juga terdapat rapat pimpinan yang diadakan setiap hari rabu di Lembaga Pendidikan Muhammadiyah.</p>
5	<p>Dalam melaksanakan program kerja humas di lembaga SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini, bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh pihak humas sendiri, atau apa saja langkah-langkah yang dilakukan pihak humas dalam melaksanakan program kerja humas di SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini?</p>	<p>Yang pasti kita melaksanakan apa yang sudah direncanakan sebelumnya. setelah membagi pertupoksi kepada masing-masing orang. Seperti program unggulan sendiri, publisitas, promosi. Ada juga kita melakukan rekrutmen tidak asal-asalan. Karena dengan tenaga pendidik yang bagus, maka outputnya nanti akan bagus juga. Dan <i>image</i> terhadap masyarakat akan semakin meningkat pula, melihat lulusan kita berkualitas. Terus kita melengkapi sarana dan prasarana juga, karena biasanya yang pertama dinilai masyarakat pada lembaga pendidikan itu kan fasilitas. Semakin lengkap fasilitas maka semakin positif kesan yang diberikan masyarakat terhadap lembaga pendidikan dan sebaliknya. Menjalin kerja sama juga. Karena menjalin kerjasama itu juga salah satu hal dari program kami ya, sekalian promosi juga.</p>
6	<p>Bagaimana pelaksanaan publisitas sekolah dalam meningkatkan citra lembaga? Dan dalam proses penyebarluasan informasi lembaga pendidikan sekolah, sosialisasi dan publikasi seperti apa saja yang digunakan baik bagi internal atau eksternal?</p>	<p>SMA Muhammadiyah 2 Surabaya mempunyai <i>website</i> yang selalu up date yang berisi informasi-informasi mengenai kegiatan akademik maupun kegiatan non akademik sekolah. Masyarakat luas dapat mengaksesnya dengan mudah. Selain <i>website</i>, sekolah juga mempunyai 2 majalah yang selalu terbit dalam satu tahun dua kali. Majalah tersebut terdiri dari majalah dari Lembaga dan majalah dari sekolah. Selain itu, SMA Muhammadiyah 2 Surabaya juga bekerja sama dengan pihak media massa, sehingga apabila ada kegiatan yang unik dan menarik, pihak SMA Muhammadiyah 2 Surabaya selalu mengundang pihak media untuk meliput kegiatannya.</p>
7	<p>Adakah sosialiasi dan publikasi yang dilakukan oleh lembaga SMA Muhammadiyah 2 Surabaya</p>	<p>Tidak ada kata perperiodeik mbak, mungkin kecuali majalaj ya. Tetapi kalau pusblisitas kami laksanakan setiap ada kegiatan. Jadi setiap ada kegiatan langsung kami umumkan di web tersebut. Karena Dengan adanya atau semakin</p>

