

**STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH
(STUDI KASUS DI SMP AN-NUR II BULULAWANG DAN
SMP AL-IZZAH KOTA BATU)**

TESIS



Oleh:

KUNTUM KHAIRA UMMAH

NIM 220106210005

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2024

TESIS
STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH
(STUDI KASUS DI SMP AN-NUR II BULULAWANG DAN
SMP AL-IZZAH KOTA BATU)

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd.)
Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam
Pada Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Oleh:

Kuntum Khaira Ummah
NIM: 220106210005

Pembimbing 1:

Dr. Imam Muslimin, M. Ag
NIP. 196603111994031007

Pembimbing 2:

Abdul Aziz, M. Ed., Ph. D
NIP. 1969062820006041004

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

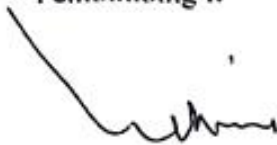
2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu” Oleh: Kuntum Khaira Ummah (NIM: 220106210005) Magister Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

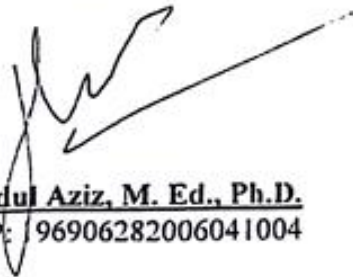
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.
Batu, Juni 2024

Pembimbing I:



Dr. H. Imam Muslimin, M.Ag
NIP: 196603111994031007

Pembimbing II:



Abdul Aziz, M. Ed., Ph.D.
NIP: 196906282006041004

Mengetahui:
Ketua Program Studi



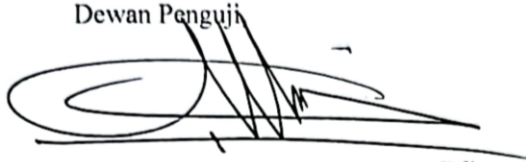
Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd
NIP: 198010012008011016

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul "Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu" ini telah diuji dan dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 26 September 2024.

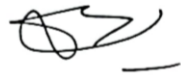
Batu, 14 November 2024

Dewan Penguji



(Prof. Dr. H. Agus Maimun, M. Pd)
NIP. 196508171998031003

Penguji Utama



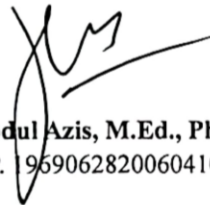
(Prof. Dr. H. Munirul Abidin, M. Ag)
NIP. 19720420200212003

Ketua Penguji



(Dr. H. Imam Muslimin, M. Ag)
NIP. 196603111994031007

Penguji



(Abdul Azis, M. Ed., Ph. D)
NIP. 196906282006041004

Sekretaris

Mengetahui,

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. H. Wahidmurni, M. Pd. Ak.

NIP 196903032000031002

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kuntum Khaira Ummah
NIM : 220106210005
Program : Manajemen Pendidikan Islam
Studi :
Judul : Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP
An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa hasil penelitian TESIS ini secara keseluruhan adalah karya peneliti sendiri kecuali yang tertulis atau dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber rujukannya dan daftar rujukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa adanya paksaan dari siapapun.

Batu, 03 Juni 2024

Yang Menyatakan,


Kuntum Khaira Ummah
NIM : 220106210005

MOTO

وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا ﴿٧٠﴾

"Sungguh, Kami telah memuliakan anak cucu Adam dan Kami angkut mereka di darat dan di laut. Kami anugerahkan pula kepada mereka rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka di atas banyak makhluk yang Kami ciptakan dengan kelebihan yang sempurna." (Al-Qur'an, dalam surat Al-Isra' :70)

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengungkapkan syukur atas rahmat dan kasih yang diberikan oleh Allah SWT dan shalawat serta salam dipanjatkan kepada junjungan besar kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan teladan hidup yang mulia, penulis diberi kekuatan dan kesempatan untuk menyelesaikan tesis ini. Tesis yang berjudul “STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH (STUDI KASUS DI SMP AN-NUR II BULULAWANG DAN SMP AL-IZZAH KOTA BATU)” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penyelesaian tesis ini bukanlah perjalanan yang mudah, penulis menyadari pentingnya dukungan, bantuan, dorongan dan do’a dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Wahidmurni, M. Pd., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd., selaku Ketua Program Studi Pascasarjana MPI Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Imam Muslimin, M. Ag., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran selama proses penulisan tesis ini.
5. Bapak Abdul Aziz, M. Ed., Ph. D., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran selama proses penulisan tesis ini.
6. Seluruh civitas akademika Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Bapak M. Budi Utomo selaku Kepala Humas Al-Izzah Kota Batu beserta anggotanya yang sudah mengizinkan dan membantu dalam proses penelitian.

8. Bapak M. Zulkifli selaku Kepala Humas SMP An-Nur II Bululawang beserta anggotanya yang sudah mengizinkan dan membantu dalam proses penelitian.
9. Bapak Hendro Siswanto, MM., selaku wali santri pada SMP Al-Izzah Kota Batu yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.
10. Bapak Yusri, S. TI., selaku wali santri pada SMP An-Nur II Bululawang yang bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.
11. Bapak Syafruddin Y dan Ibu Misdar selaku Ayah dan Ibu kandung yang selalu memberikan doa dan dukungan secara moral dan materi dalam perjalanan hidup dan menempuh jenjang Pendidikan.
12. Saskia Hadiulfa dan Qathrunnada Asyifa selaku kedua saudari penulis yang selalu support dan bangga kepada penulis.
13. Keluarga besar Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungab dan do'a setiap langkah penulis terutama dalam keberhasilan menempuh Pendidikan.
14. Teman-teman MMPI terutama MMPI A yang telah menjadi teman seperjuangan dalam proses pembelajaran selama di Pascasarjana serta dan semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penelitian ini.
15. Rafi' Alra yang selalu membantu, meluangkan waktu dan pikiran serta memberi dukungan kepada penulis.

Penulis mengetahui bahwa penyusunan tesis ini masih ada kekurangan, oleh sebab itu penulis menginginkan kritik serta saran yang bersifat membangun dari seluruh pihak yang bisa dijadikan masukan pada penyempurnaan tesis ini.

Batu, 03 Juni 2024
Penulis,

Kuntum Khaira Ummah
220106210005

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN	v
MOTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xii
ABSTRACK.....	xiii
تجريد.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Orisinalitas Penelitian.....	11
F. Definisi Istilah	15
G. Sistematika Penulisan	16
BAB II	18
KAJIAN PUSTAKA	18
A. Kajian Teori.....	18
1.Strategi Humas	18
2.Citra Sekolah	41
B. Kerangka Berpikir	53
BAB III	54
METODE PENELITIAN	54
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	54

B. Lokasi Penelitian	56
C. Objek Penelitian	57
D. Kehadiran Peneliti.....	58
E. Data dan Sumber Data.....	59
F. Intrumen Penelitian	60
G. Teknik Pengumpulan Data	60
H. Analisis Data	62
I. Pengecekan Keabsahan Data	63
J. Pengambilan kesimpulan/verifikasi.....	64
BAB IV	65
PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN.....	65
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
1. Profil SMP An-Nur II Bululawang	65
2. Profil SMP Al-Izzah Batu	68
B. Paparan Data dan Hasil Penelitian SMP An-Nur II Bululawang.....	69
1. Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah	69
2. Implementasi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah.....	79
3. Hasil Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah	85
C. Paparan Data dan Hasil Penelitian SMP Al-Izzah Kota Batu	88
1. Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah	88
2. Implementasi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah	94
3. Hasil Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah	97
BAB V	102
PEMBAHASAN	102
A. Perencanaan Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu	102
B. Implementasi Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu	105
C. Hasil Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu	107
BAB VI	109
PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109

B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	116
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	122

ABSTRAK

Ummah, Kuntum Khaira, 2024. Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah (Studi Kasus di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu), Tesis, Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing (1) Dr. Imam Muslimin, M. Ag, (2) Abdul Aziz, M. Ed., Ph. D.

Kata Kunci: Strategi Humas, Citra Sekolah

Humas merupakan ujung tombak suatu sekolah serta menjadi cerminan suatu Lembaga pada publiknya. Oleh sebab itu humas harus dapat menjalin hubungan baik dengan stakeholder agar dapat menjalin hubungan baik dan pandangan positif kepada sekolah untuk mendapatkan citra positif lembaga. Posisi humas pada lembaga pendidikan dapat menggerakkan opini publik terhadap lembaga pendidikan. Banyak pihak yang masih menyepelekan keberadaan humas, padahal humas merupakan salah satu ujung tombak sebuah organisasi, yang membutuhkan keterampilan untuk terhubung dengan stakeholder, mengkomunikasikan visi, misi, tujuan dan program organisasi kepada Masyarakat.

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Metode pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan sumber.

Hasil dari penelitian ini yaitu: 1. Perencanaan Humas pada SMP An-Nur II Bululawang fokus pada target pendaftar tahunan dan pengoptimalan media sosial, sementara SMP Al-Izzah Kota Batu fokus pada peningkatan fasilitas dan menjaga kepercayaan wali santri, keduanya menggunakan metode komunikasi beragam untuk meningkatkan citra positif. 2. Implementasi Humas pada kedua sekolah menerapkan koordinasi yang baik dalam tim humas, dengan pemanfaatan dana dan sumber daya yang jelas. Metode komunikasi yang digunakan mencakup media sosial, komunikasi langsung, email, telepon/WhatsApp, serta media cetak dan alumni sebagai sarana penyebaran informasi. 3. Hasil Strategi Humas di SMP An-Nur II meningkatkan penggunaan website dan dokumentasi kegiatan, serta aktif dalam kegiatan sosial untuk menjalin hubungan baik. SMP Al-Izzah berhasil menjaga opini publik, menjadi role model pendidikan, memperoleh kepercayaan wali santri dan Dinas Pendidikan Kota Batu, serta meraih berbagai prestasi.

ABSTRACT

Ummah, Kuntum Khaira, 2024. Public Relations Strategy in Improving School Image (Case Study at SMP An-Nur II Bululawang and SMP Al-Izzah Kota Batu), Thesis, Master of Islamic Education Management Study Program, Postgraduate Program of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Supervisor (1) Dr. Imam Muslimin, M. Ag, (2) Abdul Aziz, M. Ed., Ph. D.

Keywords: Public Relations Strategy, School Image

Public Relations is the spearhead of a school and is a reflection of an institution to the public. Therefore, public relations must be able to establish good relationships with stakeholders in order to establish good relationships and positive views on schools to get a positive image of the institution. The position of public relations in educational institutions can move public opinion towards educational institutions. Many parties still underestimate the existence of public relations, even though public relations is one of the spearheads of an organization, which requires skills to connect with stakeholders, communicate the vision, mission, goals and programs of the organization to the community.

The type of research used in this study is qualitative. The data collection methods are interviews, observations, and documentation. The data obtained were analyzed descriptively by data reduction, data presentation, and conclusion drawn. Meanwhile, the data validity test uses triangulation techniques and sources.

The results of this study are: 1. Public Relations Planning at SMP An-Nur II Bululawang focuses on the target of annual registrants and social media optimization, while SMP Al-Izzah Kota Batu focuses on improving facilities and maintaining the trust of guardians, both of which use various communication methods to increase a positive image. 2. Implementation of Public Relations in both schools implements good coordination in the public relations team, with clear use of funds and resources. The communication methods used include social media, direct communication, email, telephone/WhatsApp, as well as print media and alumni as a means of disseminating information. 3. The results of the Public Relations Strategy at SMP An-Nur II increased the use of websites and activity documentation, as well as being active in social activities to establish good relationships. Al-Izzah Junior High School has succeeded in maintaining public opinion, becoming an educational role model, gaining the trust of the guardians of students and the Batu City Education Office, and achieving various achievements.

تجريدي

الأمة، كنتم خير، 2024. استراتيجية العلاقات العامة في تحسين الصورة المدرسية (دراسة حالة في SMP An-Nur II Bululawang و SMP Al-Izzah Kota Batu)، أطروحة، برنامج دراسة ماجستير إدارة التربية الإسلامية، برنامج الدراسات العليا في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج. مشرفا (1) د. إمام مسلمين، م. أغ، (2) عبد العزيز، دكتوراه في الطب

الكلمات المفتاحية: استراتيجية العلاقات العامة، صورة المدرسة

العلاقات العامة هي رأس الحربة في المدرسة وهي انعكاس لمؤسسة للجمهور. لذلك، يجب أن تكون العلاقات العامة قادرة على إقامة علاقات جيدة مع أصحاب المصلحة من أجل إقامة علاقات جيدة ووجهات نظر إيجابية حول المدارس للحصول على صورة إيجابية عن المؤسسة. يمكن لمكانة العلاقات العامة في المؤسسات التعليمية أن تدفع الرأي العام نحو المؤسسات التعليمية. لا تزال العديد من الأطراف تقلل من شأن وجود العلاقات العامة، على الرغم من أن العلاقات العامة هي واحدة من رؤوس الحربة في المنظمة، والتي تتطلب مهارات للتواصل مع أصحاب المصلحة، وإيصال رؤية المنظمة ورسالتها وأهدافها وبرامجها إلى المجتمع.

نوع البحث المستخدم في هذه الدراسة نوعي. طرق جمع البيانات هي المقابلات والملاحظات والتوثيق. تم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها وصفي عن طريق تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص الاستنتاج. وفي الوقت نفسه، يستخدم اختبار صحة البيانات تقنيات ومصادر التثليث.

نتائج هذه الدراسة هي: 1. يركز تخطيط العلاقات العامة في SMP An-Nur II Bululawang على هدف المسجلين سنويا وتحسين وسائل التواصل الاجتماعي، بينما يركز SMP Al-Ezah Kota Batu على تحسين المرافق والحفاظ على ثقة الأوصياء، وكلاهما يستخدم طرق اتصال مختلفة لزيادة الصورة الإيجابية. 2. تنفيذ العلاقات العامة في كلتا المدرستين ينفذ تنسيقا جيدا في فريق العلاقات العامة، مع الاستخدام الواضح للأموال والموارد. تشمل طرق الاتصال المستخدمة وسائل التواصل الاجتماعي والاتصال المباشر والبريد الإلكتروني والهاتف / WhatsApp، بالإضافة إلى وسائل الإعلام المطبوعة والخريجين كوسيلة لنشر المعلومات. 3. زادت نتائج استراتيجية العلاقات العامة في SMP An-Nur II من استخدام المواقع الإلكترونية وتوثيق الأنشطة، فضلا عن النشاط في الأنشطة الاجتماعية لإقامة علاقات جيدة. نجحت مدرسة العزة الإعدادية في الحفاظ على الرأي العام، وتصبح نموذجا تربويا يحتذى به، وكسب ثقة أولياء أمور الطلاب ومكتب التعليم بمدينة باتو، وتحقيق إنجازات مختلفة.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penelitian transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Huruf

ا = a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ء = ‘
ذ = dz	غ = gh	ي = y
ر = r	ف = f	

B. Vokal Panjang

Vokal (a) panjang = â

Vokal (i) panjang = î

Vokal (u) panjang = û

C. Vokal Diftong

او = aw

أي = ay

او = û

أي = î

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Salah satu pilar pembangunan sumber daya manusia dalam pembangunan nasional adalah pendidikan yang nantinya akan menjadi masa depan warga negara, kualitas warga sangat dipengaruhi oleh kualitas pendidikan. Di era globalisasi, kontribusi lembaga pendidikan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat yang semakin meningkat. Saat ini masyarakat semakin pintar dalam memilih lembaga pendidikan yang dirasa sesuai dengan kriteria atau kebutuhannya. Menurut Mulyasa, dalam mencapai tujuan sekolah atau pendidikan secara efektif dan efisien, terdapat hubungan yang erat antara sekolah dan masyarakat.¹

Salah satu ciri manajemen sekolah yang baik dapat dilihat dari tingginya tingkat partisipasi orang tua, sebagai bentuk partisipasi masyarakat dalam proses pendidikan di sekolah. Dalam hal ini, humas berperan menjembatani antara sekolah dan masyarakat, berusaha meminimalisir misinformasi dan menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak.² Menurut Dean Kruckeberg dalam penelitiannya, idealnya organisasi dan masyarakat harus memiliki hubungan yang harmonis, begitu pula

¹ Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005)*, Hal. 50

² Nabela Lia Listina. Manajemen Hubungan Masyarakat di SMK Se-Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. *Jurnal Hanata Widya*, Vo.5 No.8 Tahun 2016. Hal. 50

sebaliknya agar tidak menciptakan jarak dari masyarakat sebagai pelanggan pendidikan yang seharusnya mendapatkan informasi yang akurat dan transparan terkait proses dan pengelolaan pendidikan yang terjadi di sekolah.³

Menurut Kaufan, mitra pendidikan terdiri dari guru, siswa dan orang tua atau masyarakat.⁴ Untuk mewujudkan lembaga pendidikan yang berkualitas, diperlukan kerjasama semua pihak dengan layanan pendidikan yang berkualitas akan terbentuk image atau gambaran sekolah yang biasa dikenal dengan citra. Memiliki citra positif tentu akan memberikan manfaat bagi sekolah, oleh karena itu diharapkan sekolah dapat memiliki citra yang baik, ini juga dapat mempengaruhi posisi sekolah. Citra positif suatu lembaga akan sangat membantu dalam memberikan citra kepribadian lembaga tersebut yang ditampilkan kepada publik. Sekolah harus terus meningkatkan citra baiknya di mata masyarakat, agar nilai kepercayaan yang diberikan masyarakat tetap tinggi, dapat menarik minat masyarakat, dan tujuan menjadi sekolah yang unggul dapat tercapai sesuai harapan.

Posisi humas pada lembaga pendidikan dapat menggerakkan opini publik terhadap lembaga pendidikan. Banyak pihak yang masih menyepelekan keberadaan humas, padahal humas merupakan salah satu ujung tombak sebuah organisasi, yang membutuhkan keterampilan untuk terhubung dengan stakeholder, mengkomunikasikan visi, misi, tujuan dan

³ Dean Kruckeberg, *The Future of PR Education: Some Recommendations*, Journal Public Relation Review, (Vol 24 No. 2, pp 235-248), Hal. 238

⁴ Made Pidarta, *Manajemen Pendidikan Indonesia* (Jakarta: Aksara, 2001), Hal. 190

program organisasi kepada masyarakat. Padahal, dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 pasal 7 ayat 1⁵ yang menyatakan bahwa orang tua berhak ikut serta dalam memilih satuan pendidikan dan memperoleh informasi tentang perkembangan pendidikan anaknya.

Hubungan masyarakat dirumuskan dengan cara yang berbeda, tergantung pada lembaga yang membuat formulasi. Kehadiran humas akan membantu lembaga mengetahui sumber daya yang mereka miliki baik di lembaga itu sendiri maupun di masyarakat, kemudian menggunakannya untuk memajukan pendidikan anak di sekolah dan meningkatkan kehidupan masyarakat. Menurut Farida Hanum membangun citra sekolah/madrasah adalah sebuah aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan kerja sama antara sekolah/madrasah dan seluruh kegiatannya kepada masyarakat agar sekolah/madrasah mendapatkan simpati masyarakat.⁶

Citra yang positif merupakan tujuan utama sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh lembaga. penilaian yang baik dari masyarakat dapat memberikan kesan baik dan menguntungkan terhadap citra lembaga. Sehingga masyarakat akan tumbuh rasa percaya yang tinggi dan mampu menarik minat masyarakat. Sesuai Undang-Undang Republik

⁵ UU RI. No. 20 Tahun 2003 (SISDIKNAS), Bab 1 Pasal 7 Ayat 1

⁶ Farida Hanum, Jurnal Edukasi: Jurnal penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan (Membangun Citra Madrasah Melalui Program kelas Unggulan di MTSN 2 Bandar Lampung), Volume 14, No 3, Desember 2019, Hal. 408

Indonesia No 20 Tahun 2003 Bab XV pasal 54 bagian kesatu umum menyebutkan bahwa:⁷ “

“1. Peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu. Pelayanan pendidikan; 2. Masyarakat dapat berperan serta sebagai sumber, pelaksana dan pengguna hasil pendidikan; 3. Ketentuan mengenai peran serta masyarakat sebagai mana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.”

Humas dalam berkomunikasi yang baik dapat menjadi peran penting dalam membangun citra positif. Komunikasi di dalam sebuah lembaga pendidikan dilakukan oleh humas. Humas mempunyai peran untuk menginformasikan aktifitas dan perkembangan sekolah kepada masyarakat secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga lembaga pendidikan mendapatkan citra yang baik di kalangan masyarakat. Frank Jefkins mengatakan hubungan masyarakat adalah suatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.⁸

Dari penjelasan di atas, peneliti ingin mengkaji strategi yang digunakan humas di sekolah untuk meningkatkan citra positif sekolah, dan peneliti tertarik untuk menjadikan sekolah-sekolah berikut sebagai objek

⁷ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Bandung: Citra Umbara, 2003), Hal. 18

⁸ Zainal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana, Manajemen Public Relation, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), Hal. 46

penelitian, yaitu SMPN An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu. Pasalnya, kedua lembaga tersebut sudah terkenal, An-Nur dengan julukan pondok pesantren wisata dan pondok salafnya sementara Al-Izzah yang masuk dalam jajaran pesantren terbaik di Malang Raya dengan basis pesantren modern, lalu bagaimana kedua pesantren ini bersaing dengan pesantren di sekitarnya, tentunya memiliki ciri khas dan kelebihan masing-masing.

SMP An-Nur II Bululawang merupakan salah satu pondok pesantren yang ada di Kabupaten Malang, salah satu lembaga yang dapat beradaptasi dengan perkembangan zaman yaitu dengan mengkombinasikan hal lama dengan hal baru dan diambil baik-baiknya saja (*al muhafadzah 'ala al-qodim al-salih wa al-akhdu bi al-jadid al-aslah*). Dengan membentuk lingkungan pesantren yang asri, bersih dan menyenangkan, berhasil menghadirkan suasana belajar yang nyaman dan menyenangkan.⁹

Banyaknya lembaga pesantren salaf, An-Nur II Bululawang Malang yang kini semakin berkembang tentunya telah mengelola lembaga tersebut dengan baik, didirikan pada tahun 1979 oleh almagfurlah KH Badrudin Anwar merupakan salah satu ponpes terbesar di Kabupaten Malang yang memiliki desain arsitektur yang unik dan juga memiliki beberapa tempat wisata, serta lokasinya yang dipenuhi dengan taman dan udara sejuk di areanya.

⁹ <https://annur2.net/>

Fasilitas yang dimiliki seperti Gedung milik sendiri dengan Luas Area + 20.000 m², fasilitas olahraga outdoor & indoor, keamanan lingkungan yang dilengkapi CCTV, tersedianya taman, kolam, gazebo mini zoo, dan area swafoto. Objek wisata yang dimiliki seperti rumah pohon, taman bermain flying fox, kebun binatang, tempat memanah, miniatur ka'bah, miniatur dan replika peninggalan Rasulullah. Selain itu, ada juga tempat wisata dengan unsur kesehatan yaitu terapi ikan. Pondok Pesantren pariwisata merupakan salah satu bentuk promosi yang sedang dilakukan, karena lingkungan yang mendukung dan *branding* pariwisata dinilai cepat dalam menarik perhatian masyarakat.

Lembaga ini dikenal oleh masyarakat sebagai Pondok Pesantren yang mempunyai daya tarik lingkungan sekolahnya dengan nuansa wisata. Tidak kalah pentingnya mengenai hampir seluruh santrinya diajarkan jiwa wirausaha mandiri yang difasilitasi oleh Pondok Pesantren An-Nur II, diantaranya SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum), mini market dan lainnya. Selain menciptakan suasana serta lingkungan yang bernuansa wisata yang nyaman untuk peserta didik, dan juga menanamkan jiwa wirausaha, biaya yang ditawarkan dalam membentuk kualitas peserta didik di pondok juga relatif murah dan dapat dijangkau oleh Masyarakat. Tentu usaha-usaha yang dibangun juga bertujuan untuk mengangkat perekonomian masyarakat sekitar.

Tak hanya hal demikian, prestasi yang diraih oleh Lembaga ini juga sangat baik seperti juara 2 Tartil Putra SMAISAKA FESTIVAL Se-Malang

Raya Tingkat SMP/MTS, Juara 2 Banjari Putra GELAS" Gebyar anak sekolah" SMK NU SUNAN GIRI Tingkat SMP/MTS Se Kabupaten Malang, Juara 2 Kejuaraan Pencak Silat, Piala DANDIM Kediri 2022 Se-Jawa Timur, dan masih banyak prestasi lainnya yang diraih.¹⁰

Sedangkan di tempat penelitian kedua, Lembaga Pendidikan Muslim Indonesia (LPMI) Al-Izzah yang didirikan oleh Ustad Dr. KH. Ali Imron, M.A, lembaga yang mengintegrasikan nilai-nilai fundamental Islam dengan wawasan komprehensif tentang tantangan zamannya.¹¹

Pada awal tahun 2006 merupakan kali pertamanya Pondok pesantren Al-Izzah menyelenggarakan program pendidikan menengah pertama (SMP). Pondok pesantren Al Izzah merupakan sekolah berasrama yang berstandar internasional dan terakreditasi A. Pondok pesantren program SMP-SMA Al Izzah ini mengamalkan ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan nilai-nilai Islami.¹²

Program yang diberikan seperti sudah menggunakan Kurikulum Nasional (Gelar Kementerian Pendidikan Nasional), Kurikulum Islam yang Terkorupsi (Gelar Mahad Al Izzah), Program Pertukaran Mahasiswa, sudah berakreditasi A, top grade boarding school jatim serta memiliki ikatan alumni yang kompeten. Santri SMP lolos seleksi masuk SMA terbaik, santri SMP, hafal 10 juz al-Qur'an beserta terjemahnya sedangkan santri SMA,

¹⁰ <https://annur2.net/>

¹¹ <https://alizzah-batu.sch.id/>

¹² Syahida Ilma Amalia, Jurnal IAGIKMI & Universitas Airlangga (Hubungan Karakteristik Santri, Mutu Makanan, dan Daya Terima Konsumsi Santri Di SMA Al Izzah International Islamic Boarding School Kota Batu), 2020, Hal, 15

hafal 15 juz beserta nya, mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa asing secara aktif, yaitu bahasa Inggris dan bahasa Arab, mampu memenuhi standar kelulusan Pendidikan yang ditetapkan oleh PISA (*Programme for International Student Assessment*), berprestasi dalam kompetisi; Saintek, Matematika, Ulumuddin dan Bahasa. Santri SMP lulus ujian *Cambridge International Examination* (CIE).

Program dan keunggulan yang dimiliki tidak hanya itu, dari segi fasilitas juga sangat diperhatikan seperti tersedianya klinik umum dan gigi, perpustakaan dan *digital library*, fasilitas olahraga, lapangan/lahan *super camp* dan *outdoor*, sarana pembelajaran rekreatif-edukatif, area *Green House*, pusat media informasi dan teknologi, fasilitas Internet, gazebo-gazebo (kelas terbuka), dan lainnya.

Pada Lembaga ini, minat siswa dibagi menjadi tiga yaitu formasi dan teknologi (kelas terbuka) seperti panahan, *taekwondo*, pramuka. Ekskul bersifat insidental seperti berenang, basket, voli dan lainnya. Kemudian ada *Outing Class* seperti fisika, biologi, *Leadership Skill*, berkuda, *Language Club*, *entrepreneur*, tenis meja, Karya Ilmiah Remaja (KIR) dan lainnya.¹³

Dari penjelasan di atas, peneliti ingin mengkaji strategi yang digunakan kedua lembaga tersebut dalam meningkatkan citra sekolah masing-masing, hal ini disebabkan prestasi yang telah dimiliki kedua lembaga tersebut dan upaya mempertahankan eksistensi sekolah di tengah banyaknya persaingan. Kedua lembaga ini memiliki keunggulan masing-

¹³ <https://alizzah-batu.sch.id/>

masing, seperti An-Nur II dengan lingkungan yang luas sebagai daya tarik sedangkan Al-Izzah dengan menjadi salah satu pondok pesantren terbaik di Kota Batu.

B. Fokus Penelitian

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu?
2. Bagaimana implementasi strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu?
3. Bagaimana hasil dari strategi yang digunakan oleh humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis bagaimana perencanaan strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu.
2. Untuk menganalisis bagaimana implementasi strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu.

3. Untuk menganalisis bagaimana hasil dari strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada lingkup kehumasan dan dapat menjadi tambahan kajian ilmiah khususnya dalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini memiliki dua aspek manfaat yaitu:

1. Aspek Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta membantu dalam sumbangsih pada perkembangan ilmu pendidikan, terutama pada bagian humas terkhususnya terkait citra sekolah serta untuk dapat menambah wawasan dan bahan kajian untuk penelitian selanjutnya terkait strategi hubungan masyarakat (humas).

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:

- a. SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan dalam melakukan proses kegiatan oleh humas di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu serta sebagai bahan evaluasi kedepannya menjadi lebih baik.

- b. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat membantu dalam gambaran strategi kelembagaan yang berkaitan dengan citra sekolah dalam lingkup

kehumasan, dan dengan melakukan penelitian ini diharapkan peneliti dapat menambah pengetahuan dan wawasan untuk mengembangkan kemampuan mengelola humas di suatu lembaga serta dapat digunakan sebagai pembandingan teori-teori yang diperoleh selama pembelajaran di kelas.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan hal-hal baru bagi Universitas sehingga kedepannya dapat menjadi lebih baik.

d. Bagi pembaca dan peneliti lainnya

Menjadi studi tambahan dan referensi untuk penelitian di masa depan.

E. Orisinalitas Penelitian

Penelitian pertama oleh Irfan Afandi yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penerapan fungsi-fungsi manajemen humas dalam membangun citra sekolah, mendeskripsikan dan mengungkapkan citra sekolah di SMK Yosonegoro Magetan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian yaitu terjadinya peningkatan jumlah siswa, daya saing sekolah dengan peningkatan mutu.¹⁴

Penelitian kedua oleh Dinda Septiana Elyus dan Muhamad Sholeh, bertujuan untuk menganalisis strategi humas dalam meningkatkan citra

¹⁴ Irfan Afandi, Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Sekolah, Tesis, (Malang:Program Pascasarjana UIN Malang 2018)

sekolah. Metode yang digunakan studi literatur dengan jenis kajian pustaka yang menggunakan sumber 11 artikel nasional dan 10 artikel internasional. Hasil telaah jurnal dan buku berupa ide-ide baru berupa masukan dan saran dari peneliti atau upaya yang dilakukan bahwa strategi humas yang dibutuhkan dengan pemanfaatan media sosial yang sangat dibutuhkan untuk mempromosikan atau meningkatkan citra sekolah dan kepercayaan masyarakat dalam era pandemi covid 19.¹⁵

Penelitian ketiga oleh Binti Musyarofah yang bertujuan untuk menjelaskan penyusunan rencana strategik PR, menggambarkan analisis SWOT dalam perencanaan strategik PR, menjelaskan implementasi perencanaan strategik PR dalam meningkatkan citra sekolah unggulan di SMKN 1 Geger Madiun. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Hasil dari penelitian yaitu penyusunan rencana strategik dengan perumusan visi misi dan tujuan, melakukan analisis SWOT yang menghasilkan pemetaan kondisi SMKN 1 Geger Madiun untuk menjalin kerja sama dengan berbagai pihak yang dibutuhkan oleh sekolah, implementasi perencanaan strategik *public relation* melaksanakan komunikasi antara public relation dan individu, memasarkan tamatan (lulusan) ke dunia industri, mempersiapkan dan mengondisikan masyarakat untuk masuk di SMKN 1 Geger Madiun, memperbaiki hubungan dan mempererat jalinan kerja sama antara sekolah

¹⁵ Dinda Septiana Elyus, dkk, Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi Covid-19, Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume 09 Nomor 02 Tahun 2021, 281-289

dengan dunia kerja atau usaha serta meningkatkan relasi dan memperkuat kerjasama antar sekolah dengan dunia kerja/bisnis.¹⁶

Penelitian keempat, Muhammad Mushlih Muzakki yang bertujuan mendeskripsikan peranan humas dalam membangun komunikasi, hubungan, serta upaya peningkatan citra sekolah. Metode penelitian yaitu kualitatif dengan jenis studi kasus. Hasil dari penelitian yaitu peran humas sebagai *communicator* adalah membentuk citra personal dan identitas seluruh anggota madrasah, sebagai *relationship* adalah dalam meningkatkan citra nilai 3S dalam menjalani hubungan dengan orang lain, sebagai *back up management* adalah dapat meningkatkan citra nilai kerjasama dan reputasi dengan publik eksternal, sebagai *corporate* adalah dengan terwujudnya program Prodistik, Adiwiyata, dan *Vocational School*.¹⁷

Penelitian kelima oleh Ahmad Elly Wibowo yang bertujuan untuk menganalisis strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga, menganalisis faktor-faktor pembentuk *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga, mengetahui implikasi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan MAN 2 Ponorogo. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian adalah studi lapangan (*field research*). Hasil penelitian yaitu

¹⁶ Binti Musyarofah, Perencanaan Strategik Public Relation dalam Meningkatkan Citra Sekolah Unggulan (Studi Kasus di SMKN 1 Geger Madiun), Tesis, (Ponorogo:Pascasarjana IAIN Ponorogo 2019)

¹⁷ Muhammad Mushlih Muzakki, Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Aliyah Negeri 1 Ponorogo, Tesis, (Ponorogo:Pascasarjana IAIN Ponorogo 2020)

membangun *brand image* melalui tiga strategi, yaitu *positioning*, *differenting*, dan *branding*, faktor-faktor membangun brand image adalah akreditasi kelembagaan, tingkah laku siswa, prestasi, kualitas lulusan, kegiatan unggulan sekolah, hubungan alumni, serta implikasi pembentukan brand image yakni kualitas pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik, minat masuk masyarakat terhadap sekolah meningkat, siswa memiliki akhlak yang baik dan kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap sekolah.¹⁸

Table 1.1 Orisinalitas Penelitian

No.	Nama Peneliti dan Sumber	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas
1.	Irfan Afandi. Tesis UIN Malang. 2018	Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian studi kasus. Yang akan diteliti terkait citra sekolah.	Meneliti tentang bagaimana manajemen humas dalam membangun citra sekolah. Latar belakang dan keunggulan sekolah berbeda dengan yang akan diteliti.	Pada penelitian yang akan diteliti nantinya yaitu melakukan penelitian perbandingan. Melakukan penelitian pada dua Lembaga yang memiliki latar belakang berbeda.
2.	Dinda Septiana Elyus dan Muhamad Sholeh. Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume 09 Nomor 02. 2021	Pada penelitian ini mengkaji tentang meningkatkan citra sekolah.	Metode yang digunakan berbeda, pada penelitian ini studi literatur dan jenis penelitian kajian Pustaka. Penelitian dilatar belakangi peristiwa pandemi. Latar belakang dan keunggulan sekolah berbeda dengan yang akan diteliti	Membahas terkait strategi oleh humas untuk meningkatkan citra sekolah pada dua Lembaga yang memiliki budaya yang berbeda.
3.	Binti Musyarofah. Tesis IAIN Ponorogo. 2019	Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan sama yakni kualitatif dan studi kasus.	Pada penelitian ini lebih di rincikan yakni perencanaan strategi PR (penggunaan analisis SWOT).	

¹⁸ Ahmad Elly Wibowo, Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan MAN 2 Ponorogo, Tesis, (Ponorogo:Pascasarjana IAIN Ponorogo 2018)

		Pembahasan terkait meningkatkan citra sekolah.	Latar belakang dan keunggulan sekolah berbeda dengan yang akan diteliti.	
4.	Muhammad Mushlih Muzakki. Tesis IAIN Ponorogo. 2020	Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan sama yakni kualitatif dan studi kasus. Pembahasan terkait meningkatkan citra sekolah.	Pada penelitian ini lebih berfokus pada peran humas dalam meningkatkan citra. Latar belakang dan keunggulan sekolah berbeda dengan yang akan diteliti.	
5.	Ahmed Elly Wobowo. Tesis IAIN Ponorogo. 2018	Pendekatan yang digunakan sama yakni kualitatif. Membahas terkait strategi membangun citra.	Hasil yang ingin dituju yaitu meningkatkan daya saing lembaga. Latar belakang dan keunggulan sekolah berbeda dengan yang akan diteliti.	

F. Definisi Istilah

Untuk memudahkan pemahaman dan kejelasan arah penulisan, penulis menjelaskan definisi istilah sebagai berikut:

1. Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan. Strategi humas adalah pendekatan yang digunakan untuk menjaga dan meningkatkan hubungan baik antara suatu organisasi atau perusahaan dengan masyarakat dan khalayak yang mempengaruhi keputusan.
2. Citra sekolah mengacu pada persepsi atau kesan yang dimiliki masyarakat, siswa, atau konsumen terhadap suatu lembaga pendidikan. Citra sekolah dapat mempengaruhi identitas dan reputasi lembaga pendidikan. Citra positif dapat memberikan manfaat bagi sekolah, seperti menarik minat masyarakat, orang tua, dan siswa, serta mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih sekolah.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang peneliti tulis adalah dalam proposal ini terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Kajian Teori, Bab III Metode Penelitian, Bab IV, Bab V, Bab VI. Adapun rincian dari masing-masing bab adalah sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan yaitu bab yang berisikan uraian tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, penelitian terdahulu, dan terakhir adalah sistematika penelitian.
2. Bab II Kajian Teori yaitu penelitian disini akan jelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan judul proposal, yaitu mengenai strategi humas dan citra sekolah.
3. Bab III Metode Penelitian yaitu menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, pengecekan keabsahan data, analisis data, prosedur penelitian.
4. Bab IV Hasil Penelitian yaitu memaparkan hasil atau temuan dari penelitian yang dikaji di lapangan terkait strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Batu.
5. Bab V Pembahasan yaitu menjelaskan terkait hasil penelitian sesuai dengan analisis dan teori yang digunakan.

6. Bab VI Penutup yaitu berisikan kesimpulan dari penelitian yang diteliti dan seluruh pembahasan serta saran yang diberikan dalam penelitian yang dikaji dalam ruang lingkup permasalahan pada penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Strategi Humas

a. Definisi Strategi

Kata strategi diambil dari kata bahasa Inggris "*strategy*" yang berarti strategi. Strategi adalah kombinasi dari dua kata, yaitu "*stratos*" (pasukan) dan "*ago*" (memimpin). Konteks strategi di sini adalah bagaimana mengelola sumber daya (tentara, persenjataan, makanan dan sebagainya) untuk mencapai tujuan (memenangkan perang)". Mendefinisikan strategi sebagai rencana kegiatan yang cermat untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁹ Sementara itu, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi juga dimaknai sebagai seni dan ilmu strategi dalam perang²⁰. Chandler di Tjiptono menyatakan penetapan tujuan dan tujuan jangka panjang utama perusahaan, serta penentuan serangkaian kegiatan dan alokasi sumber daya yang membutuhkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan tersebut.²¹

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rencana induk yang berisi tindakan yang diambil untuk mencapai tujuan. Strategi tersebut juga mencakup

¹⁹ Riza Rizkiyah dkk., Strategi Membangun Sekolah Branding dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Vol 7, Umsida, 2020, Hal. 3

²⁰ <https://kbbi.web.id/strategi>

²¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2015), Hal. 4

bagaimana mensinergikan sumber daya yang ada dalam organisasi secara kolaboratif untuk mencapai tujuan yang dirumuskan secara konsisten dan berkelanjutan. Strategi tentu memiliki manfaat yang sangat besar, manfaat dari strategi adalah:

- 1) Efisiensi dan aktivitas kerja;
- 2) Meningkatkan kreativitas kerja;
- 3) Lebih banyak tanggung jawab kepada Perusahaan/diri sendiri;
- 4) Rencana perusahaan yang lebih jelas.

b. Definisi Humas

Menurut Lesly, di Sunarto, ada beberapa aspek yang dilakukan oleh humas, salah satunya adalah memberikan citra yang baik sebagai tujuan akhir. Selain itu, juga mempromosikan produk atau layanan.²² Peran dan fungsi kehumasan dapat diwujudkan dalam program kegiatan kehumasan yang sebelumnya telah dirancang dengan strategi yang tepat sehingga program dapat berjalan dengan baik. Humas merupakan salah satu program di sekolah untuk membangun citra yang lebih baik. Humas tidak akan pernah terpisah di bidang apapun karena kerja sama individu satu sama lain saling membutuhkan.

Menurut Tatang M. Amirin, dkk. "Humas adalah kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama antara lembaga dan

²² Yugh Setyanto dkk., Branding yang Dilakukan oleh Humas di Perguruan Tinggi Swasta, Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni Muara, Vol. 1, No. 1, April 2017. Hal.172

masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman, kepercayaan, apresiasi, hubungan yang harmonis, dan dukungan (niat baik) secara sadar dan sukarela".²³ Menurut Djanalis Djanaid yang dikutip Frida Kusumastuti, ada dua fungsi kehumasan, yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif.²⁴

1) Fungsi Konstruktif

Djanalis menganalogikan fungsi ini sebagai "perata jalan". Jadi, humas adalah garis depan yang terdiri dari sekelompok tujuan perusahaan. Ada tujuan pemasaran, tujuan produksi, tujuan personalia, dan sebagainya. Peran humas dalam hal ini mempersiapkan mental publik untuk menerima kebijakan organisasi/lembaga, kehumasan mempersiapkan mentalitas organisasi, rasa saling percaya dan gotong royong menuju tujuan organisasi/lembaga publik yang diwakilinya. Fungsi ini mendorong terciptanya kegiatan yang terencana dan berkelanjutan yang cenderung proaktif, serta yang bertindak secara preventif.

2) Fungsi Korektif

Fungsi korektif bertindak sebagai "alat pemadam api". Artinya, jika suatu organisasi/lembaga mengalami masalah atau

²³ Tatang, M Amirin dkk. (2011). Manajemen Pendidikan. Yogyakarta: UNY Press, Hal. 95

²⁴ Frida Kusumastuti, Dasar-dasar Hubungan Masyarakat cetak pertama, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), Hal. 22-23

krisis dengan publik, maka *humas* harus berperan dalam menyelesaikan masalah tersebut. Dapat disimpulkan bahwa fungsi *kehumasan* sendiri tidak lain adalah berusaha menjaga hubungan dan juga menjaga hubungan yang telah terjalin selama beberapa tahun atau hanya akan bekerja sama.

c. Strategi Humas

Strategi hubungan masyarakat adalah pengelolaan hubungan antara organisasi dan *audiens* atau pemangku kepentingan yang bervariasi pada skala prioritas dari waktu ke waktu. Kegiatan kehumasan berperan penting dalam kebijakan organisasi terkait faktor lingkungan yang mempengaruhi kegiatan usaha perusahaan. Faktor-faktor tersebut meliputi stratifikasi sosial, kesejahteraan sosial, dan proses politik hukum, dan regulasi yang terkait dengan operasional perusahaan. Menurut Oliver, semua faktor tersebut perlu dipahami karena dapat mempengaruhi reputasi organisasi dan penerimaan publik.²⁵

Strategi kehumasan menurut Firsan Nova atau yang lebih dikenal dengan bauran kehumasan adalah sebagai berikut²⁶:

1) Publikasi

²⁵ Oliver, S, Strategi Hubungan Masyarakat (ke-2. Ed). London: Halaman Kogan, 2007, Hal. 13

²⁶ Firsan Nova. Crisis Public Relations: *Bagaimana strategi PR menghadapi krisis, membangun citra dan reputasi perusahaan*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) Hal. 54-56

Publikasi adalah kegiatan dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau gagasan kepada publik yang dilakukan oleh humas.

2) Acara/ *Event*

Acara adalah proses penyebaran informasi kepada publik yang dilakukan oleh humas dalam setiap kegiatannya.

3) Berita

Berita adalah informasi yang dikomunikasikan secara langsung atau tidak langsung dengan tujuan untuk diterima oleh audiens dan mendapatkan respon positif.

4) Identitas perusahaan

Identitas perusahaan adalah cara memandang perusahaan terhadap segala kegiatan bisnis yang dilakukan, dapat berupa citra positif atau negatif, tergantung pada upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan memelihara citra positif, untuk keberlangsungan perusahaan.

5) Keterlibatan Masyarakat

Keterlibatan Masyarakat adalah hubungan yang dibangun dengan audiens seperti *pemangku kepentingan*, *pemegang saham*, *media*, komunitas di sekitar perusahaan, dan lain-lain.

6) Lobi dan Negosiasi

Lobbying and Negotiation adalah rencana baik jangka panjang maupun jangka pendek yang dibuat oleh humas dalam rangka menyiapkan anggaran yang dibutuhkan.

7) Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wacana yang muncul dalam dunia usaha atau perusahaan yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menjalankan kegiatannya dalam rangka mensejahterakan masyarakat sekitar.²⁷

d. Fungsi Manajemen Humas

Menjadi orang yang profesional dalam humas, harus mampu melihat dan memahami program-program yang dibentuk oleh lembaga atau organisasi, menurut model strategi kehumasan menurut Cutlip, Center dan Broom, praktisi kehumasan profesional dalam melaksanakan program kehumasan harus terdiri dari empat langkah kegiatan atau sering disebut juga empat langkah pemecahan masalah kehumasan. Empat langkah strategi kehumasan adalah:²⁸

1) Menentukan masalah (*defining problem*)

Termasuk kegiatan untuk meneliti dan mengawasi pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku *audiens*.