	<p>khususnya pada baguan humas secara rutin atau setiap periodik?</p>	<p>seringnya publisitas maka jangkauan pencitraan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya menjadi semakin meluas</p>
8	<p>Media apa saja yang digunakan dalam proses pelaksanaan implementasi program kerja?</p>	<p>Kami promosinya pertama, kita itu pasang bener di jalan, sebar brosur di tempat umum, juga memberdayakan anak-anak, kemudian utama sih ya, publikasi kita itu di media sosial, media sosial kita itu lengkap ada websait, you tube, twitter, tik tok, Inshaallah media sosialnya lengkap dan jalan</p>
9	<p>Siapa sajakah orang yang ikut terlibat dalam proses pelaksanaan sosialisasi dan publikasi tersebut?</p>	<p>dalam melaksanakan program, koordinasi humas disekolah tentu melibatkan seluruh komponen sekolah. Pengkoordinasian memerlukan komponen yang baik agar kegiatan dapat berjalan selaras dan satu pemikiran untuk sebuah tujuan yang baik yang telah direncanakan di awal. Setiap kegiatan kehumasan selalu dikoordinasikan kepada semua pihak yang terlibat agar memberikan dukungan, saran maupun kritik.</p>
10	<p>Bagaimanakah sekolah melakukan komunikasi terkait keunggulan atau program unggulan sekolah dalam pemasaran lembaga pendidikan sehingga dapat menarik peminat atau minat masyarakat?</p>	<p>Untuk komunikasi program unggulan, setiap kegiatan pasti kami selipkan. Misal ada kegiatan apapun kami tampilkan di web kami, begitupun dengan program unggulan. Jadi tidak hanya kami tampilkan di brosur tetapi di semua media publikasi kami. Seperti kemarin ada penerimaan PTN, maka kami tampilkan juga di web kami. Kemudian ada wisuda juga maka kami langsung tampilkan. Jika seperti itu kan masyarakat, pasti masyarakat akan lebih tertarik dengan sekolah kami. Karena meliha publisitas kami di berbagai media online. Oh iya kemaren juga progam dari kami salah satunya yaitu student exchange baru terlaksana tepatnya 23 february kemarin, dan itu kami publish juga di berita web kami. Itu kan juga masuk program unggulan kami.</p>
11	<p>Bagaimana komunikasi yang digunakan di structural kehumasan, baik di lingkungan dalam sekolah maupun luar sekolah untu meningkatkan <i>brand image</i> sekolah?</p>	<p>Komunikasi Interpersonal Melibatkan Customer service dan warga sekolah dalam melayani tamu yang datang ke sekolah untuk mendapatkan sebuah informasi, Komunikasi Internal dilakukan dengan cara diadakan rapat jenjang, rapat internal, Gathering yang melibatkan kepala sekolah, guru, dan karyawan sekolah, Komunikasi eksternal dilakukan dengan cara mengadakan kegiatan-kegiatan sosial seperti bakti sosial, pemberian dana bina lingkungan, studi banding, open house, try out massal, serta home stay.</p>
12	<p>Dalam pelaksanaan program humas, bagaimana bentuk dukungan dari publik internal maupun eksternal?</p>	<p>Banyak sekali dukungan mbak. Maka dari itu kami selalu menupayakan komunjkasi yang berjalan ini. Dengan kita mengadakan komukasi yang baik kan program akan berjalan dengan baik juga. Seperti saja Kelancaran komunikasi internal sekolah menyebabkan semua orang merasa dihargai dan merasa diperlukan di sekolah dengan diterimanya saran dan menjadi bagian dari sukses yang diraih sekolah. Karena rasa memiliki tersebut, semua warga sekolah merasa ikut bertanggung jawab terhadap suksesnya program pendidikan di sekolah. Dengan mereka memberi saran kan sama saja merupakan salah satu bentuk dukungan. Begitu juga dengan dukungan dari eksternal mbak.</p>
13	<p>Apakah pelaksanaan program humas sudah efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan?</p>	<p>kalau berhasil, insyaallah semua program sudah terlaksana dengan baik dan berhasil. Tetapi pasti dari sekolah akan terus melakukan peningkatan agar tidak pernah merasa puas. Tetapi untuk program semua Alhamdulillah sudah berjalan</p>

		pada tahun ini. Dan jika melihat animo masyarakat untuk masuk ke sekolah ini, setiap tahunnya meningkat. Dan juga banyak sekolah-sekolah lain melakukan studi banding kesini, itu kan mereka tau dari publikasi-publikasi kita baik terutama media online
14	Bagaimanakah bentuk penilaian tersebut dilaksanakan? Kapan dan dimana?	berbicara mengenai evaluasi setiap rapat apapun sebenarnya kami adakan untuk momentum evaluasi. Setiap selesai melaksanakan program kami adakan evaluasi, hal ini kami lakukan agar terus menerus melakukan perbaikan. Tetapi, untuk waktu tepatnya itu setiap akhir tahun ajaran sampai sebelum awal tahun ajaran baru. Mungkin sekitar Mei sampai Juni
15	Apakah ada hambatan dalam pelaksanaan program humas?	Hambatan sejauh ini mungkin masalah waktu ya mbak. Karena kan waktu kita ini terbatas dengan kegiatan yang sangat padat. Selebihnya alhamdulillah sejauh ini tidak ada, kami berusaha memaksimalkan program-program kami
16	Apakah semua program humas sudah terlaksana dengan baik, dan dapat mencapai kepada khalayak sasaran?	Dibilang terlaksana Alhamdulillah terlaksana dengan baik, tetapi kami juga masih belum puas. Artinya kami akan terus berkembang lagi demi meningkatkan citra lembaga yang telah kami bangun di masyarakat.
17	Apakah dengan adanya program humas yang telah disusun, memberi dampak terhadap <i>brand image</i> sekolah?	Sangat memberi dampak mbak. Melihat siswa yang masuk smamda ini. Kan kalau begitu berarti kita semakin dikenal oleh masyarakat luas. Bahkan ada yang dari luar pulau, luar kota. Kebetulan kami ada program boarding juga, jadi yang dari luar pulau atau kota bisa tinggal disana.
18	Apakah dari berbagai program humas yang ada, mengakibatkan peningkatan dari animo masyarakat setiap tahunnya?	Iya mbak.

3. Penanggung jawab Program Internasional

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Setelah saya melakukan observasi secara online melalui web dan brosur. Saya menemukan bahwa SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini memiliki program unggulan yakni program nasional dan internasional. Kegiatan apa sajakah yang ada dalam program unggulan tersebut? Dan apakah semua siswa diwajibkan untuk mengikuti program tersebut?	SMAMDA mempunyai program salah satunya yaitu sister school dan student exchange ke Australia. SMAMDA juga menjalin kerja sama dengan sekolah-sekolah di Singapura, Malaysia, China, Belanda, dan Taiwan. SMAMDA juga menambah jaringan sister school di beberapa sekolah dan universitas Turki dan Madinah yang dilanjutkan dengan program unroh nantinya. Itu yang menjadi ciri khas dan keunggulan dari SMAMDA sekarang. Karena orang pasti cari perbedaan yang menonjol dari sekolah lain. SMA Muhammadiyah 2 Surabaya menekankan pentingnya kegiatan ekstrakurikuler, itu kan juga merupakan salah satu program unggulan juga dari sekolah kita. Ada eskul organisasi, eskul bahasa yang bermacam-macam seperti Inggris, Mandarin, Arab, Jepang dan Korea. Lalu ada eskul seni dari teater, melukis, tahfidz dan lain-lain, eskul olahraga, eskul DKV, serta eskul pilihan. Karena membentuk keterampilan profesional yang tidak dapat selalu diupayakan oleh kelas semata. Hal ini membuahkan hasil bahwa banyak sekali yang tertarik masuk ke SMAMDA ini karena program-program unggulan yang belum tentu dimiliki oleh sekolah lain, khususnya sekolah Islam

		Smamda juga punya program keislaman dan pengkaderan siswa seperti Baitul Arqam, Darul Arqam, Ramadhan Mubarak, pengajian siswa, kegiatan memperingati hari besar Islam, sholat dhuha berjamaah, sholat dhuhur berjamaah, sholat ashar berjamaah, Tahfidzul quran, Tafsir Al Qur'an, bakti sosial dan piket simpatik untuk menyambut siswa dan guru yang hadir.
2	Setelah saya observasi melalui brosur saya menemukan adanya program unggulan yaitu program boarding, apakah program boarding tersebut diwajibkan untuk setiap siswa?	Tidak, boarding tidak diwajibkan. Jadi waktu pendaftaran itu ada program khusus boarding. Siapapun boleh mendaftar, tapi tidak semua bisa diterima. Rata-rata program boarding itu khusus yang rumahnya jauh. Karena untuk mengakomodasi Siswa luar kota dan luar pulau, pada tahun 2019 Smamda menyediakan boarding dengan beberapa program, diantaranya Tartil dan Tahfidzul Qur'an, Tafsir Al Quran, Muhadharah, Pembelajaran Bahasa Arab dan Bahasa Inggris, Pembinaan Ibadah dan leadership, Kemuhammadiyah dan Klinik belajar.
3	Apakah program unggulan tersebut terlaksana dengan baik? Apa faktor penghambat dan pendorong dari pelaksanaan program unggulan tersebut?	Alhamdulillah sudah terlaksana dengan baik ya. Karena ini program internasional juga sudah ada sejak dulu. Dan alhamdulillah semua berjalan dengan lancar dan baik.
4	Kira-kira dari program unggulan tersebut adakah rencana dari pihak sekolah atau lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini untuk mengembangkan program unggulannya atau bahkan menambah program unggulan lainnya guna mempertahankan citra lembaga atau <i>brand image</i> dari SMA Muhammadiyah 2 Surabaya?	Untuk mrningkatkan atau memperbagus iya mbak, seperti tahun 2019 kemaren kami menambah program unggulan yaitu program boarding. Jadi kami selalu akan berusaha lebih baik lagi guna mempertahankan citra kami dimasyarakat.
5	Menurut bapak/ibu, dengan adanya program unggulan yang dimiliki lembaga SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini, apakah SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini dapat bersaing dengan lembaga yang lain. Mengapa demikian?	Iya. Sangat dapat bersaing. karena jarang ada sekolah slam, tetapi ada Cambridge di dalamnya. Smamda Surabaya siap untuk mencetak generasi berkarakter unggul dan berdaya saing global melalui berbagai program sekolah yang telah berbasis Internasional.
6	Menurut bapak juga apakah dengan adanya program unggulan yang dipasarkan oleh SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini, menjadikan salah satu hal yang menjadi minat masyarakat untuk masuk dalam lembaga pendidikan SMA Muhammadiyah 2 Surabaya ini?	Minat masyarakat, menuru saya iya mbak, melihat peserta didik yang masuk setiap tahunnya meningkat. Alhamdulillah kami tidak pernah kekurangan siswa.