²⁷ Kriyantono, Rachmat.2008. Teknik Praktis untuk Penelitian Komunikasi. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group). Halaman 22-25

²⁸ Morissan, Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), Hal. 108

2) Perencanaan dan penyusunan program (*planning and programming*)

Termasuk tindakan untuk memasukkan temuan yang diperoleh pada langkah pertama dalam kebijakan dan program organisasi.

3) Melakukan tindakan dan berkomunikasi (*taking action and communicating*)

Termasuk kegiatan untuk melakukan tindakan dan berkomunikasi yang dirancang sejak awal untuk mencapai tujuan tertentu.

4) Evaluasi program (*evaluating the program*)

Termasuk penilaian atau evaluasi persiapan, pelaksanaan dan hasil program.



Gambar 2.1 Empat Langkah Strategi Humas (Sumber Cutlip-Center-Broom)

Dalam membentuk strategi yang akan digunakan, terdapat langkah-langkah yang harus dilakukan agar strategi yang digunakan

lebih terstruktur dan terorganisir dengan baik. Baik dalam melakukan suatu tindakan atau keputusan, perlu dilaksanakan fungsi manajemen. Fungsi utama dalam manajemen kehumasan meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi, yaitu sebagai berikut:

1) Perencanaan

Perencanaan adalah sesuatu, cara atau hasil kerja untuk melakukan atau merencanakan sesuatu.²⁹ Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, perencanaan sangat mendasar dalam penentuan yang cermat dan cerdas tentang apa yang harus dilakukan. Anderson dan Bowman berpendapat bahwa perencanaan adalah proses yang dilakukan untuk menentukan keputusan kegiatan di masa depan.³⁰

Menurut Suharsimi Arikunto, perencanaan program kehumasan tidak terlepas dari perencanaan program kerja secara keseluruhan, yaitu:

- a) Mengidentifikasi masalah.
- b) Perumusan masalah.
- c) Perumusan tujuan.
- d) Analisis dan pemilihan alternatif pemecahan masalah.

²⁹ Poerwa Darminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), Hal. 987

³⁰ Marno dan Trio Supriatno, Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2008), Hal. 13

- e) Identifikasi sumber/hambatan pendukung, untuk perumusan masalah, perumusan tujuan dan analisis pemilihan alternatif pemecahan masalah.
- f) Persiapan program.
- g) Menyiapkan jadwal pertemuan dan kegiatan tahunan.³¹

Dalam penyusunan perencanaan program kehumasan, harus ada hubungan yang erat antara tujuan yang ditetapkan program dengan tujuan yang dimaksudkan dan strategi yang dipilih. Yang terpenting adalah strategi dipilih untuk mencapai hasil yang tertera dalam tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya, perencanaan harus benar-benar didasarkan pada fakta. Fakta adalah fakta, baik dalam bentuk hal-hal yang dilihat maupun informasi yang diperoleh dari sumber lain.³²

Syarifuddin S. Gassing Dan Suryanto menyampaikan bahwa ada lima unsur yang dapat digunakan dalam pembuatan program kerja kehumasan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Pengumpulan Data atau Penggalan Informasi

³¹ Suharsimi Arikunto, Manajemen Pendidikan (Yogyakarta: Aditia Media, 2016), Hal.. 367-368.

³² Onong Uchjana Effendy, Humas: Ilmu Komunikasi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), Hal. 23

Pendataan untuk kebutuhan program kerja kehumasan dapat dilakukan dengan menggali catatan sejarah, evaluasi dari periode sebelumnya, materi berupa audio dan video dari sumber internet, informasi yang relevan dari media cetak, media sosial dan lain sebagainya.

b) Analisis

Data atau informasi yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan berbagai pertimbangan. Proses ini dapat dilakukan dengan menggunakan strategi SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

c) Strategi dan Penentuan Media

Sebelum turun ke lapangan untuk merealisasikan program kerja, tim humas harus terlebih dahulu menentukan strategi dan media yang akan digunakan. Dalam menentukan strategi dan media, mengenali target publik adalah langkah awal yang perlu dilakukan.

d) Pelaksanaan

Setelah melalui serangkaian proses, mulai dari tahap pengumpulan data, analisis dan penentuan strategi, langkah selanjutnya adalah melaksanakan program kerja dengan serius dan berpegang teguh pada tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan desain awal.

e) Evaluasi

Tahap terakhir setelah melakukan kerja lapangan adalah evaluasi. Namun, alangkah baiknya jika proses evaluasi tidak hanya dilakukan di akhir pelaksanaan program kerja, tetapi juga dilakukan pada setiap langkah yang dilakukan mulai dari tahap data mining hingga tahap pelaksanaan.³³

Untuk itu, diperlukan informasi terkait hasil evaluasi kehumasan pada periode sebelumnya. Sehingga semua masalah yang muncul dan mungkin menghambat tujuan dapat diatasi. Selain didasarkan pada fakta dan hasil evaluasi, perencanaan program kehumasan juga membutuhkan komunikasi yang intensif antara lembaga pendidikan dan masyarakat agar dapat menjalin kerja sama yang harmonis. Komunikasi dilakukan dalam rangka menentukan tujuan kerjasama, bentuk kerja sama dan bidang kerja sama yang akan dilakukan. Jadi, perencanaan manajemen kehumasan adalah serangkaian proses dalam menentukan tujuan dan menyusun program organisasi dalam membangun hubungan yang harmonis dan menumbuhkan rasa saling pengertian antara organisasi dan masyarakat.

2) Implementasi

³³ Syariffudin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), Hal. 74

Pada tahap pelaksanaan ini, merupakan perwujudan dari proses perencanaan yang telah ditentukan bersama. Sekolah menjalin komunikasi yang baik dan efektif dengan semua pihak terkait, kerjasama dengan lingkungan internal dan eksternal, serta memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat dengan menyediakan fasilitas untuk semua kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah. Setelah rencana cukup matang dan disetujui oleh pihak bertuliskan, rencana tersebut dilaksanakan. Dalam pelaksanaan pekerjaan ini, dikoordinasikan antara: a) tenaga kerja, b) dana, c) alat kerja, d) lokasi dan lingkungan, e) waktu.³⁴

Implementasi, menurut George R. Terry, berarti merangsang anggota kelompok untuk melaksanakan tugas dengan semangat dan niat baik. Aktuasi berarti menggerakkan orang untuk bekerja sendiri atau dengan kesadaran bersama untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif.³⁵

Salah satu implementasi manajemen kehumasan dilakukan dengan cara komunikasi. Jika dilihat dari segi komunikasi, dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a) Komunikasi Formal, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh pejabat yang ditunjuk oleh lembaga atau instansi untuk

³⁴ M. Fahim Tharaba, *Manajemen Humas* (Malang: Dream Litera Buana, 2020), Hal. 15

³⁵ George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Hal. 9

melaksanakan kegiatan kehumasan. Kegiatan komunikasi formal ini dilaksanakan secara sistematis, tujuannya direncanakan dan dinyatakan dengan jelas.

b) Komunikasi Informal, yaitu semua pemindahan gagasan atau ide yang dilakukan melalui jalur yang tidak direncanakan terlebih dahulu. Komunikasi informal kadang mempunyai keuntungan yaitu:

- (1) Penyebaran informasi dapat langsung ke tujuannya karena tidak harus melalui prosedur tertentu.
- (2) Itu tidak mengenali batas-batas organisasi sehingga lebih fleksibel.
- (3) Komunikasi berlangsung dalam suasana yang akrab, dengan penjelasan yang lebih rinci yang pada akhirnya bermanfaat bagi kelancaran komunikasi formal.
- (4) Itu tidak tahu batas waktu, artinya bisa dilakukan kapan saja.³⁶

Kegiatan komunikasi diperlukan dalam pelaksanaan manajemen. Komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian berita dari satu sumber berita ke sumber berita lainnya. Komunikasi adalah segala bentuk perilaku seseorang, baik verbal maupun nonverbal, yang ditanggapi oleh orang lain.

³⁶ Suharsimi Arikunto dan Lea Yuliana, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Aditia Media, 2009), Hal. 355–356

Berbagai jenis perilaku dapat dikatakan sebagai kegiatan komunikasi ketika melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi terjadi ketika setidaknya suatu sumber membangkitkan respon kepada penerima melalui penyampaian pesan berupa tanda atau simbol, baik bentuk verbal (kata) maupun nonverbal (non-kata), tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua belah pihak yang berkomunikasi memiliki simbol yang sama.³⁷

Komunikasi sebagai proses penyampaian berita dari satu orang ke orang lain sendiri melibatkan beberapa unsur yang saling terkait di dalamnya. Seperti yang disampaikan Suharsimi Arikunto, dalam kegiatan komunikasi terdapat berbagai elemen, antara lain:³⁸

- a) Sumber atau sumber berita. Ini adalah tempat yang menunjuk pada asal usul sebuah ide atau ide. Sumber ini harus jelas dan mudah dipahami.
- b) Pengirim berita. Pengirim pesan atau ide disebut sebagai komunikator atau pembuat kode.
- c) Berita atau pesan. Berita yang disampaikan biasanya berupa simbol yang mengandung makna. Pesannya dapat berupa:

³⁷ Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif: Pendekatan Lintas Budaya* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), Hal. 3

³⁸ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media, 2008), Hal. 354

- (1) Gerakan: melambatkan tangan, menganggukkan kepala, memutar mata.
- (2) Suara: ledakan meriam, klakson, cincin, bahasa, ucapan.
- (3) Objek: tanda, tulisan, bendera.
- (4) Media atau saran untuk menyampaikan berita adalah objek yang digunakan untuk menyampaikan berita misalnya: surat kabar (untuk berita tertulis), bahasa yang bermakna, televisi (berita gambar dan suara), penyanyi dan sebagainya.
- (5) Penerima berita (komunikator) adalah orang yang diberi berita atau orang yang membuat target untuk dipengaruhi oleh pengirim berita.
- (6) Tujuan komunikasi. Seseorang yang mengirim berita tentu memiliki tujuan untuk mempengaruhi penerima pesan atau berita.

Sementara itu, M. Soebry Sutikno mengungkapkan beberapa unsur yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut, yaitu:

- a) Elemen pertama dan terpenting adalah kehadiran komunikator dan komunikator.
- b) Ada tujuan yang harus dicapai dan kerja sama diperlukan.

- c) Adanya ide/gagasan yang disebarluaskan sebagai media dalam mempengaruhi orang lain, sehingga orang tersebut dapat merespon secara positif.
- d) Tersedianya media yang berfungsi sebagai penghubung antara sumber informasi dan penerima informasi, sehingga terjadi hubungan timbal balik antara komunikator dan komunikaor.
- e) Ada *feedback*/ umpan balik dari penerima berita.
- f) Adanya gangguan yang tidak direncanakan yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat dari penerimaan pesan lain oleh komunikator yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.³⁹

3) Evaluasi

Evaluasi adalah tahap terakhir setelah tahapan penelitian, perencanaan dan kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi.⁴⁰

Evaluasi adalah pembuatan pertimbangan sesuai dengan seperangkat kriteria yang disepakati dan dapat dipertanggungjawabkan.⁴¹ Evaluasi adalah proses atau kegiatan memilih, mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan

³⁹ M. Sobry Sutikno, *Manajer Pendidikan: Langkah Praktis Mewujudkan Institusi Pendidikan yang Unggul* (Lombok: Holistica, 2012), Hal.. 137

⁴⁰ Onong Uchjana Effendy, *Human Relation & Public Relation Edisi 1* (Bandung: CV. Mandar Maju, 2009), Hal. 131

⁴¹ Nanang Fattah, *Landasan Pengelolaan Sumber Daya Pendidikan* (Bandung: Rosda Karya, 2011), Hal. 107

informasi yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan penyusunan program selanjutnya.⁴²

Beberapa pendapat tentang evaluasi antara lain sebagai berikut: Paulson berpendapat bahwa penilaian adalah proses menguji berbagai objek atau peristiwa tertentu menggunakan ukuran nilai khusus dengan tujuan menentukan keputusan yang tepat. Menurut Mugiadi, dikutip Sudjana dalam buku berjudul *Pengelolaan Program Pendidikan Pendidikan Nonformal dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*, asesmen adalah upaya untuk mengumpulkan informasi tentang suatu program, kegiatan atau proyek. Informasi tersebut berguna untuk pengambilan keputusan, seperti untuk peningkatan lebih lanjut dari suatu kegiatan, penghentian suatu kegiatan atau penyebaran ide-ide yang mendasari suatu kegiatan.⁴³

Berdasarkan berbagai definisi seperti yang disebutkan di atas, yang dimaksud dengan evaluasi dapat didefinisikan sebagai kegiatan sistematis untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menggambarkan dan menyajikan data atau informasi yang diperlukan sebagai masukan pengambilan keputusan.

⁴² Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah, Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), Hal. 67

⁴³ Sudjana, *Manajemen Program Pendidikan Untuk Pendidikan Non Formal Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Bandung: Balah Production, 2012), Hal. 249–251

Sehingga evaluasi kehumasan merupakan kegiatan sistematis yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan suatu program yang telah dilaksanakan oleh suatu organisasi atau lembaga pendidikan dalam membangun hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat.

Sri Minarti berpendapat bahwa pelaksanaan evaluasi humas di lembaga pendidikan sangat diperlukan dalam upaya untuk menentukan arah kebijakan selanjutnya dalam mengambil sebuah keputusan atau membuat sebuah perencanaan yang akan datang.⁴⁴ Kegiatan evaluasi dapat digunakan untuk menentukan perencanaan yang akan dibuat pada program kerja selanjutnya yang kemudian bisa dimodifikasi sesuai dengan tujuan yang ditentukan sehingga program selanjutnya bisa lebih baik lagi daripada sebelumnya.

Selain itu, fungsi manajemen kehumasan dapat berhasil secara optimal jika berada langsung di bawah kepemimpinan tertinggi dalam organisasi. Fungsi manajemen kehumasan dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi yang diwakilinya dengan masyarakat sebagai target pada akhirnya dapat menentukan apakah tujuan dan citra yang ingin dicapai organisasi berhasil atau tidak.

⁴⁴ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), Hal. 307

Hal ini sesuai dengan esensi dari definisi pekerjaan kehumasan. Manajemen hubungan masyarakat adalah komunikasi dua arah antara organisasi dan publik (masyarakat) dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pengembangan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama.⁴⁵

Fungsi manajemen kehumasan menurut Nasution dikutip dari Chusnul Chotimah antara lain:

- a) Mampu menjadi mediator dalam menyampaikan komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung kepada pimpinan lembaga dan masyarakat internal.
- b) Mendukung dan mendukung kegiatan yang berkaitan dengan penerbitan lembaga pendidikan. Dalam hal ini, humas bertindak sebagai pengelola informasi kepada publik internal dan eksternal, seperti menyampaikan informasi kepada pers dan promosi.
- c) Menciptakan citra positif lembaga pendidikan.
- d) Membantu menemukan solusi dan memecahkan masalah antara lembaga pendidikan dan masyarakat.
- e) Humas berperan sebagai mediator untuk membantu kepala sekolah mendengarkan kritik, saran dan harapan masyarakat,

⁴⁵ Nasution, Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan : Konsep, Fenomena Dan Aplikasinya, Hal. 11

dan sebaliknya Humas juga harus mampu menjelaskan informasi dan kebijakan dari kepala sekolah.

- f) Humas membantu mengatasi permasalahan yang terjadi di lembaga pendidikan dengan memberikan masukan kepada pimpinan.⁴⁶

Tujuan utama dari humas sendiri adalah untuk menciptakan, memelihara dan melindungi reputasi organisasi/perusahaan, memperluas prestise, menampilkan citra yang mendukung. Penelitian menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih cenderung membuat keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan.⁴⁷

Dengan bahasa yang paling sederhana dan terpendek, tujuan utama humas dapat diringkas, sesuai dengan tujuan utama yang disebutkan di atas sebagai berikut:

- a) Mengevaluasi sikap dan opini publik.
- b) Formulasi dan implementasi prosedur dan policy organisasi atas komunikasi organisasi/perusahaan dengan public.
- c) Mengkoordinasikan program.
- d) Mengembangkan hubungan dan "niat baik" melalui komunikasi dua arah.

⁴⁶ Chusnul Chotimah, *Manajemen Public Relations Integratif* (Tulungagung: STAIN Tulungagung Press, 2013), Hal. 51–52

⁴⁷ Rahmat, *Manaj. Humas Sekol.*, Hal. 15

- e) Mengembangkan hubungan positif antara organisasi dan publik.⁴⁸

Tujuan dan tujuan terpenting dari hubungan masyarakat adalah untuk mencapai saling pengertian sebagai tujuan utama. Pujian citra yang baik dan pendapat yang mendukung bukanlah apa yang kami tentukan, tetapi umpan balik yang kami harapkan. Tujuan utama dari menciptakan pemahaman adalah untuk mengubah hal-hal negatif yang diproyeksikan oleh masyarakat menjadi hal-hal positif. Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar: *hostility, prejudice, apathy, ignorance*. Sedangkan melalui pengertian kita berusaha merubahnya menjadi: *sympathy, acceptance, interest dan knowledge*.

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan dalam proses komunikasi dua arah diklasifikasikan menjadi dua kelompok besar, yaitu:

- a) Komunikasi Internal (*personnel/members of the institution*)
- (1) Berikan informasi dan kejelasan sebanyak mungkin tentang institusi.
 - (2) Menciptakan kesadaran personel tentang peran lembaga dalam masyarakat.

⁴⁸ Rahmat, Manaj. Humas Sekol., Hal. 15

- (3) Menyediakan sarana untuk mendapatkan umpan balik dari anggotanya.

b) Komunikasi Eksternal (masyarakat/ *public*)

- (1) Informasi yang benar dan masuk akal tentang institusi.
- (2) Kesadaran akan peran lembaga dalam kehidupan pada umumnya dan pendidikan pada khususnya.
- (3) Motivasi untuk menyampaikan umpan balik.⁴⁹

Pada dasarnya, evaluasi pelaksanaan program kehumasan bertujuan untuk mengetahui implikasi suatu lembaga pendidikan terhadap masyarakat dengan berbagai cara. Sementara itu, fungsi evaluasi dalam penyelenggaraan kehumasan adalah:

- a) Melakukan fungsi selektif. Ada evaluasi, lembaga memiliki cara untuk mengadakan seleksi kinerjanya lebih terukur.
- b) Melaksanakan fungsi diagnostik, yaitu mengidentifikasi atau mendiagnosis kelemahan suatu institusi. Jika sekolah menggunakan instrumen evaluasi yang mumpuni, hasilnya akan dapat memberikan informasi yang jelas tentang kelemahan sekolah. Ketika kelemahan telah teridentifikasi, akan lebih mudah bagi sekolah untuk mencari alternatif dan merumuskan berbagai cara atau formula dalam menyelesaikan

⁴⁹ Abdul Rahmat, Manajemen Humas Sekolah, Manajemen Humas Sekolah (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), Hal. 15–16

masalah, tergantung pada tingkat kelemahan dan kebutuhan sekolah dan masyarakat.

- c) Melakukan fungsi indikasi. Evaluasi berfungsi sebagai alat ukur keberhasilan untuk menunjukkan sejauh mana suatu program telah berhasil dilaksanakan dan bagaimana mengembangkan program selanjutnya berdasarkan hasil indikator yang telah diperoleh.

Dari informasi di atas, dapat dilihat bahwa kegiatan evaluasi dalam pelaksanaan program kehumasan di lembaga pendidikan dilakukan untuk:

- a) Memperoleh informasi yang konkret dan akurat untuk melakukan upaya peningkatan kualitas, produktivitas dan efektivitas pengembangan pembelajaran siswa dan pengembangan lembaga sekolah.
- b) Mendapatkan umpan balik yang dibutuhkan untuk proses perbaikan pada program kehumasan sekolah berikutnya.
- c) Dapatkan segala bentuk kritik, saran, komentar, atau apresiasi yang diperlukan untuk mengetahui sejauh mana citra sekolah di masyarakat dan meningkatkan proses pembelajaran di sekolah.
- d) Memberikan pengalaman yang dapat dijadikan sumber informasi untuk melakukan perbaikan, perbaikan, dan

pengembangan program kehumasan sekolah pada periode berikutnya.

- e) Mengetahui segala bentuk kesulitan yang dialami siswa selama proses pembelajaran dan mencari alternatif solusi yang dapat meningkatkan kualitas belajar siswa.⁵⁰

Dari proses evaluasi tersebut, pelaksanaan program kehumasan diharapkan dapat memberikan kesempatan bagi sekolah di masa mendatang untuk meningkatkan capaian kinerja sehingga dapat mengantarkan perkembangan kehumasan yang jauh lebih dinamis dan efektif. Dalam hal ini, kegiatan evaluasi dimaksudkan untuk memperbaiki sistem, akuntabilitas kepada pemerintah dan masyarakat.

2. Citra Sekolah

Citra dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti citra adalah rupa, gambar, gambaran; gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk; kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa, atau kalimat; atau data atau informasi dari potret udara untuk bahan evaluasi.⁵¹

Saat ini sudah banyak perusahaan atau organisasi bahkan sekolah dan orang-orang yang mengelolanya sangat peka menghadapi masyarakat yang kritis terhadap perusahaan atau organisasi atau

⁵⁰ Slameto, Evaluasi Pendidikan, (Jakarta: PT. Bina Aksara, 1988), Hal. 15

⁵¹ <https://kbbi.web.id/citra>, diakses pada tanggal 13 Oktober 2023

sekolah. Saat ini banyak sekolah yang sudah memahami perlunya memberikan perhatian yang cukup untuk membangun citra yang baik bagi sebuah perusahaan, bukan hanya sekedar melepaskan diri dari terbentuknya kesan negatif masyarakat.

Dalam hal ini, sekolah perlu melakukan pencitraan institusional. Sehingga sekolah yang dikelolanya dapat diterima oleh masyarakat luas dan memiliki citra positif. Kita pahami dulu awal mula kata *imaging*, bahwa awal mula digunakan dalam dunia industri, terutama yang berkaitan dengan suatu produk. Namun apa yang terjadi pada dunia industri merambah dunia Pendidikan.⁵² Keberadaan globalisasi inilah yang menjadi pemicu terjadinya Adanya globalisasi inilah yang memicu penyerapan istilah dalam setiap bidang, sehingga istilah tersebut menjadi citra dalam dunia industri.