4. Wali Murid

No	Pertanyaan	Jawaban
----	------------	---------

1	Melihat putra/i anda merupakan siswa dari sekolah tersebut, sebelumnya kalau boleh tau bagaimakah anda dapat mengetahui informasi mengenai sekolah SMA Muhammdiyah 2 Surabaya ini?	Kalau saya mengetahui memang dari dulu. Kan smamda ini sudah berdiri sejak lama. Dulu smamda ini sering juara lomba dimana-mana. Terus terkenal dan saya mengetahui karena itu mbak. Makanya saya berkeinginan untuk menyekolahkan anak disini.
2	Apa yang menjadi nilai unggul/daya tarik dari sekolah, sehingga tertarik terhadap sekolah tersebut?	Karena berbeda aja sih mbak dari yang lain. Disini ini kan tidak hanya program formalnya aja tetapi keislamannya juga dikedepankan. Jadi saya tertarik saja disini. Di sekolah ini tidak hanya mengutamakan prestasi akademik dan non-akademik saja melainkan juga mengutamakan pembentukan karakter islami termasuk pembentukan keperibadian sehingga anak-anak menjadi pribadi yang memiliki karakter yang kuat, mempunyai akhlak mulia, menjadi generasi yang unggul, menjadi anak yang sholeh dan soleha, serta menjadi pribadi yang unggul dalam persaingan lokal dan internasional
3	Ketika ada kegiatan di sekolah, apakah anda diikut sertakan dalam kegiatan itu?, bagaimana partisipasi anda terhadap lembaga dalam melakukan kegiatan itu?	Kami Alhamdulillah diikutsertakan. Biasanya itu untuk rapat yang diadakan setiap menjelang pergantian semester, kenaikan kelas, dan menjelang ujian akhir mbak.
4	Bagaimana kesan bapak/ibu terhadap sekolah tersebut?	Smamda sekolah yang sangat keren. Meski bernuansa modern, agama tetap tidak ketinggalan.

Lampiran 8: Dokumentasi Penelitian SMA Khadijah


KURIKULUM SMA KHADIJAH


NO	KURIKULUM	MUATAN	INSTANSI PENYELENGGARA
1.	NASIONAL	Mapel Umum dan PAI	DIKNAS
2.	INTERNASIONAL	Bahasa Inggris dan Matematika	CAMBRIDGE
3.	AGAMA	Hadist (Bulughul Maram)	YAYASAN KHADIJAH
		Fiqih (Matan Ghayat wa at-Taqrib)	
		Faraid	
		Tahfidz Al-Qur'an	
		Buku Ubudiyah	
		Tartil Al- Qur'an	BIL QALAM (PIQ)
		Pend. Aswaja dan Ke-NU-an	ALMA'ARIF
		Tafsir	ALMA'ARIF dan DEPAG
		Sejarah Kebudayaan Islam	ALMA'ARIF dan DEPAG
		Tauhid (Akidah Akhlak)	ALMA'ARIF dan DEPAG

Gambar 1. Kurikulum Program Unggulan di SMA Khadijah Surabaya



NO	KEGIATAN BAHASA INGGRIS	KELAS
1.	WISATA BAHASA	X
2.	ENGLISH CLUB	X dan XI
3.	UJIAN CAMBRIDGE	X, XI dan XII
4.	UJIAN ICAS (International Competitions And Assessments For Schools)	XI dan XII
5.	Ujian TOEFL (Pin.Lab Unair)	XII
6.	STUDENTS IMMERSION PROGRAM	X dan XI
7.	AFS Intercultural Program	X dan XI

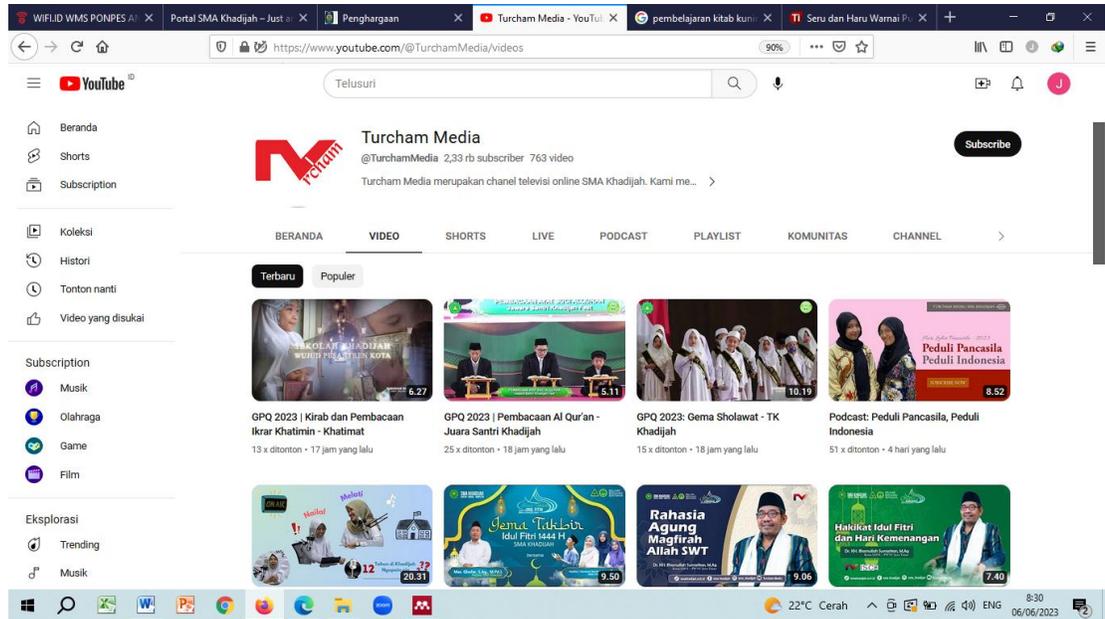
Gambar 2. Kegiatan Program Unggulan di SMA Khadijah