Salah satu cara membangun citra yaitu dengan mengelola hubungan yang baik dengan stakeholders, sehingga melalui hubungan yang baik dan strategis itu dapat mencapai hubungan yang baik yang mendorong untuk tercapainya tujuan. Latar belakang budaya dan nilai sebagai faktor penentu dari pesantren berupa nilai- nilai religius, keyakinan, budaya, dan norma perilaku yang dianggap bersifat tradisional oleh khalayak menjadi suatu hal yang memiliki nilai keunikan dan interest publik tersendiri dan harus tetap dipertahankan

⁵² Erwin Indiroko, Jurnal UNIVERSUM (Membangun Citra Publik dalam Lembaga Pendidikan Islam), Vol. 9 No. 2 Juli 2015, Hal. 266

karena justru faktor penentu inilah yang menjadikan lembaga bisa diterima oleh masyarakat dengan memberikan label/citra positif. Faktor penentu tersebut merupakan landasan bagi perubahan dalam hidup pribadi atau kelompok.⁵³

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan citra adalah kesan yang timbul dikarenakan pemahaman akan sesuatu kenyataan. Pemahaman yang berasal dari suatu informasi yang tidak lengkap akan menghasilkan citra yang tidak sempurna dan sebaliknya. Adapun citra yang berkaitan dengan lembaga pendidikan akan terbangun dari trust khalayak melalui interaksi timbal balik antara khalayak dengan lembaga/institusi.

Strategi dalam membangun citra dan meningkatkan minat masyarakat yang dapat dilakukan humas menurut Ahmad Kurnia El-Qorni, terdapat beberapa macam, yaitu⁵⁴:

a. Strategi *Persuasive*

Dari strategi *persuasive* ini, diantaranya yang harus dilakukan adalah menyampaikan informasi atau pesan kepada publik berdasarkan kepentingan publik sasaran. *Public Relations* sebagai komunikator dan sekaligus sebagai mediator berupaya membentuk sikap dan pendapat yang positif dari masyarakat melalui stimulasi. Kemudian humas mendorong untuk berperan serta dalam aktifitas

⁵³ Stephen Robbins, *Organizational Behavior* (Mexico: Prentice Hall, 2003), Hal. 81

⁵⁴ Ahmad Kurnia El-Qorni, *Manajemen Integral: Strategi Public Relations*, <https://elqorni.wordpress.com>, diakses tanggal 03 Desember 2018.

organisasi agar tercipta perubahan sikap dan nilai melalui pembinaan terus menerus.

b. Strategi kontribusi pada tujuan dan misi lembaga pendidikan

Dalam strategi ini terdapat tiga hal, yaitu: pertama, menyampaikan fakta dan opini yang ada di dalam maupun di luar lembaga pendidikan. Kedua, menelusuri dokumen resmi lembaga pendidikan dan mempelajari perubahan yang terjadi. ketiga, melakukan analisa SWOT. Dari hal ini, dalam peningkatan citra tentu berkaitan dengan analisis terkait keadaan lembaga, hal ini akan terhubung pada pemasaran dalam pendidikan yang mana nantinya saling berkaitan. Berupaya memberikan pelayanan terbaik pada konsumen pendidikan dengan bekerjasama dan menjalin komunikasi yang baik dengan *stakeholder* sehingga akan terbentuk suatu kepercayaan dan membangun loyalitas hingga pada tahap konsumen tetap seperti meningkatnya minat dan kepercayaan wali siswa pada lembaga dan loyal pada lembaga sehingga menjadi pelanggan tetap nantinya.

Eksistensi sekolah dapat mempengaruhi persepsi masyarakat/publik, maupun sebaliknya. Citra positif sangat diperlukan oleh suatu sekolah, hal ini menjadi pertimbangan pertimbangan orang tua dalam menentukan pilihan terhadap sekolah.⁵⁵

⁵⁵ Siti Maamarah, Strategi Peningkatan Mutu Dan Citra (Image) Sekolah Dasar Negeri Di Ungaran, Semarang : Jurnal Kelola Volume 3, No 1 (JanuariJuni 2016), Hal. 118

1) Jenis-jenis citra (*image*)

Citra merupakan cerminan dari suatu lembaga yang mampu menentukan seberapa banyak pelanggan atau masyarakat dapat memberikan kepercayaan mereka terhadap lembaga. Citra sendiri terbagi menjadi beberapa jenis yaitu *mirror image*, *multiple image*, dan *current image*.

a) *Multiple Image*

Multiple image merupakan citra yang dipandang seseorang melalui apa yang mereka berikan pada publik. Apa yang diberikan pada publik maka akan menimbulkan pandangan terhadap lembaga dari publik tersebut, jika yang diberikan baik maka pandangan yang diperoleh juga baik, dan sebaliknya.

b) *Mirror image*

Kesan yang diperoleh karena produk yang diberikan baik pelanggan yang merasa puas maupun merasa kurang puas karena masih banyak kekurangan. Maka dari itu adanya perbaikan oleh karyawan/ staff.

c) *Current Image*

Image umum yang beredar di masyarakat perlu diketahui oleh semua anggota organisasi/ lembaga sehingga bentuk kerjasama akan dapat terjalin untuk mengatasi permasalahan.

2) Faktor Terbentuknya Citra

Citra merupakan sebuah efek dari berlangsungnya suatu kegiatan yang melibatkan publik, munculnya citra tersebut dapat dilihat dari beberapa faktor yang mampu memengaruhi terbentuknya citra. Sedangkan berdasarkan penelitiannya Huddleston menyatakan bahwasanya beberapa faktor tersebut meliputi: *academic reputation, campus appearance, cost, personal attention, location, distance from home, career placement, social activity, program study*.⁵⁶ Adapun faktor pembentuk citra yaitu:

a) Identitas Fisik

Sebuah sekolah bisa dilihat dari pengenalan visual, audio, dan media komunikasi yang diterapkan. Nama yang melekat pada lembaga, logo, dan gedung sekolah merupakan contoh pengenalan visual. Selanjutnya, lagu khas yang dinyanyikan ketika ada kegiatan sebagai sarana memperkenalkan citra diri kepada publik merupakan contoh pengenalan audio.

b) Identitas Nonfisik

Identitas sekolah yang tidak dapat dilihat dengan mata telanjang merupakan identitas nonfisik seperti sejarah, filosofi, budaya di dalam sekolah, sistem *reward and*

⁵⁶ Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa., Hal. 382

punishment, susunan manajemen sekolah, kepercayaan, dan nilai-nilai yang ditanamkan di dalam sekolah merupakan contoh identitas nonfisik.

c) Kualitas Hasil, Mutu, dan Pelayanan

Hasil dan mutu produk merupakan faktor pembentuk citra sekolah/madrasah. Kualitas manajemennya dapat dilihat dari produk yang dirancang, baik berupa barang maupun jasa. Semakin baik hasil kerja dengan diikuti mutu yang terjaga, maka citra sekolah/madrasah semakin baik dimata masyarakat. Untuk menambah dan menjaga mutu yang telah dihasilkan perlu adanya pelayanan yang prima terhadap publik dalam hal ini adalah pelayanan maksimal berupa jasa kepada peserta didik dan orang tua siswa.

d) Aktivitas dan Pola Hubungan

Menjaga hubungan dengan *stakeholder* harus selalu kontinue supaya sekolah mempunyai produk dengan mutu yang terjaga. Aktivitas serta pola hubungan antara stakeholder internal maupun eksternal menunjukkan citra sekolah. Memberikan respon jujur, kepercayaan dan memperlihatkan tanggungjawab adalah sebuah keharusan.⁵⁷

⁵⁷ Syariffudin S. Gassing dan Suryanto, Public Relations, (Yogyakarta: Andi, 2016), Hal. 159-160.

3) Usaha Mempertahankan dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah

Setiap program terbentuk berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Dalam mencapai tujuan tersebut tidak lepas dari usaha untuk mempertahankan apa yang sudah ada dan meningkatkan kekurangan yang dialami. Begitu pula dengan citra sekolah, sekolah tentu memiliki target atau kriteria untuk mendapatkan nilai dari masyarakat/ publik sehingga perlu adanya usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan citranya. Dalam hal ini biasanya dilakukan oleh warga sekolah terutama pihak humas selaku yang menjembatani antar keduanya. Usaha humas dalam mempertahankan dan meningkatkan citra sekolah yaitu:

a) Membangun Komunikasi

(1) Pengertian Komunikasi

Proses pembagian makna atau ide-ide di antara dua orang atau lebih dan mereka saling memahami antara maksud dari pesan yang disampaikan.⁵⁸ Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan dari seseorang kepada orang lain secara tertulis, lisan

⁵⁸ Ali Nurdin, dkk., Pengantar Ilmu Komunikasi (Surabaya: Mitra Media Nusantara, 2013), Hal. 8

maupun isyarat baik secara langsung (*face to face*) maupun tidak langsung/melalui media tertentu.⁵⁹

(2) Proses Berlangsungnya Komunikasi

Komunikasi yang terjalin antara marketing dengan stakeholder memiliki tahapan atau proses yang beruntun, adakalanya komunikasi tersebut terjadi secara langsung maupun tidak langsung, namun tidak menutup kemungkinan komunikasi terjalin dengan berbagai macam cara. Beberapa proses tersebut meliputi:

(a) Proses Komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer biasanya terjadi penyampaian paduan antara pikiran dan perasaan seseorang secara langsung (*face to face*) kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol. Dalam keseharian lambang tersebut mengandung makna komunikasi verbal dan nonverbal. Lambang verbal terdiri dari katakata yang biasa digunakan untuk berkomunikasi. Sedangkan nonverbal berupa media primer seperti halnya kial (gestur) gambar dan warna.⁶⁰

⁵⁹ Siti Farikhah, Manajemen Lembaga Pendidikan (Yogyakarta: Aswaja Perssindo, 2015), Hal. 131

⁶⁰ Onong Uchjana, Hubungan Masyarakat (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), Hal. 55

Penyampaian informasi oleh komunikator dan komunikan secara langsung (*face to face*) yang menggunakan bahasa sebagai media primer. Dalam berlangsungnya komunikasi ini dapat terjadi dua situasi yaitu komunikasi antar personal/antar pribadi dan kelompok.⁶¹

(b) Proses Komunikasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder untuk menyampaikan informasi atau pesan dengan menggunakan media untuk menyampaikan informasinya. Media yang dimaksud dalam hal ini adalah sebuah benda yang bisa berwujud dan mampu menjadi sarana penyampaian informasi, seperti halnya radio, televisi dan lain sebagainya.⁶²

(c) Komunikasi dan Opini Publik

Berbicara mengenai opini publik tidak akan lepas dari fungsi komunikasi yang terjalin antara kedua belah pihak yang saling berkaitan. Dengan adanya komunikasi maka akan menimbulkan opini publik mengenai suatu objek.

⁶¹ Ibid., Hal. 60

⁶² Ibid., Hal. 71

Seiring berjalannya waktu dan berlangsungnya komunikasi antara komunikan dan lawannya akan melahirkan sebuah opini baik dari publik maupun individu, opini tersebut menyangkut beberapa aspek yakni ekspresi, persoalan/isu yang dapat berarti pro kontra, dan kemasyarakatan.⁶³

b) Meningkatkan Kualitas Jasa Pendidikan

Peningkatan kualitas jasa pendidikan sangatlah perlu untuk diwujudkan, hal ini dikarenakan bahwa eksistensi suatu sekolah akan bergeser apabila kepuasan pelanggan jasa pendidikan (siswa, guru, orang tua siswa, dan pengguna jasa pendidikan) tidak terpenuhi. Selain itu kepuasan pelanggan dapat diukur dengan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Adapun upaya peningkatan kepuasan pelanggan jasa melalui kualitas jasa pendidikan dapat diwujudkan menggunakan beberapa pendekatan. Sebagaimana pendapat Kotler yang dikutip oleh David mengenai pendekatan tersebut yaitu meliputi:

- (1) Meminimalisir kesenjangan antara pemimpin sekolah dengan pelanggan jasa pendidikan.

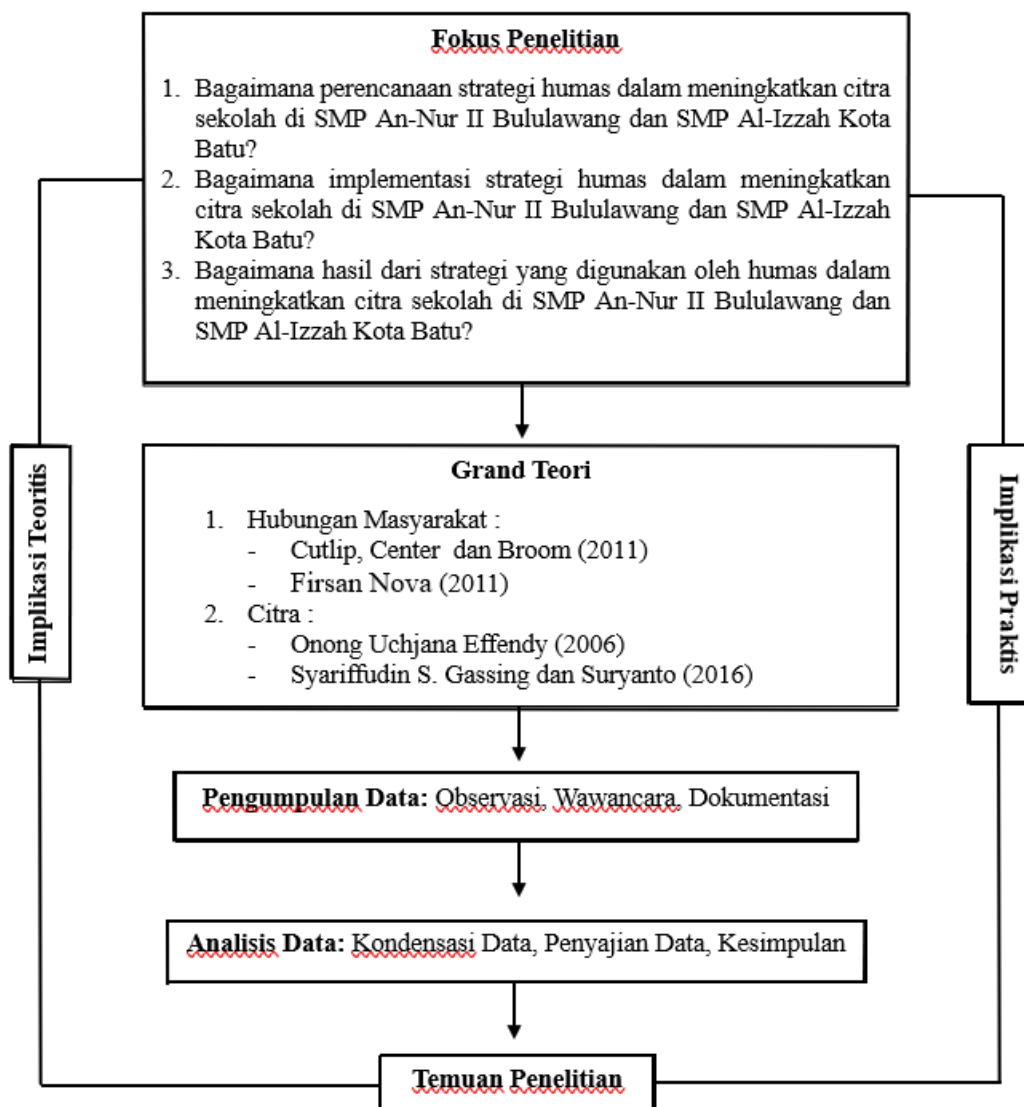
⁶³ Ibid., Hal. 87-88

- (2) Pemimpin sekolah harus mampu membangun komitmen bersama seperti halnya membuat visi sekolah dengan tujuan memperbaiki proses pemasaran jasa pendidikan.
- (3) Pemimpin sekolah harus mampu memberikan kesempatan kepada pelanggan jasa pendidikan untuk menyampaikan keluhan.
- (4) Pemimpin sekolah harus mampu mengembangkan dan menerapkan pemasaran jasa dengan bertanggung jawab dan proaktif dalam menyikapi perkembangan pemasaran pendidikan.⁶⁴

⁶⁴ David Wijaya, Pemasaran Jasa Pendidikan (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), Hal.183-184

B. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir ini berisi skema tentang konsep dan teori dari strategi yang akan digunakan oleh humas uuntuk dapat meningkatkan citra sekolahnya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi yang digunakan humas dapat meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu dimulai dari perencanaan, implementasi hingga hasil dari penggunaan strategi tersebut.

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan dari penelitian ini maka, dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data yang bersifat deskriptif dan tidak terukur yang lebih fokus pada interpretasi dan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti.⁶⁵ Menurut Saryono, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.⁶⁶

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus ialah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh

⁶⁵ <https://penerbitdeepublish.com/pendekatan-penelitian/> , diakses pada 20 Februari 2024

⁶⁶ Abdul Fattah Nasution, Metode Penelitian Kualitatif, (Harfa Creative: Bandung, 2023), Hal. 34

pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut.⁶⁷ Pada penelitian ini menggunakan desain studi multi-kasus, atau desain kasus kolektif yang mengacu pada penelitian studi kasus di mana beberapa kasus dipilih untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena daripada yang dapat diperoleh dari kasus tunggal.⁶⁸

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana humas dalam menyusun strategi terbaiknya dalam membentuk citra sekolah dan mengembangkannya sehingga sekolah yang dinaunginya dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Bagaimana kelebihan yang dimiliki untuk dapat ditonjolkan atau menjadi ciri khas sekolah tersebut, maupun kendala-kendala yang dialami.

Dalam penelitian ini akan dapat diungkapkan gambaran yang mendalam dan mendetail tentang situasi atau objek. Kasus yang akan diteliti dapat berupa satu orang, keluarga, satu peristiwa, kelompok lain yang cukup terbatas, sehingga peneliti dapat menghayati, memahami, dan imengerti bagaimana objek itu beroperasi atau berfungsi dalam latar alami yang sebenarnya.⁶⁹

Studi kasus ialah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan

⁶⁷ Mudjia Rahardjo, “Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosesdurnya”, (Pascasarjana UIN Malang, 2017), Hal. 3, <http://repository.uinmalang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>.

⁶⁸ Agus Maimun, *Penelitian Studi Kasus Bidang Pendidikan Islam*, (UIN-Maliki Press: Malang, 2020), Hal. 48

⁶⁹ Abdul Fatah, *Metode Penelitian*, Hal. 37

aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut.⁷⁰ Studi kasus dalam penelitian ini adalah terkait strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah, mengamati peristiwa-peristiwa yang terjadi di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu.

B. Lokasi Penelitian

Peran humas dalam meningkatkan citra sangat berdampak pada suatu organisasi termasuk sekolah, memberikan gambaran, identitas, serta kelebihan-kelebihan yang dimiliki sekolah kepada public yang nantinya akan mendorong opini public pada sekolah, hal ini juga dirasakan oleh SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Batu yang mana pada lembaga ini sudah berupaya dalam membentuk citra sekolah yang baik sehingga menjadi sekolah yang dikenal namanya. SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Batu melakukan upaya dengan mempunyai strategi dalam hal tersebut, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu dengan kelebihan yang dimilikinya menjadi sekolah yang menjadi tujuan para wali murid untuk menyekolahkan anaknya disini.

Kelebihan dari masing-masing lembaga tentu ada kesamaan dan perbedaan, akan tetapi mempunyai ciri khas masing-masing.

⁷⁰ Mudjia Rahardjo, “Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosesdurnya”, (Pascasarjana UIN Malang, 2017), Hal.. 3, <http://repository.uinmalang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>.

1. An-Nur II dengan *background* pondok salafnya sedangkan Al-Izzah dengan *background* pondok modernnya, tentu memiliki budayanya masing-masing.
2. An-Nur II yang terkenal dengan kelebihan ponpes yang mensupport bakat dan minat siswa dengan programnya. Al-Izzah yang terkenal dengan program yang ditawarkan untuk dapat bersaing di era globalisasi.
3. An-Nur II yang terkenal dengan lingkungannya yang luas dan asri yang disediakan serta biaya yang terjangkau untuk pendidikan disini. Al Izzah terkenal di lingkungannya sebagai *role model* dan penyaringan yang ketat untuk lolos serta biaya dan fasilitas yang setara.

Melihat keunggulan-keunggulan dan daya tarik masing-masing lembaga, serta memiliki perbedaan *background* ini menjadikan hal yang menarik untuk diteliti, membandingkan strategi yang digunakan oleh humas masing-masing dalam meningkatkan citra sekolah oleh kedua lembaga yang akan dilakukan penelitian ini yaitu akan dilaksanakan di SMP An-Nur II Bululawang yang berlokasi di Jalan Raya Jl. Demang Jaya 1 No.8, Bululawang, Kabet Senggrong, Kec. Bululawang, Kabupaten Malang, Jawa Timur dan SMP Al-Izzah Batu yang berlokasi di Jl. Indragiri Gg. 6, Sumberejo, Kec. Batu, Kota Batu, Jawa Timur.

C. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian yang akan diteliti pada penelitian ini adalah kepala di bidang humas, anggota humas, orangtua siswa dan siswa. Dalam melakukan sebuah penelitian yang pertama kali diperhatikan adalah objek

penelitian yang akan diteliti, dimana objek penelitian tersebut terkandung masalah yang akan dijadikan bahan penelitian untuk dicari pemecahannya. Menurut Supriati pengertian objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian yang dilakukan.⁷¹ Objek penelitian adalah variabel atau hal yang akan diteliti oleh peneliti di tempat riset dilakukan.⁷² Pada penelitian ini yang akan menjadi objek penelitian yakni Kepala Urusan/ Kepala Unit Humas dan anggota yang termasuk dalam humas, orangtua/ wali serta siswa yang akan dimintai keterangan terkait penelitian yaitu strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah.

D. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif mutlak diperlukan dalam menguraikan data, karena peneliti sendiri merupakan alat (*instrument*) pengumpulan data yang utama untuk menggali data secara mendalam. Peneliti dapat melihat secara langsung fenomena di daerah yang akan diteliti. Peneliti berusaha sebaik mungkin bersifat selektif, perlu kehati-hatian, dan serius dalam menyaring data sesuai dengan realita di lapangan sehingga data yang terkumpul benar-benar relevan dan terjamin keabsahannya. Peneliti sebisa mungkin menghindari kesan-kesan yang dapat menyinggung perasaan maupun merugikan Instansi.

⁷¹ Supriyati, “Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi”, (Bandung : LABKAT, 2012), Hal. 29.

⁷² <https://penerbitdeepublish.com/apa-itu-objek-penelitian/>, diakses pada 26 September 2023

Kehadiran peneliti di lapangan dengan memperhatikan serta dalam proses tanya jawab, mengamati, memahami dan mengabstraksi menjadi hal yang mutlak tak dapat digantikan. Dalam penelitian kualitatif peneliti wajib hadir di lapangan yakni di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu. Peneliti selaku instrumen utama masuk ke latar penelitian agar dapat berhubungan langsung dengan informan yakni kepala humas dan anggota serta dapat mengamati dan memahami apa yang terjadi di lapangan.

E. Data dan Sumber Data

Data kualitatif adalah data yang berasal dari apa yang dikatakan informan mengenai pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yang merupakan sumber utama data kualitatif, apa yang dikatakan diperoleh secara lisan melalui wawancara atau dalam bentuk tertulis melalui analisis dokumen atau tanggapan survei.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan, diolah dan disajikan oleh peneliti dari sumber utama. Data yang diperoleh langsung dari informan terkait strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah yang mana dimulai dari perencanaan, implementasi hingga hasilnya yang akan ditanyakan kepada informan yaitu Kepala di bidang Humas, anggota yang termasuk dalam humas, orangtua/ wali, dan siswa.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang dibutuhkan oleh data primer. Sumber data sekunder

yang diperlukan bisa berupa buku, jurnal, artikel, makalah, majalah, data, arsip, dan/atau dokumen yang menjelaskan tentang kehumasan, dokumen berupa foto dan dokumen tentang kehumasan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam pengumpulan data. Pada penelitian ini, peneliti menjadi instrumen kunci atau utama yang mana kehadiran peneliti sangat penting dikarenakan sebagai kunci aktivitas yaitu perencanaan, pelaksana, pengumpul data, analisis, penafsiran data serta peneliti menjadi pelopor hasil penelitian.⁷³ Pada penelitian ini menggunakan instrumen tambahan berupa pedoman wawancara, observasi, dan dokumen-dokumen berupa foto-foto kegiatan ataupun data *software/hardware* tentang kegiatan humas. Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan dengan baik, bersikap selektif, hati-hati dan sungguh-sungguh dalam pengambilan data sesuai dengan kenyataan di lapangan, sehingga data yang terkumpul benar-benar relevan dan terjamin kebenarannya.

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu teknik atau cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data.⁷⁴ Oleh karena bentuk penelitian ini adalah kualitatif bersama dengan sumber yang di tetapkan maka teknik pengumpulan data yang akan di gunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi atau Pengamatan

⁷³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), Hal. 121

⁷⁴ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2009), Hal. 93

Observasi dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipan yaitu peneliti melibatkan diri dan berinteraksi dengan kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian pada kedua lembaga yaitu SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu, selain itu juga mengumpulkan data secara sistematis dalam bentuk catatan lapangan, agar peneliti benar-benar melihat dan memahami aktivitas objek penelitian. Hal-hal yang diamati dalam penelitian ini secara umum mencakup kegiatan kehumasan, serta kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan fokus penelitian.

2. Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin. Peneliti melakukan wawancara pertama dengan informan kunci yaitu kepala bagian humas untuk menggali informasi dasar terkait membangun citra sekolah dan fokus penelitian lainnya, kemudian pertemuan berikutnya peneliti melakukan wawancara kepada anggota yang termasuk dalam humas selaku yang mengoperasikan jobdest yang ada pada humas. Pertemuan selanjutnya kepada salah satu orangtua/ wali yang akan dimintai keterangannya terkait citra sekolah beserta anaknya yang disekolahkan diantara kedua lembaga yaitu di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu.

Informan yang akan diwawancarai sebagai berikut: Kepala humas, dan anggota humas, orangtua/wali beserta anaknya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan sebagai alat dalam proses wawancara. Seperti dokumen data sekolah, kemudian foto kegiatan yang berkaitan dengan fokus penelitian. Dokumen-dokumen yang diinginkan peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Struktur organisasi.
- b. Foto ruangan humas.
- c. Dokumentasi kegiatan rapat humas.
- d. Dokumentasi kegiatan pelaksanaan kehumasan.
- e. Prestasi sekolah

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang ada, gambar, video, dan lain-lain untuk dapat dijadikan sebagai pelengkap dari data-data yang ada. Dokumentasi terkait kegiatan perencanaan, implelementasi dan hasil dari strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu.

H. Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti perlu menjelaskan kerja model analisis interaktif dalam penelitian kualitatif yang di kemukakan oleh Miles dan Huberman bahwa yang nantinya akan di manfaatkan dalam penyajian data. Untuk mempermudah pemahaman peneliti terhadap teknik analisa data tersebut di atas maka. Peneliti dapat menjelaskan sebagai berikut:⁷⁵

⁷⁵ A. M. Humberman, *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Diterjemahkan Oleh T.R. Rohidi. (Jakarta: Universitas Indonesia, 1992), Hal. 82

1. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif data yang terkumpul dirumuskan dalam bentuk kata-kata atau kalimat-kalimat yang terekam ke dalam catatan-catatan yang di sebut *fieldnotes*. Rekaman inilah yang selanjutnya diolah sehingga pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam permasalahan penelitian melalui bukti-bukti empiris yang diperoleh di lapangan.

2. Kondensasi Data

Kondensasi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan atau diverifikasikan.

3. Penyajian Data

Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data.⁷⁶ Data yang sudah difokuskan akan disajikan sesuai sistematika penulisan laporan penelitian dalam bentuk pembahasan dan hasil penelitian.

I. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini peneliti untuk mendapatkan keabsahan data yaitu menggunakan uji kredibilitas. Peneliti menggunakan triangulasi untuk mendapatkan kredibilitas data. Peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber adalah mengecek kebenaran informasi

⁷⁶ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), Hal. 143

yang didapat dari hasil wawancara dari berbagai sumber informan. Diantaranya yang menjadi sumber informan dalam penelitian adalah kepala humas, anggota humas, orangtua/wali, dan siswa. Dari informan tersebut peneliti menggali data terkait dengan fokus penelitian.

Sedangkan triangulasi teknik adalah dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara mengecek dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara terlebih dahulu kepada informan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan, kemudian peneliti melakukan observasi untuk mengecek dari hasil wawancara supaya mendapatkan data yang valid. Setelah itu menguatkan data yang didapat dari hasil wawancara dan observasi dengan teknik dokumentasi yakni berupa berkas-berkas, file, dan foto-foto kegiatan yang sesuai dengan fokus penelitian.

J. Pengambilan kesimpulan/verifikasi.

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.⁷⁷ Setelah mengkaji dan memahami dari sumber-sumber data, maka akan ditarik kesimpulan.

⁷⁷ Imam Gunawan, Metode Penelitian Hal. 212

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMP An-Nur II Bululawang yang berlokasi di Jalan Raya Jl. Demang Jaya 1 No.8, Bululawang, Kerebet Senggrong, Kec. Bululawang, Kabupaten Malang, Jawa Timur dan SMP Al-Izzah Batu yang berlokasi di Jl. Indragiri Gg. 6, Sumberejo, Kec. Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Adapun gambaran dari kedua lembaga tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Profil SMP An-Nur II Bululawang

a. Sejarah SMP An-Nur II Bululawang

Didirikan pada tanggal 26 Agustus 1979 oleh K.H M Badruddin Anwar (putra pertama KH. Anwar Nur) dengan sistem pendidikan yang masih menggunakan sistem kajian kitab klasik seperti Pondok Pesantren Salaf lainnya, serta menyelenggarakan pendidikan formal untuk mampu mengembangkan santri agar memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk menjadi pribadi yang mandiri dan mampu beradaptasi dalam kehidupan bermasyarakat di masa depan.

Pada awalnya An-Nur didirikan sebagai pesantren, kemudian didirikan sekolah formal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya namun tetap ingin mempelajari ilmu agama. Dahulu lembaga tersebut bernama An-Nur

Al-Murtadlo yang diambil dari nama KH Anwar Noer selaku pendiri Pondok Pesantren An-Nur yang pertama, kemudian diubah menjadi An-Nur II dengan tujuan untuk memudahkan pengurusan dan mengetahui keberadaan masing-masing ketiga Pondok Pesantren An-Nur. SMP An-Nur II mawadahi aspirasi dan kebutuhan masyarakat untuk dapat menyekolahkan anaknya dengan tetap menerima pembelajaran di pesantren. Sekolah menerima seluruh siswa dari seluruh Indonesia untuk belajar di sini.

b. Identitas Sekolah

Tabel 4.1 Profil Sekolah

Nama Sekolah	SMP An-Nur II Bululawang
Alamat Sekolah	Jln. Raya Jl. Demang Jaya 1 No.8, Bululawang
Kecamatan	Bululawang
Kabupaten	Malang
Provinsi	Jawa Timur
Kode Pos	65171
Nomor Telepon	(0341) 805609
Website	smpannur.sch.id
Akreditasi	A
Status Sekolah	Swasta
Status Kepemilikan	Yayasan
Nama Kepala Sekolah	Nur Kholis M, Pd.I

c. Visi Misi SMP An-Nur II Bululawang

- 1) Visi : Unggul dalam mutu, mulia dalam sikap dan akhlaq, peduli lingkungan, berprestasi dan terwujudnya generasi sholihin dan sholihat.

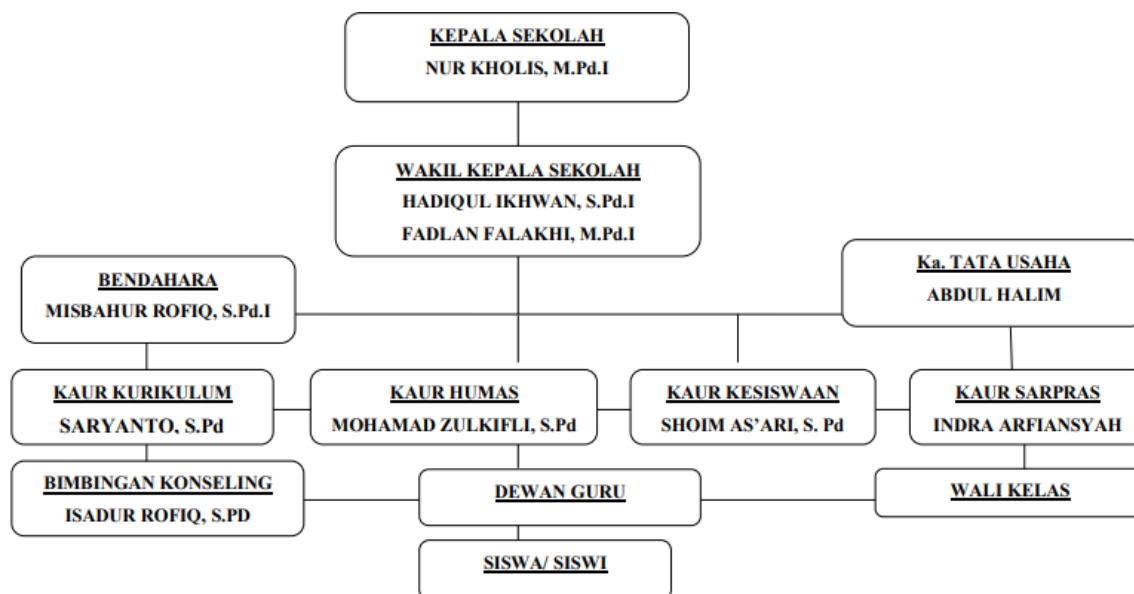
2) Misi :

- Mengembangkan IPTEK dan agama guna mewujudkan insan sholeh.
- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang unggul dan sempurna melalui program pendidikan yang utuh dan terpadu.
- Pendidikan diarahkan untuk mencapai keselamatan, kebahagiaan dunia dan akhirat.
- Mengantarkan anak didik agar memiliki kemantapan aqidah, kedalaman spiritual, dan keluhuran akhlaq budi pekerti.

d. Struktur Organisasi

Kepala Sekolah	: Nur Kholis, M. Pd.I
Wakil Kepala	: 1. Hadiqul Ikhwan, S. Pd.I, MM. 2. Fadlan Falakhi, M. Pd.I
Dewan Pertimbangan	: 1. Moh. Qosim 2. drh. Agus Didik Nur Ahsani, M. Pd. 3. M. Ghufroon
Kepala Urusan	
Kurikulum	: Saryanto, S. Pd.
Kesiswaan	: Shoim As'ari, S. Pd.
Sarpras	: Indra Arfiansyah, S. Pd.
Humas	: Mohamad Zulkifli. S. Pd.
Ka TU	: Abdul Halim
BK	: 1. Isadur Rofiq, S. Pd. 2. Muhammad Kholis, S. Pd. 3. Abdul Latip, S. Pd.
Ka. Perpustakaan	: Karyo Ismail, S. Pd., MM.

Struktur SMP An-Nur II Bululawang



Gambar 4.1 Struktur Organisasi SMP An-Nur II Bululawang

2. Profil SMP Al-Izzah Batu

a. Sejarah SMP Al-Izzah Batu

Pada awal tahun 2006, pendidikan menengah (SMP) dilaksanakan sebagai jawaban atas harapan orang tua yang khawatir terhadap masa depan anak-anaknya, khususnya anak perempuannya. Al-Izzah awalnya dibangun dari sekolah khusus perempuan terlebih dahulu, kemudian disusul pada tahun 2012 dengan sekolah laki-laki.

Lembaga Pendidikan Muslimah Indonesia (LPMI) Al-Izzah didirikan oleh Ustad Dr. KH. Ali Imron, M.A pada tanggal 17 Juli 2006 dan diresmikan oleh Menteri Pemuda dan Olahraga Bapak Adiyaksa Daut dan Bapak Imam Kabul selaku Walikota Batu. Kegigihan Kyai Ali Imron dalam membangun lembaga pendidikan

Islam di lingkungan Sumberejo Batu agar lingkungan ini tetap tersentuh Islam. Dengan berjuang di bidang pendidikan, Kyai Ali Imron mendirikan Lembaga Pendidikan Muslim Indonesia (LPMI) Al-Izzah yang mengikrarkan diri menjadi sekolah bertaraf internasional dan terakreditasi A.

b. Identitas Sekolah

Tabel 4.2 Profil Sekolah

Nama Sekolah	Al-Izzah
Alamat Sekolah	Jl. Indragiri Gg. 6, Sumberejo
Kecamatan	Batu
Kota	Batu
Provinsi	Jawa Timur
Nomor Telepon	(+62341)590533
Website	www.alizzah-batu.sch.id
Akreditasi	A
Status Sekolah	Swasta
Nama Kepala Sekolah	Mochammad Purnomo

c. Visi Misi SMP Al-Izzah Batu

- 1) Visi : Menjadi madrasah muslimah yang beradab dan berilmu.
- 2) Misi : Menyelenggarakan lembaga pendidikan pesantren yang mengintegrasikan iman, ilmu, dan amal untuk menyiapkan generasi muslimah yang ber-akhlakul karimah, taqwa, cerdas, mandiri dan bertanggungjawab.

B. Paparan Data dan Hasil Penelitian SMP An-Nur II Bululawang

1. Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Perencanaan merupakan langkah awal dalam menyusun program kerja yang akan dilakukan oleh humas, salah satu aspek yang dilakukan

oleh kehumasan adalah memberikan citra yang baik kepada institusi. Perencanaan yang dilakukan secara optimal akan membantu dan memudahkan implementasi nantinya dalam mencapai tujuan. Dalam proses perencanaan, tentunya langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi masalah yang kemudian dirumuskan. Permasalahan yang sering dihadapi oleh humas seperti adanya permasalahan komunikasi, transparansi, dan pengelolaan media sosial. Bapak Mohamad Zulkifli selaku Kepala Urusan Humas SMP An-Nur II Bululawang menyatakan sebagai berikut:

“Dari beberapa yang mbak sebutkan tadi, kami rasa tidak terlalu ada kendala yang dijumpai, namun berhubung setelah pandemi, percepatan teknologi sangat berkembang pesat, mungkin yang masih dalam proses yaitu di manajemen media sosial. Untuk saat ini, kita mulai aktif dalam media sosial. Media sosial yang dimiliki oleh SMP An-Nur ada Facebook, Youtube, Tiktok dan yang masih baru itu Instagram. Lalu web sekolah juga ada”.⁷⁸

Dari hasil observasi peneliti, terlihat bahwa pengelolaan media sosial yang dimiliki oleh SMP An-Nur II Bululawang masih dalam tahap awal menuju pengembangan. Dimana hal ini masih dalam proses penyesuaian dengan kemajuan zaman dan akun baru salah satu media sosial yang dimiliki yaitu Instagram.

⁷⁸ Mohamad Zulkifli, Kepala Humas SMP An-Nur II Bululawang, Wawancara (Bululawang, 27 Mei 2024)

Saat merencanakan program yang ingin dicapai, dalam hal ini Kepala Humas dan anggota humas akan membahasnya terlebih dahulu dan menetapkan tujuan yang ingin dicapai. SMP An-Nur II Bululawang tidak memiliki tujuan atau visi dan misi tersendiri, namun tetap berpedoman pada visi dan misi sekolah, standar operasional, prosedur, tugas dan tanggung jawab yang ada dalam kehumasan. Menetapkan tujuan ini merupakan langkah penting bagi Kepala Humas dalam membuat dan melaksanakan program kerja kehumasan, terutama dalam meningkatkan citra positif sekolah. Berikut ini adalah pernyataan Bapak Mohamad Zulkifli selaku Kepala Humas SMP An-Nur II Bululawang:

“Dua minggu sebelum ajaran baru, Saya dan yang ada di humas berkoordinasi untuk menetapkan tujuan apa saja yang akan kami rencanakan dalam program kegiatan untuk tahun ajaran baru, kami evaluasi dari kegiatan-kegiatan pada tahun sebelumnya dan tujuan itu harus sesuai dengan SOP humas yang telah ada. Nah salah satu tujuan perencanaan tim kami yaitu sesuai dengan 3 program yang diadakan oleh sekolah, kelas idaman, kelas talent dan kelas reguler, menyesuaikan bakat dan keunggulan yang dimiliki oleh setiap siswa yang mendaftar, yang mana diharapkan meraih prestasi yang diperoleh itu akan menambah reputasi yang baik untuk sekolah ini”.⁷⁹

Hal ini juga dikuatkan dengan pernyataan dari Bapak Anang Firmanto, selaku anggota humas pada bidang media sosial, sebagai berikut:

⁷⁹ Mohamad Zulkifli, Kepala Humas SMP An-Nur II Bululawang, Wawancara (Bululawang, 27 Mei 2024)

“Salah satu kegiatan humas di sekolah ini bertujuan untuk promosi dan peningkatan citra sekolah. Semua perencanaan kegiatan humas direncanakan dengan memperhatikan anggaran dan memperhatikan faktor pendukung maupun faktor penghambat kegiatan. Dengan adanya perencanaan yang baik dan rinci, mempermudah pelaksanaan dan untuk mencapai tujuan kita. Untuk humas sendiri tidak ada visi misi khusus, kita mengikuti visi misi dan tujuan dari sekolah. Kita punya target setiap tahunnya mba minimal ada 1000 peminat. Pada tahun kemarin 1114, untuk sekarang masih 887 pendaftar, semoga tahun ini juga melebihi 1000. Kalau tertinggi itu pernah, di tahun 2019, ada 1460 pendaftar”.⁸⁰

Dari hal tersebut di atas dapat dirumuskan tujuan kehumasan yaitu sebagai wajah sekolah yang menggambarkan citra yang dimiliki oleh sekolah dan promosi yang dilakukan dalam rangka mencapai target yang ditentukan yaitu keberadaan 1000 pendaftar pada saat penerimaan siswa baru. Tujuan yang ingin dicapai, perlu dirumuskan dengan mempertimbangkan permasalahan yang ditemukan sehingga dalam mencapai tujuan tersebut perlu dianalisis situasi yang dimiliki oleh sekolah. Dalam menganalisis situasi yang dimiliki, tentunya mempertimbangkan kemungkinan apa saja yang dimiliki untuk mempertimbangkan langkah-langkah yang akan dilakukan nantinya. Memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki dengan sebaik-

⁸⁰ M. Efendi, Anggota Humas bidang Hubungan dengan Luar, Wawancara (Bululawang, 27 Mei 2024)

baiknya untuk membantu dalam membuat keputusan. Bapak Anang

Firmanto menyatakan sebagai berikut:

“....Bululawang ini jadi daerah transit yang banyak dilalui oleh wisatawan yang menuju pantai selatan. An-Nur 2 sebagai kawasan pendidikan besar di Jawa Timur yang mempunyai pendidikan formal dan non formal di dalamnya dengan banyaknya siswa-siswi yang dimiliki bahkan datang dari luar kota. Dengan kuantitas yang dimiliki baik dari guru maupun siswa, ini yang menghasilkan solidaritas yang kami miliki sebagai kekuatan. Berhubung area Bululawang menjadi area transit, sering macet, terlebih ketika An-Nur mengadakan acara maupun menjelang libur. Untuk saat ini, selain dikarenakan jumlah kami yang banyak, masih dirasakan adanya sedikit celah pada saat pengawasan”.⁸¹

Pernyataan Bapak Anang diatas, ditambahkan oleh Bapak Mohammad Zulkifli sebagai berikut:

“dengan lokasi yang dimiliki, pemandangan yang disuguhkan berupa Gunung Semeru di sebelah timur dan jajaran Gunung Putri Tidur di sebelah barat, memberikan *image* wisata, awal mulanya ada julukan pondok pesantren wisata itu oleh wali santri yang merasa saat soan seperti sedang berwisata dengan kenyamanan lingkungan yang disuguhkan dan kondisi udara yang sejuk. Memberikan harga yang terbilang murah dibandingkan dengan pondok-pondok lain, lebih terjangkau. Hal inilah yang dapat menjadi peluang bagi kita. Namun, mengingat persaingan yang meningkat, sekolah berupaya

⁸¹ Anang Firmanto, Anggota Humas bidang Media Sosial, Wawancara (Bululawang, 27 Mei 2024)

untuk lebih sering mengencarkan pada sosial media”.⁸²

Dalam percakapan lebih lanjut tentang tantangan dan upaya yang dihadapi oleh humas, pentingnya kerja sama dalam menjalankan program, meskipun memiliki cakupan yang luas dengan kapasitas yang besar, humas harus melakukan upaya yang lebih besar, terutama dengan keunggulan kuantitatif yang dimiliki oleh sekolah. Penjelasan lebih lanjut yang disampaikan oleh Bapak Anang Firmanto adalah sebagai berikut:

“Luasnya cangkupan dengan daya tampung yang banyak serta sdm pada humas harus lebih upayannya, namun dengan azaz kebersamaan tadi, kita saling bantu jika ada kesempatan dan terkait hambatan, seperti pada program sekolah tadi, yang kelas idaman dengan tambahan biaya Rp. 200.00,- dan kelas talenta Rp. 30.000,-”.⁸³

Dalam rangka menyiapkan program yang efektif, humas merencanakan strategi dalam berkomunikasi agar program yang dirancang dapat dilaksanakan, berikut ini adalah penjelasan dari Bapak Anang Firmanto mengenai persiapan dan pembagian tugas yang dilakukan dalam tim sebagai berikut:

“kita akan melakukan pemantauan dan analisis media sosial untuk memahami sentimen publik

⁸² Mohamad Zulkifli, Kepala Humas SMP An-Nur II Bululawang, Wawancara (Bululawang, 27 Mei 2024)