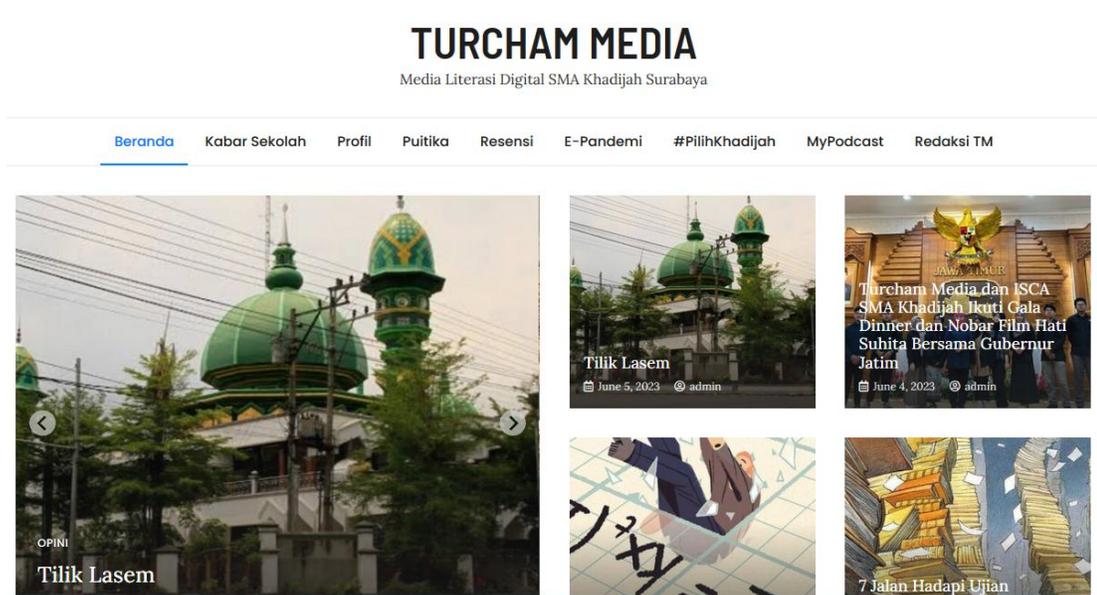
Gambar 3. Wisuda Sertifikasi al-Quran di yayasan Khadijah



Gambar 4. Kegiatan Literasi Digital SMA Khadijah



Gambar 5. Publikasi Youtube



Gambar 6. Publikasi web Turcham Media



Gambar 7. Ujian Sertifikasi Cambridge



Gambar 8. Publikasi Instagram

Lampiran 9 : Dokumentasi Penelitian SMA Muhammadiyah 2



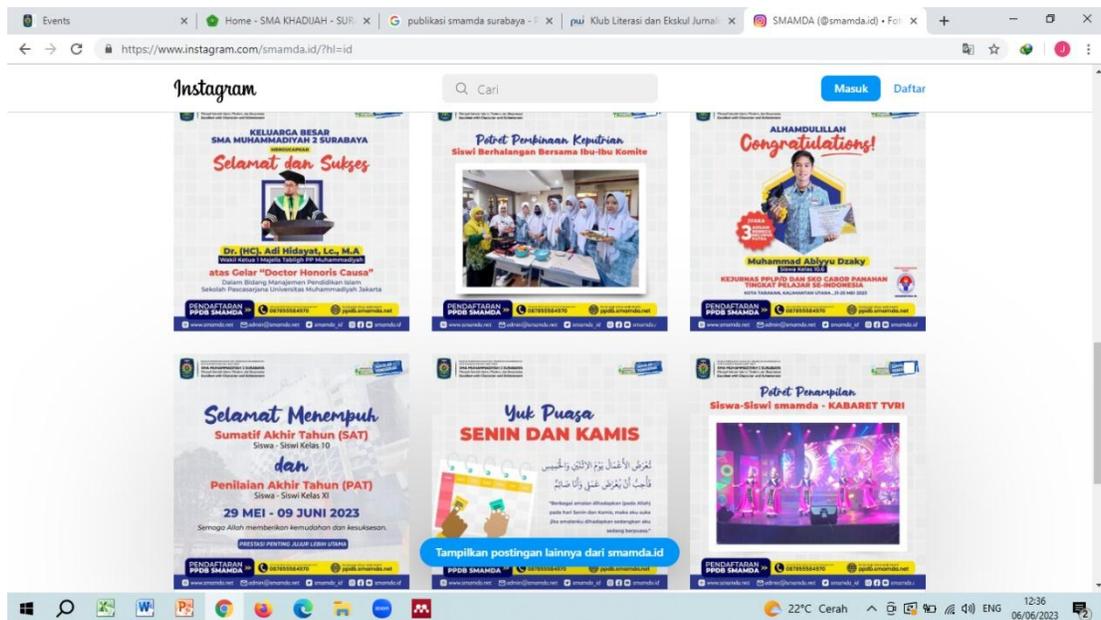
Gambar 1. Kegiatan Students



Gambar 2. Kolaborasi/Kerjasama dengan Unair dan



Gambar 3. Klub Literasi kunjungan ke



Gambar 4. Publikasi Instagram



Gambar 5. Publikasi Web



Gambar 6. Statistika Smamda Web



Gambar 5. Publikasi Web



Gambar 8. Campus Tour