⁸³ M. Efendi, Anggota Humas bidang Hubungan dengan Luar, Wawancara (Bululawang, 27 Mei 2024)

dan merespons dengan cepat. Disesuaikan dengan proker yang telah ditentukan, pada humas ada pembagian kerja yaitu media sosial, hubungan dengan luar dan IT. Walau demikian tetap saling membantu dalam kerja satu sama lain. Contohnya, mengantarkan surat oleh Pak Yahya yang nantinya akan ditemani oleh saya atau lainnya, jika ada yang senggang. Pada pembuatan konten juga ada yang bekerjasama dengan pihak lainnya seperti dengan pondok yang nantinya akan di *share* pada setiap media sosial yang dimiliki”.⁸⁴

Dalam rangka menyiapkan program yang efektif, humas merencanakan strategi dalam berkomunikasi agar program yang dirancang dapat dilaksanakan, berikut ini adalah penjelasan dari Bapak Anang Firmanto mengenai persiapan dan pembagian tugas yang dilakukan dalam tim sebagai berikut:

“Tiap kaur melaporkan kepada Kepala Sekolah tiap-tiap kegiatan yang dilaporkan secara terpisah bukan saat rapat bulanan. Humas sendiri itu pada setiap kegiatan, pembahasan secara musyawarah, tidak terlalu formal, kecuali rapat yang dihadiri tidak hanya anggota humas, jika sesama humas kita lebih fleksible. Untuk rapat, kehadiran pada saat rapat ditentukan dari rapatnya, seperti rapat rutin yang dilaksanakan setiap bulan yang dihadiri oleh civitas sekolah, dilaksanakan pada awal bulan, sedangkan jika hanya humas biasanya hanya dilakukan atau disampaikan di ruangan humas pada setiap anggota, menyesuaikan dengan kegiatan atau proker yang akan dilaksanakan. Proker yang akan dilaksanakan sebelumnya dibahas oleh kepala sekolah, wakil

⁸⁴ Anang Firmanto, Anggota Humas bidang Media Sosial, Wawancara (27 Mei 2024)

kepala sekolah beserta semua kepala urusan, yang nantinya kepala urusan akan menyampaikan pada anggota dan merumuskan dirumuskan dari agenda terdekat oleh humas, setelah dari humas akan dimintai persetujuan kembali pada kepala sekolah”.⁸⁵

Humas SMP An-Nur II Bululawang tidak memiliki target atau sasaran tertentu, namun dalam proses penerimaan siswa baru di SMP An-Nur II Bululawang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai saluran informasi, seperti bantuan dari alumni, postingan di media sosial, penggunaan spanduk, dan juga informasi dari mulut ke mulut. Selain itu, mereka berupaya agar informasi tentang lembaga dapat sampai ke orang tua dan calon siswa nantinya, baik di wilayah manapun, mereka menerima setiap pendaftar dari seluruh Indonesia, meskipun Jawa Timur khususnya Malang Raya yang lebih dominan, hal ini didukung dengan wawancara dengan narasumber, yang disampaikan oleh Bapak Anang Firmanto sebagai berikut:

“tidak ada, kita dari semua kalangan, menerima semua santri, dan dibantu melalui alumni, postingan, spanduk dan dari mulut ke mulut. Terkait konten kita mengusahakan agar sampai pada orangtua dan calon siswa. Kita menerima semua dari seluruh wilayah Indonesia, ada yang dari Sumatera juga mba, tapi tentu yang paling mendominasi dari jawa terkhususnya Jawa Timur”.⁸⁶

⁸⁵ Anang Firmanto, Anggota Humas bidang Media Sosial, Wawancara (27 Mei 2024)

⁸⁶ Anang Firmanto, Anggota Humas bidang Media Sosial, Wawancara (27 Mei 2024)

SMP An-Nur II Bululawang memiliki tujuan, yaitu untuk dapat memenuhi harapan atau keinginan orang tua yang menginginkan anaknya mendapatkan pendidikan formal sambil menjalani kehidupan sebagai pesantren. Oleh karena itu, An-Nur menghadirkan sekolah formal, salah satunya SMP An-Nur II Bululawang, guna memenuhi harapan tersebut dengan mencoba menyediakan fasilitas pendidikan yang menggabungkan kedua aspek tersebut. Untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas, disini humas menggunakan berbagai upaya dalam komunikasi, seperti penggunaan media sosial dengan konten yang relevan, pemasangan spanduk, peran alumni, dan penyebaran informasi secara langsung melalui mulut ke mulut. Selain itu, mereka juga menyampaikan informasi sesuai kebutuhan, baik itu melalui pertemuan dengan wali siswa, surat, atau media lainnya. Hal ini disampaikan oleh Bapak Anang sebagai berikut:

“terkait komunikasi humas ya? Karena keinginan dari orangtua yang ingin memasukkan anaknya ke pondok kita ingin agar kita juga ada sekolah atau Pendidikan formal, jadi sekolah sekaligus mondok, kita mencoba memenuhi keinginan tersebut. Untuk menyampaikan pada Masyarakat diluar sana dengan kita yang menjawab kebutuhan tersebut, kita beupaya untuk menyampaikan dengan berbagai cara seperti melalui media sosial dengan konten-konten yang kita bikin, memasang spanduk, alumni, dan kita juga dibantu dengan penyebaran informasi mulut ke mulut. Informasi kita sebarakan sesuai kebutuhan. jika itu terkait informasi yang harus disampaikan melalui secara langsung seperti

saat pertemuan dengan wali santri, atau melalui surat, maupun melalui media”.⁸⁷

Dalam menjalankan operasional pendidikan, terdapat beberapa sumber dana yang diperoleh oleh An-Nur II antara lain berasal dari wali santri, pemerintah, dan usaha-usaha yang dijalankan oleh ponpes itu sendiri. Dana untuk operasional pendidikan formal bersumber dari dana BOS yang diberikan oleh pemerintah, sementara kontribusi lainnya diperoleh dari SPP yang dibayar oleh santri. Semua perencanaan kegiatan humas disusun dengan memperhatikan anggaran yang ada dengan nominal anggaran yang telah ditentukan pada saat rapat dan dengan mempertimbangkan faktor-faktor pendukung dan penghambat yang mungkin terjadi. Terkait pengelolaan dana, sekolah dan pondok pesantren memiliki pengaturan yang terpisah. Hal ini didukung oleh wawancara dari Bapak Mohammad Zulkifli, sebagai berikut:

“ada beberapa sumber yaitu dari wali santri, pemerintah, dan usaha-usaha ponpes. Untuk operasional pendidikan formal dari pemerintah yaitu dana BOS dan juga dari SPP santri. Semua perencanaan kegiatan humas direncanakan dengan memperhatikan anggaran atau sesuai dengan dana yang diberikan dan memperhatikan faktor pendukung maupun penghambat kegiatan nantinya. Terkait dana, dana yang mengatur sendiri-sendiri. Sekolah dan pondok terpisah”.⁸⁸

⁸⁷ Anang Firmanto, Anggota Humas bidang Media Sosial, Wawancara (27 Mei 2024)

⁸⁸ Mohammad Zulkifli, Kepala Urusan Humas, Wawancara (03 Juni 2024)

Dari hasil observasi peneliti dan wawancara dengan narasumber, di SMP An-Nur II Bululawang, langkah-langkah yang telah dilakukan dalam proses perencanaan meliputi identifikasi permasalahan yang dihadapi, dimana tantangan utama yang dihadapi oleh pihak terkait adalah meningkatkan komunikasi yang efektif antara pesantren dengan masyarakat. Dalam hal ini manajemen media sosial yang masih perlu dikembangkan lebih baik. Setelah masalah diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah perumusan masalah yang lebih spesifik untuk menemukan solusi yang tepat. Perumusan tujuan yang jelas juga dilakukan agar seluruh proses perencanaan memiliki arah yang terfokus dan terukur. Selanjutnya, analisis berbagai alternatif solusi dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai solusi yang dapat diterapkan. Identifikasi sumber pendukung atau hambatan juga merupakan bagian penting dalam perencanaan setiap kegiatan, untuk memastikan keberlangsungan dan kelancaran proses komunikasi. Tahap penyusunan program juga dilakukan dengan matang, termasuk menyiapkan jadwal rapat kehumasan, serta menentukan strategi komunikasi yang tepat. Semua langkah ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan terarah, memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens yang dituju.

2. Implementasi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Dalam upaya membangun citra positif sekolah dan penyebaran informasi terkait kegiatan serta program sekolah kepada masyarakat,

orang tua, dan siswa, humas melakukan kampanye media sebagai bentuk upaya strategis. Pesan yang disampaikan berfokus pada prestasi, program unggulan, dan kegiatan sekolah yang relevan. Hal ini disampaikan dalam wawancara oleh Bapak Anang Firmanto sebagai berikut:

“Humas sekolah menggunakan berbagai media untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas, seperti penggunaan media sosial, dan websie sekolah. Seperti yang saya sebutkan tadi, kita sudah mencoba dalam mengikuti perkembangan zaman, dimana penyebaran info sangat luas dan gampang diakses, kita punya media sosial, ada facebook, tiktok, Instagram, dan youtube yang akan membantu menyampaikan informasi mengenai kegiatan yang diadakan sekolah, pengumuman penting, prestasi siswa, seperti kemarin siswa kita memenangkan lomba itu akan diposting di media sosial, lalu hari besar. Biasanya juga dibantu oleh pengajar dan staff dalam menyebarkan informasi dengan memasang story di media sosial masing-masing, ada yang di WhatsApp, ada di Instagram juga. Lalu ada website yang memberikan informasi lengkap seperti visi misi sekolah, program unggulan, berita terupdate, dan lainnya”,⁸⁹

Dari wawancara diatas dan apa yang ditemukan oleh peneliti saat observasi, penggunaan kampanye media ini, sekolah lebih berfokus pada penggunaan media sosial dan website sekolah, dengan menggunakan media sosial dan website sekolah dan dibantu oleh pengajar dan staff dalam penyebarluasannya terkait postingan atau

⁸⁹ Anang Firmanto, Anggota Humas bidang Media Sosial, Wawancara (27 Mei 2024)

konten yang berisi tentang informasi penting sekolah, pengumuman, kegiatan sekolah, prestasi, dan berita terbaru dari sekolah.

Publikasi kegiatan dilakukan untuk memberi pemahaman, menarik perhatian, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan Masyarakat, kegiatan-kegiatan yang dipublikasikan seperti lomba, seminar, ekstrakurikuler, prestasi dan lainnya. Pada hasil observasi peneliti menemukan bahwa dalam publikasi yang dilakukan terbilang rutin dan update dengan semua kegiatan yang dilaksanakan serta pemberitahuan informasi penting dan juga prestasi-prestasi yang diraih oleh siswa-siswinya. Hal ini didukung oleh Bapak Anang Firmanto dalam wawancaranya, sebagai berikut:

“humas akan berupaya merilis konten sesegera mungkin pada suatu kegiatan agar menjadi berita ter- up to date, seperti informasi PPDB, gelar karya, kegiatan yang kita adakan, peringatan hari besar, dan semua prestasi yang diraih oleh santri, kita posting sesegera mungkin, dengan begitu sekolah dapat meningkatkan citra positif dan membangun hubungan baik dengan masyarakat”.⁹⁰

Kegiatan sosial dan kerjasama dengan mitra sangat penting dampaknya pada citra sekolah karena berkaitan dengan sosial dan mencerminkan perilaku pada masyarakat, oleh sebab itu humas memiliki peran yang besar, harus memiliki *skill* komunikasi yang baik dan wawasan yang luas. Menjalin kerjasama harus memiliki skill yang

⁹⁰ Anang Firmanto, Anggota Humas bidang Media Sosial, Wawancara (27 Mei 2024)

mumpuni agar terjalinnya kesepakatan atau kerjasama, temuan peneliti terkait hal ini, sudah dapat menjalin kerjasama yang baik dengan mitra sehingga dapat terjalinnya hubungan baik dari kedua belah pihak. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan Bapak Mohammad Zulkifli sebagai berikut:

“kerjasama dengan luar itu ada BNI, sebenarnya kerjasama dengan pondok jadi bisa ada atm BNI di dalam lingkungan An-Nur ini. Gaji guru juga melalui BNI. Kalau yang lain itu kita ada kerjasama juga dengan puskesmas di bidang kesehatan, kegiatannya kemarin ada cek kesehatan, penyuluhan tentang lingkungan dan kesehatan. Polsek tentang *bullying*, narkoba contohnya. Kemudian juga dari koramil, langsung tentaranya yang datang memberikan materi tentang bela negara. Untuk kegiatan sosial lainnya seperti kalau ada kemalangan baik dari siswa maupun guru/staf kita datang, kabar gembira dari guru/staf yang menikah atau kelahiran”.⁹¹

Event dan program sosial di SMP An-Nur 2 Bululawang dapat mencakup berbagai kegiatan yang bertujuan untuk mendukung perkembangan akademik, sosial, dan karakter siswa. Dari hasil observasi peneliti menemukan bahwa di An-Nur 2 memiliki berbagai aktivitas yang dilaksanakan, baik itu kegiatan di dalam sekolah seperti kegiatan ekstrakurikuler, berpartisipasi dalam lomba atau kompetisi maupun kegiatan sosial dengan masyarakat. Melalui *event* dan program sosial ini, SMP An-Nur 2 Bululawang tidak hanya berfokus pada

⁹¹ Mohammad Zulkifli, Kepala Urusan Humas, Wawancara (03 Juni 2024)

pembelajaran akademis, tetapi juga pada pengembangan karakter dan kepedulian sosial siswa. Hal ini didukung dengan wawancara dengan Bapak M. Efendi selaku humas bagian hubungan dengan luar, sebagai berikut:

“tentu, kita ikut serta dalam lomba dan kompetisi, bahkan menjadi tuan rumah. Kegiatan sosial lainnya? Kita menghadiri undangan dari salah satu pengajar atau staff yang menikah/ lahiran, kita akan hadir dengan rombongan, iuran dan carter mobil untuk berangkat bersama. Atau kemalangan yang menimpa baik dari guru/staff maupun siswa serta kegiatan sosial lainnya seperti kajian dan uang sosial. Mengadakan penyuluhan dengan puskesmas terdekat terkait Kesehatan seperti cek Kesehatan, dengan polsek tentang narkoba, bullying, dengan dengan koramil tentang belanegara. Ziarah kubur juga kita adakan. Lalu untuk yang terbaru, An-Nur juga memperingati puncak haul Al-Maghfurlah Romo KH. Muhammad Badruddin Anwar, dihadiri beberapa tamu dari pemerintahan seperti Gus Mamak, Pak Sanusi Bupati Malang, dan Bu Khofifah Gubernur Jatim dan selaku ketua muslimat NU. Dihadiri oleh banyak orang, baik dari para santri, alumni, wali santri, dan orang-orang yang hadir secara langsung maupun daring”.⁹²

Kegiatan yang dilaksanakan dapat tersampaikan dengan tepat sasaran kepada audiens, humas berupaya sebaik mungkin dalam penyampaian informasi terbaru secara up to date dan transparan.

⁹² M. Efendi, Anggota Humas bidang Hubungan dengan Luar, Wawancara (Bululawang, 27 Mei 2024)

Penyampaian informasi terbaru dan transparan di SMP An-Nur 2 Bululawang dilakukan dengan berbagai cara untuk memastikan seluruh pihak, termasuk siswa, orang tua, dan staf, mendapatkan informasi yang akurat dan tepat waktu melalui berbagai media seperti media sosial, website, papan pengumuman, maupun rapat dengan orang tua atau wali.

Hal ini disampaikan oleh Bapak Anang Firmanto sebagai berikut:

“kita berusaha seoptimal mungkin dalam penyampaian informasi secara transparan dan ter-update, melalui media sosial yang kita miliki, website sekolah, memasangdi papan pengumuman, dan kita juga sampaikan informasi-informasi penting kepada orang tua/wali santri pada saat rapat dengan oara orang tua/wali. Pada kesempatan ini, sekolah memberikan penjelasan terkait program atau kebijakan terbaru yang perlu untuk diketahui. Dengan ini kita berharap agar dapat berkomitmen dalam menjaga kepercayaan, keterbukaan informasi, dan membangun komunikasi yang efektif antara sekolah dengan orang tua dan masyarakat”.⁹³

Dengan demikian, implementasi yang dilaksanakan, seperti kampanye media, publikasi kegiatan sekolah, kemitraan dengan masyarakat, acara dan program sosial, serta penyampaian informasi yang terkini dan transparan, telah dilakukan sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Hal ini mencerminkan komitmen sekolah untuk menjaga komunikasi yang efektif, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan

⁹³ Anang Firmanto, Anggota Humas bidang Media Sosial, Wawancara (27 Mei 2024)

menciptakan lingkungan yang lebih terbuka dan kolaboratif dalam mendukung pengembangan sekolah.

3. Hasil Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Sebagai bagian dari upaya meningkatkan citra sekolah, humas telah berupaya dalam meningkatkan komunikasi di lingkungan sekolah dan telah merancang serta melaksanakan berbagai program kerja yang bertujuan untuk memperkuat hubungan dengan berbagai pihak, termasuk siswa, orang tua, dan masyarakat. Program-program tersebut difokuskan pada peningkatan penyebaran informasi dan pengelolaan kegiatan sekolah secara lebih efektif dan efisien. Hasil dari strategi humas melalui proker yang dilaksanakan, oleh tim humas sendiri, mereka merasakan adanya peningkatan pada penggunaan website sekolah, penyebaran informasi secara *online* melalui media sosial. Kemudian pada dokumentasi kegiatan lebih tertata dan dapat di-*handle* sendiri oleh humas.

Kegiatan sosial yang dilakukan oleh humas, berkomunikasi dua arah agar dapat menjadi hubungan yang lebih erat dan adanya keterbukaan baik antara sekolah dengan wali santri. Kegiatan sosial seperti pernikahan/lahiran oleh guru/staff sekolah, atau kemalangan yang menimpa baik dari guru/staff maupun siswa serta kegiatan sosial lainnya seperti kajian, uang sosial, penyuluhan dan lain sebagainya. Humas selaku penghubung antara sekolah dengan mitra, selalu menjalin hubungan baik dengan setiap stakeholder, seperti salah

satunya BNI yang menjalin kerjasama dengan pondok dan juga sekolah, puskesmas, polsek, dan koramil.

SMP An-Nur II Bululawang memiliki target yaitu banyaknya peminat pada pondok dan sekolah dengan minimal pendaftar sebanyak 1000 orang setiap tahunnya. Pada tahun lalu, 2023 ada sebanyak 1114 pendaftar yang mendaftarkan diri ke SMP An-Nur II Bululawang. Untuk tahun ini, jumlah sementara yaitu 887 pendaftara karena masih dalam tahap pembukaan peserta didik baru untuk tahun ajaran berikutnya. Sementara untuk rekor tertinggi jumlah yang mendaftar pada tahun 2019 yaitu sebanyak 1460 pendaftar.

Table 4.3 Jumlah siswa diterima selama 3 tahun terakhir

Tahun	Jumlah Siswa
2021	1081
2022	1152
2023	1114
Total	3347

Banyaknya peminat yang ingin mendaftar ke SMP An-Nur II Bululawang ini dapat ditarik pandangan jika lembaga ini sudah memiliki reputasi yang baik dan kepercayaan untuk menyerahkan pendidikan anak-anak mereka di SMP An-Nur II Bululawang, ini menunjukkan bahwa citra yang baik telah diperoleh SMP An-Nur II Bululawang. Hal ini juga dirasakan oleh salah satu dari wali santri, Bapak Yusri yang memiliki pandangan positif pada SMP An-Nur II Bululawang ini sebagai berikut:

“Bagus dan memiliki lingkungan yang luas, ada ciri khas kitab kuningnya dan ada kelas bahasanya. Jadi tiap santri yang punya potensi dapat dikembangkan sesuai bakat atau potensinya masing-masing. Jika berbakat dalam bahasa maka akan diarahkan ke bahasa, kalau ke olahraga diarahkan nanti pada program talenta. Yang membuat tertarik, sekolahnya ada *footsall* karena sebelumnya sudah menekuni dan di sini diberikan fasilitas untuk menyalurkan minat sekaligus dapat bersekolah dan mondok.”⁹⁴

Dari wawancara diatas, dengan ciri khas dan apa yang diberikan oleh sekolah kepada konsumen seperti Bapak Yusri ini menjadi suatu bentuk terjalinnya hubungan baik dan kepercayaan antara kedua pihak. Hal ini juga didukung dengan wawancara dengan salah satu siswanya yang bernama Muhammad Kausar, adik dari Bapak Yusri, terkait apa yang dirasakan olehnya selaku siswa dan satri yang merasakan langsung pelayanan dan fasilitas di lingkungan sekolah, ia memiliki perasaan bangga bisa menjadi salah satu siswa/ santri di SMP An-Nur II Bululawang,, hal ini dikarenakan sekolah sudah memiliki pandangan atau citra positif dan sekolah yang terkenal dengan kelebihan-kelebihan yang dimiliki, hal ini disampaikan oleh Muhammad Kausar pada wawancaranya, sebagai berikut:

“Bangga, dapat bersekolah disini. Sekolah pondok yang terbilang cukup terkenal dan sudah tidak asing lagi di keluarga”.⁹⁵

⁹⁴ Yusri, Wali dari Muhammad Kausar, Wawancara (Malang, 22 Mei 2024).

⁹⁵ Muhammad Kausar, siswa kelas VIII, Wawancara (Malang, 07 Juni 2024)

Selain hal diatas, citra sekolah juga dapat dilihat dari hasil capaian atau prestasi dari sekolah tersebut. Program yang dibentuk oleh sekolah dapat menoreh prestasi-prestasi yang gemilang yaitu terdiri dari perlombaan:

- 1) 3 Medali Emas, 5 Perak, 2 Perunggu Kejuaraan Perisai Diri REOG Cup III Tingkat Jawa Timur 2023.
- 2) Finalis Airlangga Champions League Pusat 2023.
- 3) Top Score & Juara 1 Liga Trofeo Futsal Smp An-Nur 2023.
- 4) Juara 1 Lomba Gerak Jalan HUT RI 78 Tingkat SMP/MTS, se Kec. Bululawang 2023.
- 5) Dan lain-lain.

C. Paparan Data dan Hasil Penelitian SMP Al-Izzah Kota Batu

1. Perencanaan Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Perencanaan hubungan masyarakat (Humas) memegang peranan penting dalam membangun dan meningkatkan citra sekolah. Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, citra sekolah yang baik dapat mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih tempat pendidikan bagi anak-anak mereka. Oleh karena itu, strategi Humas yang tepat dapat memperkuat reputasi sekolah, membangun hubungan yang baik dengan masyarakat, serta menciptakan komunikasi yang efektif antara sekolah dengan berbagai pihak, seperti siswa, orang tua, alumni, dan pemerintah. Perencanaan Humas yang matang menjadi

kunci dalam menciptakan citra positif yang berkelanjutan dan mendukung keberhasilan sekolah dalam mencapai tujuannya.

Dalam era digital saat ini, berbagai masalah komunikasi, transparansi, dan manajemen media sosial menjadi tantangan utama yang dihadapi banyak organisasi, termasuk di lembaga pendidikan. Ketiga masalah ini saling berkaitan dan mempengaruhi efektivitas hubungan antara pihak sekolah dengan siswa, orang tua, serta masyarakat luas. Identifikasi masalah-masalah ini sangat penting untuk menemukan solusi yang tepat guna meningkatkan kinerja dan reputasi sekolah. Hasil observasi yang ditemukan oleh peneliti di lapangan, pada SMP Al-Izzah Kota Batu, dari beberapa permasalahan tersebut, dapat diatasi dengan baik, mereka berupaya sebaik mungkin agar dapat menjaga kesinambungan, hal ini disampaikan dalam wawancara oleh Bapak M. Budi Utomo selaku Kepala Humas Al-Izzah Kota Batu, sebagai berikut:

“Mengupayakan sebaik mungkin, dalam komunikasi, transparansi, baik itu informasi, kegiatan dan sebagainya. Kemudian media sosial, yang saat ini sedang dioptimalkan”.⁹⁶

Humas Al-Izzah Kota Batu dalam merumuskan tujuannya, tidak hanya mengikuti visi, misi, dan tujuan yang telah ditetapkan oleh sekolah, tetapi juga berfokus pada pembentukan opini publik yang positif. Humas berperan penting dalam menciptakan persepsi baik di

⁹⁶ M. Budi Utomo, Kepala Humas Al-Izzah Kota Batu, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

mata masyarakat dengan membentuk opini yang mendukung citra sekolah seperti yang disampaikan oleh Bapak M. Budi Utomo sebagai berikut:

“selain mengikuti visi misi dan tujuan dari sekolah, humas pun ada, yaitu menjadi opini publik, bagaimana membentuk opini yang baik oleh publik. Ada yang akan ditargetkan nanti yaitu sekolah mitra yang mana sekolah awal santri, dan instansi swasta/negeri, namun ini untuk proker tahun depan”.⁹⁷

Untuk mengatasi beberapa kendala yang dijumpai, perlu menyusun strategi yang lebih terorganisir dan konsisten, dengan menganalisis apa saja yang dapat dijadikan pertimbangan untuk membantu perencanaan agar dapat mencapai Keputusan yang tepat. Bapak M. Budi Utomo menyampaikan sebagai berikut:

“kita memiliki kepercayaan, *trust* wali santri pada Lembaga baik yang formal maupun non formal, ini yang menjadi kekuatan yang kami miliki. Untuk kelemahan, upgrade fasilitas mba, masih ada yang perlu kita upgrade untuk memberikan pelayanan terbaik sebagai balasan dari kepercayaan yang telah diberikan. Peluang yang Al-Izzah miliki yaitu tetap berjalan pada jalannya yaitu tetap pada sasarannya dan tepat, serta kualitas. Ancaman yang dirasa, itu tadi, terbatasnya fasilitas untuk menampung santri pada jumlah saat ini serta belum bisa memenuhi permintaan pemerintah pada bagian siswa yang berkebutuhan khusus”.⁹⁸

⁹⁷ M. Budi Utomo, Kepala Humas Al-Izzah Kota Batu, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

⁹⁸ M. Budi Utomo, Kepala Humas Al-Izzah Kota Batu, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

Hasil dari observasi yang dilakukan dan melihat perkembangan media sosial yang digunakan, humas Al-Izzah berupaya menjaga kepercayaan yang telah diberikan dengan tujuan khusus yaitu menjaga opini publik. Dengan pembagian kerja serta analisis media sosial sangatlah penting untuk mengetahui respon publik, hal ini didukung dengan wawancara yang disampaikan oleh Bapak Zainul, selaku humas pada tim media, sebagai berikut:

“memantau perkembangan dan menganalisis media sosial untuk memahami public dan dapat merespon dengan cepat. Pembagian proker yang sesuai dengan bidang masing-masing, humas terdiri dari kesekretariatan, publikasi media, dan santri baru”.⁹⁹

Untuk mendukung setiap kegiatan humas, tentu perlu menyiapkan jadwal pertemuan agar dapat dibahas secara jelas dan terstruktur apa saja yang perlu dievaluasi maupun yang akan dilaksanakan nantinya, hal ini disampaikan oleh Bapak M. Budi Utomo sebagai berikut:

“dimudahkan dengan adanya pembagian perunit dan kepala unit. Ada rapat kerja tahunan dan mingguan, baik antar unit maupun antar humas. Siapa yang hadir, tergantung pada saat rapat yang dilaksanakan. Hal yang perlu dipertimbangkan, komunikasi dengan kepala unit, sekolah, dan pesantren. Dari sini akan dibahas apakah program yang dicanangkan dapat dilaksanakan, pending, atau diganti, menggunakan azas kepentingan bersama”.¹⁰⁰

⁹⁹⁹⁹ Zainul, Anggota Humas bidang Media, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

¹⁰⁰ M. Budi Utomo, Kepala Humas Al-Izzah Kota Batu, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

Sasaran atau target tertentu yang dituju oleh humas dalam menentukan audiensnya perlu dalam menyusun strategi, agar telib terfokus dan dapat meraih sasaran dengan tepat, hal ini disampaikan oleh Bapak M. Budi Utomo sebagai berikut:

“kita berfokus pada orangtua dan calon siswa yang menginginkan pelayanan dan fasilitas yang sesuai dengan keinginannya. Banyak peminat yang berdatangan kesini, namun kita tetap menerapkan tes dan membatasi jumlah siswa siswi yang diterima. Dilihat dari pendaftar. Peminat yang banyak dan berfokus pada target dan pelayanan konsumen. Pendaftar terbanyak pada tahun ini, 2024, 880 siswa. Membatasi penerimaan siswa baru, 240/ jenjang untuk putra dan 210/ jenjang untuk putri”.¹⁰¹

Menentukan strategi komunikasi merupakan tahap berikutnya dan yang perlu diperhatikan, yang disampaikan oleh Bapak Budi, ditambahkan oleh Bapak Yengki selaku humas tim kesekretariatan sebagai berikut:

“tentu, komunikasi merupakan hal penting. Kita berkomunikasi tentu dengan tujuan agar informasi yang kita berikan tersampaikan, mengevaluasi perilaku, menyelesaikan persoalan-persoalan yang ditemui. Oleh sebab itu kita harus berhati-hati dalam pemilihan kata yang tepat. Ada beberapa metode dan media yang dapat digunakan, contohnya seperti komunikasi digital dengan media sosial”.¹⁰²

¹⁰¹ Wildan Mukholad, Anggota Humas bidang PPDB, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

¹⁰² Yengki, Anggota Humas bidang Kesekretariatan, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

Untuk mendukung setiap kegiatan humas, tentu dibutuhkannya dana untuk merealisasikan hal tersebut. Semua perencanaan humas diperhatikan dan disesuaikan dengan anggaran yang telah ditentukan yang akan dimonitoring oleh pengamat mutu, hal ini disampaikan oleh Bapak M. Budi Utomo dalam wawancaranya sebagai berikut:

“dana itu dari yayasan, jadi yayasan yang memberikan dana terkait setiap program-program yang ada, nanti akan dimonitoring oleh penjamin mutu atau direktur keuangan”.¹⁰³

Pendanaan yang disediakan oleh yayasan menjadi kunci dalam mendukung kelancaran program-program humas. Dengan adanya pengawasan dari penjamin mutu atau direktur keuangan, diharapkan setiap penggunaan dana dapat berjalan sesuai dengan perencanaan dan menghasilkan dampak positif yang optimal. Hal ini menunjukkan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan anggaran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Langkah-langkah perencanaan yang telah dijabarkan diatas, menjadi landasan penting dalam mencapai tujuan yang diinginkan, dengan perencanaan yang sistematis, mulai dari analisis situasi, penetapan tujuan, menentukan jadwal pertemuan, komunikasi, dan lainnya, hal ini dilakukan sebagai usaha meraih keberhasilan yang optimal untuk mengelola sumber daya dengan efisien,

¹⁰³ M. Budi Utomo, Kepala Humas Al-Izzah Kota Batu, Wawancara (Batu, 05 Juni 2024)

mengidentifikasi potensi risiko, dan meminimalisir hambatan, sehingga dapat mencapai tujuan dengan lebih terarah dan efektif.

2. Implementasi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Citra sekolah tidak hanya ditentukan oleh kualitas pendidikan, tetapi juga cara sekolah berkomunikasi dengan publik. Melalui strategi humas yang efektif, sekolah dapat membangun hubungan yang positif, memperkenalkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki serta menciptakan kesan yang baik di mata publik, oleh karena itu humas melakukan kampanye media yang berfokus pada program unggulan, prestasi, dan kegiatan sekolah sebagai bentuk upaya strategis.

Pada hasil temuan peneliti pada saat observasi, Al-Izzah melakukan kampanye media dengan sangat baik dan semua platform maupun media yang digunakan di update secara berkala serta semua media sosial yang dimiliki aktif dengan baik dan memiliki followers yang terbilang banyak. Hal tersebut didukung wawancara dengan Bapak Zainul selaku tim Media Humas, sebagai berikut:

“ada berbagai pendekatan, seperti promosi, media sosial ataupun streaming. Contohnya, kita memiliki media sosial yang digunakan, ada instagram, tiktok, facebook, streaming ada youtube, dan kita juga ada website. Namun untuk media sosial itu gabung dengan ma’hadnya. Informasi yang ingin kita sampaikan akan di *update* secara berkala sesuai dengan kegiatan yang dilaksanakan. Lalu

lainnya, seperti saat penerimaan santri baru, kita akan berfokus pada orangtua dan calon siswa untuk menarik minatnya”.¹⁰⁴

Kegiatan sosial yang diadakan oleh sekolah sangat penting karena memberikan manfaat untuk berkontribusi pada perkembangan siswa seperti hubungan antar individu, serta dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan, dengan kata lain, kegiatan sosial oleh sekolah bukan hanya memberikan pengalaman berharga bagi siswa, tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih baik dan lebih peduli terhadap kebutuhan orang lain. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak M. Budi Utomo dalam wawancaranya sebagai berikut:

“beberapa kegiatan sosial yang diadakan seperti kegiatan tahunan pekan olahraga santri atau POS, pawai tarhib dalam rangka menyambut Ramadhan, student exchange dengan SMP DT BS Putra di Kabupaten Bandung Barat, latihan diklat kepemimpinan santri atau LDKS, dan Al Izzah mengabdikan. Kita juga menjalin kerjasama dengan mitra mengadakan penyuluhan untuk siswa, juga memberikan bantuan jika ada yang ditimpa kemalangan, kunjungan dalam 1 semester sebanyak 2x pada wali santri, bisa dibilang hubungan dengan stakeholder terjalin dengan baik. Mitra? Kita juga menjalin hubungan baik dengan mitra, seperti Dinas

¹⁰⁴ Zainul, Anggota Humas bidang Media, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

Kesehatan Kota Batu, rumah sakit, dan sekolah santri sebelumnya, namun ini akan lebih difokuskan pada tahun depan”.¹⁰⁵

Humas berupaya sebaik mungkin dalam penyampaian informasi terbaru secara up to date dan transparan. Penyampaian informasi terbaru dan transparan di Al Izzah Kota Batu dilakukan dengan berbagai cara untuk memastikan seluruh pihak mendapatkan informasi yang akurat melalui berbagai media seperti media sosial, website, brosur, maupun rapat dengan orang tua atau wali. Hal ini disampaikan oleh Bapak M. Budi Utomo sebagai berikut:

“penyampaian informasi sudah secara transparan dan ter-update, menyampaikan setiap kegiatan yang dilaksanakan secara berkala, salah satunya melalui media sosial yang kita miliki, website sekolah, dan kunjungan ke wali santri”.¹⁰⁶

Dengan demikian, implementasi yang dilaksanakan, seperti kampanye media, publikasi kegiatan sekolah, kemitraan dengan masyarakat, acara dan program sosial, serta penyampaian informasi yang terkini dan transparan, telah dilakukan sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Hal ini mencerminkan komitmen sekolah untuk menjaga komunikasi yang efektif, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan

¹⁰⁵ M. Budi Utomo, Kepala Humas Al-Izzah Kota Batu, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

¹⁰⁶ M. Budi Utomo, Kepala Humas Al-Izzah Kota Batu, Wawancara (Batu, 03 Juni 2024)

menciptakan lingkungan yang lebih terbuka dan kolaboratif dalam mendukung pengembangan sekolah.

3. Hasil Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Humas SMP Al-Izzah Kota Batu mempunyai keinginan dan menargetkan agar opini publik baik pada lembaga serta dapat menjadi roll model bagi lembaga lain. Hal ini sudah mulai tersentuh dengan pemberian kepercayaan Dinas Pendidikan Kota Batu yang menyerahkan kegiatan MKKS dilaksanakan di SMP Al-Izzah Kota Batu. Kepercayaan yang diberikan. Reputasi SMP Al-Izzah Kota Batu sudah terbilang baik, dapat dilihat dari pendaftar. Peminat yang banyak dan berfokus pada target dan pelayanan konsumen. Pendaftar terbanyak pada tahun ini, 2024, 880 siswa. SMP Al-Izzah Kota Batu membatasi penerimaan siswa baru, 240/ jenjang untuk putra dan 210/ jenjang untuk putri.

Efek dari penggunaan media sosial dapat dirasakan seperti dari hasil wawancara dengan Bapak Hendro Siswanto, orangtua dari Calista Ariani, sebagai berikut:

“Sebelumnya kami mencari di media sosial dan informasi di berbagai Platform digital lainnya yang berkaitan tentang Islamic Boarding School khususnya sekolah ini, setelah kami sekeluarga reservasi langsung kelapangan dan sering season dengan wali santri lainnya yang terlebih dahulu menyekolahkan anaknya di tempat tersebut, Alhamdulillah disambut langsung oleh lembaga dan konsultasi berkaitan dengan capaian dan target sekolah yang cukup

sesuai dengan minat kami selaku wali santri dan akhirnya memutuskannya”.¹⁰⁷

Dengan citra sekolah yang baik dan menjadi sekolah boarding yang modern dan banyak peminat, serta metode-metode pada pembelajaran yang disuguhkan tentu ini juga membuat sekolah ini menjadi terkenal. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Hendro Siswanto, sebagai berikut:

“Sejauh ini sekolah tersebut masih cukup memuaskan dan sesuai dengan target capaiannya sehingga anak kami terjamin akan pendampingan *Spiritual Question*, *Emotional Question* dan *Intelligence Quotient*, walaupun masih terdapat beberapa sektor yang perlu di tingkatkan seperti pelayanan terhadap tamu dan stabilisasi imunitas santi disini. Kurikulumnya sudah integratif dan taraf internasional, capaian lembaga begitu baik, fasilitas yang memadai dan kooprehensif dalam menunjang dan meningkatkan kompetensi anak nantinya, dan branding lembaga yang sudah familiar”.¹⁰⁸

Pelayanan dan fasilitas yang diberikan pada siswa sesuai dengan apa yang dijanjikan dan dapat memenuhi ekspektasi dari saat mendaftar, seperti yang dirasakan oleh salah satu siswi dari sekolah ini yang merasakan hal tersebut yaitu Calista Ariani, sebagai berikut:

“Semuanya lengkap mulai dari fasilitas dan Ustadzah pendamping yang selalu menemani di asrama, dan sangat mendukung cita-cita melalui program di Ma’had dan di sekolah hingga bisa

¹⁰⁷ Hendro Siswanto, Orangtua dari Calista Ariani, Wawancara (Malang, 06 Juni 2024)

¹⁰⁸ Hendro Siswanto, Orangtua dari Calista Ariani, Wawancara (Malang, 06 Juni 2024)

ke luar negeri untuk saling bertemu dengan pelajar lainnya di luar negeri dengan event Internasional *expo* kemaren”.¹⁰⁹

Selain hal diatas, citra sekolah juga dapat dilihat dari hasil capaian atau prestasi dari sekolah tersebut. Program yang dibentuk oleh sekolah dapat menonjolkan prestasi-prestasi yang gemilang yaitu terdiri dari perlombaan seperti diraihnya 2 medali emas oleh santri SMP Al Izzah Leader School Tingkat Nasional dan Internasional.

Untuk memudahkan peneliti dan pembaca dalam membaca serta memahami hasil penelitian di atas, maka hasil penelitian dipaparkan dalam bentuk tabel. Adapun tabel hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Penelitian

No.	Fokus Penelitian	Hasil	
		SMP An-Nur II Bululawang	SMP Al Izzah Kota Batu
1.	Perencanaan Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah	- Humas berusaha mengoptimalkan media sosial setelah pandemi. - Humas mengikuti visi misi sekolah dan bertujuan minimal 1000 pendaftar saat PPDB. - Dalam perencanaan, Humas menggunakan analisis SWOT. Kekuatan yang dimiliki adalah lokasi dan kuantitas, yang menjadi peluang yaitu memenuhi keinginan orangtua dengan menyediakan ponpes dan sekolah dengan harga terjangkau. Kelemahan serta ancamannya adalah kemacetan di kawasan An-Nur dan perlunya pengoptimalan media sosial.	- Telah melakukan upaya sebaik mungkin dan mengoptimalkan media sosial - Humas selain mengikuti visi misi sekolah juga memiliki khusus yaitu opini publik. Peminat yang banyak namun berfokus pada target dan pelayanan konsumen. Pendaftar terbanyak pada tahun ini, 2024, 880 siswa. Membatasi penerimaan siswa baru, 240/ jenjang untuk putra dan 210/ jenjang untuk putri - Memiliki trust dari wali santri kepada lembaga sebagai kekuatan yang menjadikan peluang dalam target yaitu

¹⁰⁹ Calista Ariani, Siswi kelaVII, Wawancara (Malang, 06 Januari 2024)

		- Hambatan yang dihadapi adalah cakupan dan daya tampung yang luas serta adanya biaya tambahan pada beberapa program. - Program kerja terbagi menjadi Media Sosial, Hubungan dengan Luar, dan IT. Semua kegiatan dipantau untuk merespon publik dengan cepat. - Pertemuan diadakan setiap bulan dengan semua civitas sekolah. Untuk humas, pertemuan fleksibel mengikuti kegiatan yang ada. - Menerima santri dari seluruh Indonesia, dengan mayoritas dari Jawa Timur, dibantu melalui alumni, media sosial, spanduk, dan dari mulut ke mulut. - Menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. - Anggaran sekolah berasal dari pemerintah (BOS) dan SPP santri.	menengah keatas dengan penyediaan pelayanan dan fasilitas yang sesuai. Namun memiliki kelemahan serta ancaman yakni masih perlunya upgrade fasilitas untuk menampung santri dan belum bisa memenuhi permintaan pemerintah (pada bagian siswa berkebutuhan khusus) - Melakukan pemantauan dan analisis medsos untuk memahami dan merespon dengan cepat serta pembagian proker yaitu Kesekretariatan, Publikasi Media, dan Santri Baru - Jadwal pertemuan humas dimudahkan dengan adanya pembagian perunit dan kepala unit. Rapat kerja dibagi menjadi tahunan dan mingguan, baik antar unit maupun humas - Berfokus pada orangtua dan calon siswa yang menginginkan pelayanan terbaik yang disediakan. - Komunikasi dijaga dengan baik dan menggunakan metode seperti komunikasi digital dengan media sosial. - Anggaran bersumber dari yayasan yang dimonitoring oleh penjamin mutu/ direktur keuangan
2.	Implementasi Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah	- Penggunaan medsos: facebook, tiktok, Instagram, dan youtube yang akan membantu menyampaikan informasi mengenai kegiatan sekolah, pengumuman penting, dan prestasi siswa. Dibantu oleh pengajar dan staff dalam menyebarkan informasi melalui story di medsos seperti	- Melakukan beberapa pendekatan seperti promosi, media sosial, dan streaming. Media sosial yang dimiliki: instagram, tiktok, facebook. Streaming: youtube - Penyampaian informasi di update secara berkala sesuai kegiatan yang dilaksanakan, seperti penerimaan santri baru, dll

		WhatsApp dan Instagram. Website memberikan informasi lengkap seperti visi misi sekolah, program unggulan, berita terupdate, dan lainnya. - Humas merilis konten ter-up to date sesuai kegiatan sekolah seperti PPDB, gelar karya, prestasi siswa, peringatan hari besar dll. - Bekerjasama dengan puskesmas terkait kesehatan seperti cek kesehatan. Mengadakan penyuluhan, dari kesehatan seperti lingkungan dan kesehatan, polsek tentang bullying dan narkoba, koramil tentang bela negara. - Ikut serta dalam lomba dan kompetisi, menjadi tuan rumah, menghadiri undangan, mengadakan penyuluhan, ziarah kubur, Haul dll. - Berusaha transparan dalam memberikan informasi dan up to date	- Kegiatan sosial: kegiatan tahunan pekan olahraga santri (POS), pawai tarhib, , student exchange dengan SMP DT BS Putra di Kabupaten Bandung Barat, latihan diklat kepemimpinan santri atau LDKS, dan Al Izzah mengabdikan - Menjalin kerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Batu, Rumah Sakit, asal sekolah santri sebelumnya (lebih difokuskan pada program tahun depan), dan mengadakan penyuluhan untuk siswa, dan memberikan bantuan serta mengadakan 2 kali kunjungan dalam 1 semester pada wali santri. - Informasi yang diberikan ter-update dan transparan yang diberikan secara berkala, melalui web, medsos, kunjungan dll.
3.	Hasil Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah	- Peningkatan penggunaan website sekolah, informasi secara online - Dokumentasi kegiatan tertata (di handle sendiri oleh humas) - Menghadiri kegiatan sosial dan dapat menjalin hubungan baik dengan mitra - Memenuhi harapan publik/masyarakat - Mencapai target minimal 1000 pendaftar tiap tahunnya	- Menjaga opini publik - Menjadi roll model - Mendapat kepercayaan wali santri dengan fasilitas yang diberikan - Mendapat kepercayaan Dinas Pendidikan Kota Batu yang menyerahkan kegiatan MKKS dilaksanakan di SMP Al-Izzah Kota Batu - Meraih minat peserta didik dengan kenaikan peminat terbanyak tahun ini yaitu 880 pendaftar - Perolehan prestasi

BAB V

PEMBAHASAN

A. Perencanaan Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP

An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu

Berdasarkan teori yang disampaikan oleh Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto bahwa ada lima unsur yang dapat digunakan dalam pembuatan program kerja kehumasan, yaitu dengan melakukan tahapan pengumpulan data yang akan di analisis kemudian menentukan medianya, baru masuk pada tahap pelaksanaan hingga tahapan evaluasi nantinya.¹¹⁰ Dari hasil temuan, pada kedua lembaga telah menerapkan apa yang disampaikan oleh Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, hal ini juga telah dipaparkan dalam hasil temuan dimana kedua lembaga melakukan identifikasi dan menganalisis situasi yang dimiliki yang kemudian menentukan media yang digunakan serta mengimplementasikannya hingga memperoleh hasil yang dapat dirasakan.

Menurut Suharsimi Arikunto, perencanaan program kehumasan tidak terlepas dari perencanaan program kerja secara keseluruhan, yaitu: mengidentifikasi masalah, perumusan masalah, perumusan tujuan, analisis dan pemilihan alternatif pemecahan masalah, dentifikasi sumber/hambatan pendukung, untuk perumusan masalah, perumusan tujuan dan analisis

¹¹⁰ Syariffudin S. Gassing dan Suryanto, Public Relations (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), Hal. 74

pemilihan alternatif pemecahan masalah, persiapan program, dan menyiapkan jadwal pertemuan dan kegiatan tahunan.¹¹¹

Berdasarkan hasil temuan di lokasi pertama, humas masih merasakan perlunya pengoptimalisasikan media sosial agar lebih baik lagi terutama setelah terjadinya pandemi, dengan hal ini dapat membantu dalam mencapai target peminat yang ditargetkan yaitu minimal 1000 pendaftar saat PPDB tiap tahunnya. Dalam perencanaannya menggunakan analisis SWOT dalam menganalisis situasi dengan memiliki kekuatan berupa lokasi yang menjadi daerah transit serta hal inilah yang dijadikan sebagai peluang untuk memenuhi keinginan orangtua yang ingin menyekolahkan anaknya serta sekaligus mondok dengan biaya yang terjangkau. Namun demikian, masih ditemukannya kendala berupa kemacetan terutama saat adanya kegiatan sehingga hal ini menjadi kelemahan yang dirasa hingga saat ini masih belum ada solusi terbaik yang dilakukan. Semua program yang dirancang akan dilaksanakan sesuai jobdest masing-masing yang terdiri dari media sosial, hubungan dengan luar dan IT yang mana akan bergerak dalam menjalankan komunikasi nantinya untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan, hal ini tentu didukung oleh dana yang telah dianggarkan pada saat pertemuan yang dilaksanakan pada setiap bulan dengan civitas sekolah maupun sesama anggota humas dengan kepala urusannya.

¹¹¹ Suharsimi Arikunto, Manajemen Pendidikan (Yogyakarta: Aditia Media, 2016), Hal. 367-368

Begitu juga dengan hasil penelitian pada lokasi kedua yang telah mengupayakan dalam komunikasi dan optimalisasi media sosial. Humas memiliki tujuan khusus yaitu menjaga opini publik, Dimana humas harus dapat menjaga kepercayaan wali santri yang diberikan kepada sekolah atau yayasan dalam Pendidikan anak mereka dengan memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik yang mereka miliki sesuai dengan biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Hal ini yang menjadi kekuatan yang dimiliki serta menjadi peluang dalam terus menargetkan konsumennya, namun itu juga menjadi tantangan yang dirasakan oleh humas menjadi kelemahannya yaitu masih dirasa kurangnya fasilitas yang dapat diberikan untuk menampung semua peminat yang hingga saat ini masih dibatasinya penerimaan siswa yang lolos seleksi serta belum bisa memenuhi harapan pemerintah terkait siswa berkebutuhan khusus. Semua ini dibahas dan direncanakan dalam pertemuan pada rapat tahunan dan mingguan bai kantar unit maupun humas. Semua menjalankan proker yang ada di humas yang terdiri dari media, kesekretariatan dan PPDB yang didukung oleh dana yang diberikan dari Yayasan.

Strategi kehumasan menurut Firsan Nova yaitu publikasi, event, berita, identitas perusahaan, keterlibatan masyarakat, lobi negosiasi, dan tanggungjawab sosial.¹¹² Menurut pendapat Firsan Nova, rentetan kegiatan yang dilakukan sebagai strategi yang dilakukan humas juga sudah diterapkan. telah melakukan publikasi dalam penyampaian informasi, mengadakan event

¹¹² Firsan Nova. Crisis Public Relations: Bagaimana strategi PR menghadapi krisis, membangun citra dan reputasi perusahaan. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) Hal. 54-56

dan mengupdate secara terbaru dan transparan sesuai event yang dilaksanakan, meraih citra yang positif di masyarakat atau publik, melibatkan publik seperti menggunakan media dan berkomunikasi, melakukan lobbying dan negotiation dalam berinteraksi seperti saat rapat, menyiapkan anggaran, mengadakan kegiatan dan lain sebagainya, dan yang terakhir tanggungjawab sebagai apa yang telah ditugaskan.

B. Implementasi Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu

Berdasarkan pendapat George R. Terry mengenai implementasi yang berarti merangsang anggota kelompok untuk melaksanakan tugas dengan semangat dan niat baik. Aktuasi berarti menggerakkan orang untuk bekerja sendiri atau dengan kesadaran bersama untuk mencapai tujuan yang diinginkan secara efektif.¹¹³ Dalam hasil temuan penelitian, pada kedua lokasi penelitian, ketua atau kepala humas dengan anggotanya berhasil menerapkannya, hal ini dibuktikan dengan pelaksanaan jobdest masing-masing yang hasilnya akan saling berkaitan satu sama lain hingga membantu dalam mencapai tujuan yang diinginkan dengan baik, seperti di lokasi penelitian pertama yang memiliki kepala urusan dan humas yang terbagi menjadi beberapa bagian yaitu media sosial, hubungan dengan luar dan IT, sedangkan pada Lokasi penelitian kedua yang memiliki kepala unit humas dan humas yang terbagi menjadi beberapa bagian yaitu media, kesekretariatan dan PPDB.

¹¹³ George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Hal. 9

Berdasarkan pendapat Fahim Tharaba dalam bukunya Manajemen Humas menyebutkan bahwa dalam pelaksanaan pekerjaan perlunya koordinasi antara tenaga kerja, dana, alat kerja, lokasi dan lingkungan serta waktu.¹¹⁴ Pada hasil temuan penelitian, humas dari kedua Lembaga berhasil menerapkannya dan dapat mengkoordinasikan semua point tersebut dengan baik, baik dari tenaga kerja yang sudah disesuaikan dengan jobdestnya sendiri, di dukung dengan dana yang diberikan baik itu dari pemerintah, SPP, maupun dari Yayasan, dibantu dengan alat kerja yang dibutuhkan, memiliki Lokasi atau ruangan humas sendiri serta waktu yang disesuaikan dengan jam operasional Pendidikan formal.

Menurut Suharsimi Arikunto dan Lea Yuliana, salah satu implementasi manajemen kehumasan dilakukan dengan cara komunikasi. Jika dilihat dari segi komunikasi, dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu komunikasi formal dan informal. Dari hasil temuan penelitian dapat diketahui bahwa komunikasi formal dilakukan dalam melaksanakan kegiatan kehumasan, yang dilaksanakan secara sistematis dengan tujuannya yang direncanakan dan dinyatakan dengan jelas. Sedangkan komunikasi informal bisa dilihat pada saat tukar gagasan atau ide yang dapat mempunyai keuntungan seperti penyebaran informasi dapat langsung ke tujuannya karena tidak harus melalui prosedur tertentu dan lebih fleksibel seperti halnya pada saat sesama anggota humas yang membahas proker atau jobdestnya masing-masing.¹¹⁵

¹¹⁴ M. Fahim Tharaba, *Manajemen Humas* (Malang: Dream Litera Buana, 2020), Hal. 15

¹¹⁵ Suharsimi Arikunto dan Lea Yuliana, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Aditia Media, 2009), Hal. 355–356

C. Hasil Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu

Sri Minarti berpendapat bahwa pelaksanaan evaluasi humas di lembaga pendidikan sangat diperlukan dalam upaya untuk menentukan arah kebijakan selanjutnya dalam mengambil sebuah keputusan atau membuat sebuah perencanaan yang akan datang.¹¹⁶ Kegiatan evaluasi dapat digunakan untuk menentukan perencanaan yang akan dibuat pada program kerja selanjutnya yang kemudian bisa dimodifikasi sesuai dengan tujuan yang ditentukan sehingga program selanjutnya bisa lebih baik lagi daripada sebelumnya.

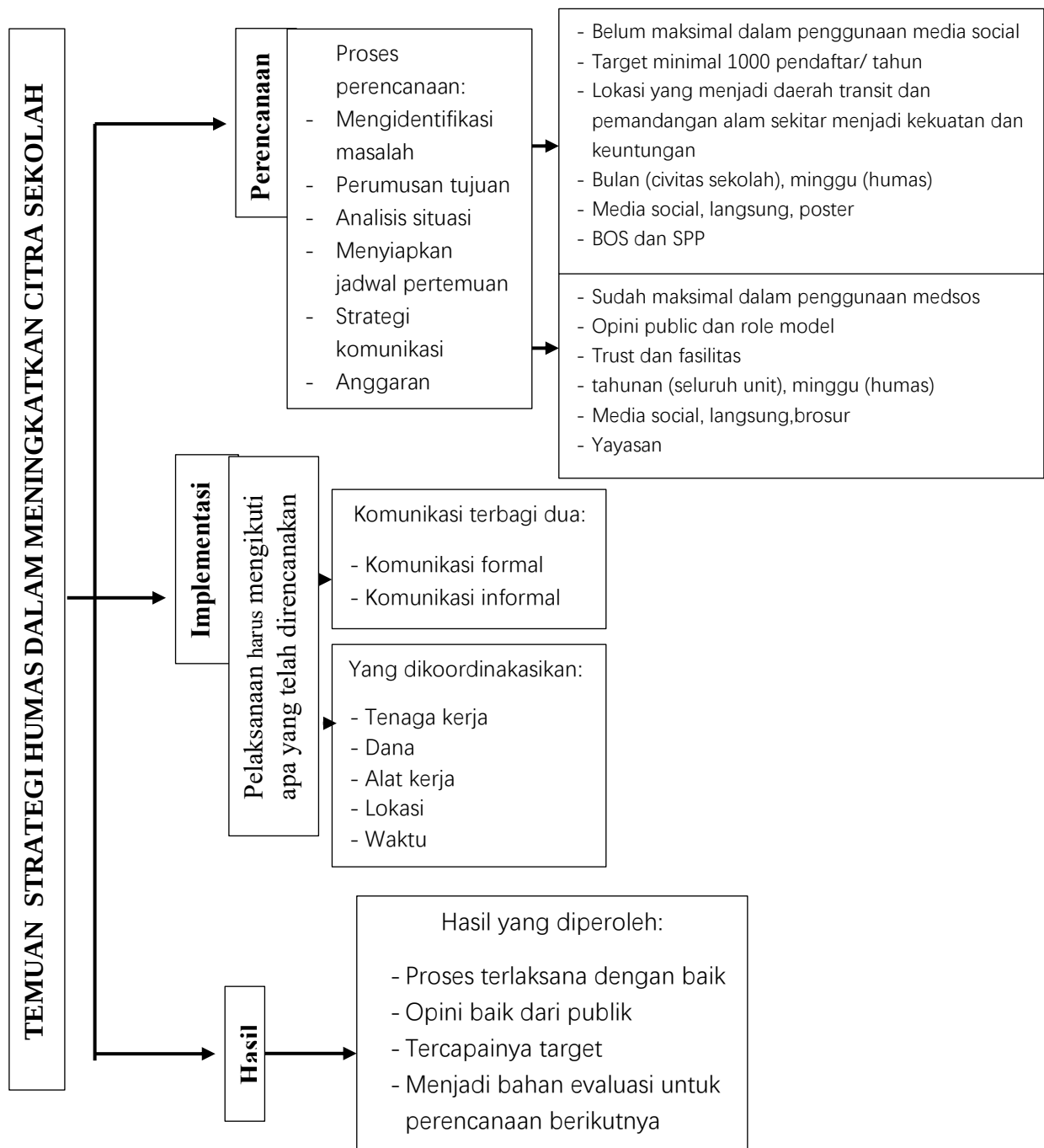
Berdasarkan hasil temuan penelitian pada kedua lembaga, di Lokasi penelitian pertama, oleh humasnya dirasakan beberapa hasil dari proses-proses yang dilaksanakan sebelumnya yaitu adanya peningkatan penggunaan website sekolah, penyebaran informasi secara online yang lebih baik, dokumentasi kegiatan yang tertata dan di *handle* sendiri oleh humas, mengadakan dan ikut serta dalam kegiatan sosial dan dapat menjalin hubungan baik dengan *stakeholder*, dan dapat memenuhi harapan public serta meraih berbagai prestasi yang membanggakan.

Pada hasil temuan di lokasi penelitian kedua, humas dapat menjaga opini public, menjadi *role model* bagi sekolah di sekitarnya, mendapat kepercayaan wali santri dengan fasilitas yang diberikan, meraih minat peserta didik dengan kenaikan peminat terbanyak tahun ini yaitu 880 pendaftar serta erolehan

¹¹⁶ Sri Minarti, Manajemen Sekolah, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), Hal. 307

prestasi yang membanggakan. Dari hasil ini, yang nantinya dapat membantu dalam proses evaluasi dan perencanaan yang akan datang.

Bagan Hasil Pembahasan



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data terkait Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu, maka dapat disimpulkan dari masing-masing fokus penelitian sebagai berikut:

1. Perencanaan pada SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu yang mana An-Nur berfokus pada target pendaftar tiap tahunnya dan pengoptimalan penggunaan media sosial sedangkan Al Izzah yang berfokus pada pengupgrade-an fasilitas dan menjaga trus yang telah diberikan oleh wali santri, menerapkan metode komunikasi yang beragam agar penyampaian informasi lebih tersebar agar dapat memberikan impact untuk meningkatkan citra positif melalui perencanaan yang matang, pemanfaatan media sosial, dan komunikasi meskipun menghadapi tantangan tertentu.
2. Implementasi humas di SMP An-Nur II dan SMP Al-Izzah melibatkan koordinasi yang baik terkait tenaga kerja, dana, alat, lokasi, dan waktu. Kedua sekolah memiliki pembagian tugas yang jelas dalam tim humas dan memanfaatkan dana yang telah diberikan. Metode komunikasi yang digunakan meliputi komunikasi formal dan informal, dengan pemanfaatan berbagai media seperti media sosial, lalu penggunaan

komunikasi langsung, email, telepon/WhatsApp, serta media cetak seperti spanduk dan brosur. Selain itu, kedua sekolah juga memanfaatkan alumni sebagai sarana untuk menyebarkan informasi.

3. Hasil dari strategi yang digunakan, pada SMP An-Nur II Bululawang mengalami peningkatan penggunaan website sekolah sebagai sarana penyebaran informasi secara online, dokumentasi kegiatan yang lebih tertata, dan dikelola langsung oleh humas. Selain itu, humas juga aktif menghadiri kegiatan sosial untuk menjalin hubungan baik dengan mitra, serta mampu memenuhi harapan publik dan masyarakat serta menorehkan berbagai prestasi yang membanggakan, sedangkan pada SMP Al-Izzah Kota Batu berhasil menjaga opini publik dan menjadi *role model* di bidang Pendidikan di lingkungannya, serta memperoleh kepercayaan dari wali santri berkat fasilitas yang diberikan. Kepercayaan juga didapat dari Dinas Pendidikan Kota Batu yang menyerahkan pelaksanaan kegiatan MKKS kepada sekolah ini dan memperoleh berbagai prestasi yang membanggakan.

B. Saran

1. Penulis

Karya tulis ini masih banyak kekurangan, baik pada data yang diperoleh, maupun pada kepenulisan yang masih sangat terbilang kurang. Untuk kedepan semoga penulis lebih menguasai cara penulisan karyanya.

2. Peneliti Selanjutnya

Dapat melakukan kajian yang lebih mendalam dan komprehensif yang berkaitan tentang tema strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah agar mampu mengembangkan maupun menemukan hal baru pada penelitian nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, S. I. (2020). *Hubungan Karakteristik Santri, Mutu Makanan, dan Daya Terima Konsumsi Santri di SMA Al Izzah International Islamic Boarding School Kota Batu. Jurnal IAGIKMI & Universitas Airlangga.*
- Amirin, T. M., dkk. (2011). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditia Media.
- Arikunto, S., & Yuliana, L. (2009). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditia Media.
- Effendy, O. U. (2006). *Humas: Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Elyus, D. S., dkk. (2021). *Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi Covid-19. Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 9(2).
- Farikhah, S. (2015). *Manajemen Lembaga Pendidikan*. Yogyakarta: Aswaja Perssindo.
- Fattah, N. (2011). *Landasan Pengelolaan Sumber Daya Pendidikan*. Bandung: Rosda Karya.
- Gunawan, I. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hanum, F. (2019). *Membangun Citra Madrasah Melalui Program Kelas Unggulan di MTSN 2 Bandar Lampung. Jurnal Edukasi: Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, 14(3).
- Indiroko, E. (2015). *Membangun Citra Publik dalam Lembaga Pendidikan Islam. Jurnal Universum*, 9(2).
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik Praktis untuk Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kruckeberg, D. The Future of PR Education: Some Recommendations. *Journal of Public Relations Review*, 24(2), 235-248.
- Listina, N. L. (2016). *Manajemen Hubungan Masyarakat di SMK Se Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman*. *Jurnal Hanata Widya*, 5(8).
- Maimun, A. (2020). *Penelitian Studi Kasus Bidang Pendidikan Islam*. Malang: UIN Maliki Press.
- Minarti, S. (2016). *Manajemen Sekolah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mukarom, Z., & Laksana, M. W. (2015). *Manajemen Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mulyasa. (2005). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, A. (2010). *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Nurdin, A., dkk. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: Mitra Media Nusantara.
- Onong Uchjana Effendy. (2006). *Humas: Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchjana. (1992). *Hubungan Masyarakat*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pidarta, M. (2001). *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: Aksara.
- Robbins, S. (2003). *Organizational Behavior*. Mexico: Prentice Hall.

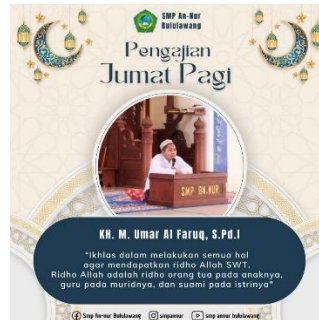
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*. Malang: Pascasarjana UIN Malang.
- Riza Rizkiyah, dkk. (2020). *Strategi Membangun Sekolah Branding dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 7, Umsida.
- Setyanto, Y., dkk. (2017). *Branding yang Dilakukan oleh Humas di Perguruan Tinggi Swasta*. *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni Muara*, 1(1).
- Slameto. (1988). *Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Sutikno, M. S. (2012). *Manajer Pendidikan: Langkah Praktis Mewujudkan Institusi Pendidikan yang Unggul*. Lombok: Holistica.
- Supriyati. (2012). *Metodologi Penelitian Komputerisasi Akuntansi*. Bandung: LABKAT.
- Suharsimi Arikunto. (2016). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditia Media.
- Suharsimi Arikunto, & Lea Yuliana. (2009). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditia Media.
- Syahida Ilma Amalia. (2020). *Hubungan Karakteristik Santri, Mutu Makanan, dan Daya Terima Konsumsi Santri di SMA Al Izzah International Islamic Boarding School Kota Batu*. *Jurnal IAGIKMI & Universitas Airlangga*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Terry, G. R. (2006). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wibowo, A. E. (2018). *Strategi Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan MAN 2 Ponorogo* (Tesis). Ponorogo: Pascasarjana IAIN Ponorogo.
- Wijaya, D. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Zainal Mukarom, Muhibudin Wijaya Laksana. (2015). *Manajemen Public Relation*. Bandung: Pustaka Setia.

A. M. Humberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode Metode Baru*. Diterjemahkan Oleh T.R. Rohidi. (Jakarta: Universitas Indonesia)

LAMPIRAN

SMP AN-NUR II BULULAWANG:





SMP AL-IZZAH KOTA BATU:



Certificate of Registration





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

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

Nomor : B-1950/Ps/TL.00/05/2024

21 Mei 2024

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Bapak / Ibu

Kepala SMP An-Nur II Pondok Pesantren Wisata Al-Murtadlo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama	: Kuntum Khaira Ummah
NIM	: 220106210005
Program Studi	: Magister Manajemen Pendidikan Islam
Dosen Pembimbing	: 1. Dr. H. Imam Muslimin, M.Ag 2. Abdul Aziz, M. Ed., Ph.D.
Judul Penelitian	: Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Pondok Pesantren Wisata Al-Murtadlo Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,



Wahidmurni



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : jsxPRz



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

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

Nomor : B-1951/Ps/TL.00/05/2024

21 Mei 2024

Lampiran : -

Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Bapak / Ibu
Kepala SMP Al-Izzah Kota Batu

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama	: Kuntum Khaira Ummah
NIM	: 220106210005
Program Studi	: Magister Manajemen Pendidikan Islam
Dosen Pembimbing	: 1. Dr. H. Imam Muslimin, M.Ag 2. Abdul Aziz, M. Ed., Ph.D.
Judul Penelitian	: Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di SMP An-Nur II Pondok Pesantren Wisata Al-Murtadlo Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,



Wahidmurni



Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.

Token : **MBARsb**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Kuntum Khaira Ummah

NIM : 220106210005

TTL : Padang, 11 Februari 2001

Alamat : Jl. Andalas Gang Puskesmas no. 70 T Kelurahan Andalas,
Kecamatan Padang Timur, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat

Email : ummahkuntumkhaira269@gmail.com

No. Telp 082264246103

Pendidikan Formal

2007-2013	: SD N 12 Padang Besi
2013-2016	: MTs N Model Padang
2016-2019	: MA N 2 Kota Padang
2019-2023	: MPI - S1 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2022-2024	: MPI - S2 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (lolos dengan jalur <i>fast track</i>)

Pendidikan Non Formal

2015-2016	: Ganesha Operation (GO)
2018-2019	: Primagama
2019-2020	: Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman

2018-2019	Wakil Ketua Ekstra Kurikuler Tari MAN 2 Padang
2020-2021	Bendahara Umum UKM Jhepret Club Fotografi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2021-2022	Divisi Kependidikan UKM Jhepret Club Fotografi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

2022	Magang – Staff Divisi SMP di Dinas Pendidikan Kota Batu
2022	Magang – Staff di TU MTs 04 Wonorejo Pasuruan
2023	Narasumber Seminar dan Pelatihan di MTs NU Futuhiyyah Donomulyo dengan tema “Penggunaan Google Drive sebagai Media Pengarsipan Data di Era Digitalisasi” dibawah naungan PC LP Ma’arif NU Kab. Malang
2023-sekarang	Owner dan Content Creator dari akun Instagram AnA Galery