

Strategi Humas Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019

Ilham Nur Kholiq¹, Muhammad Shiroton Khoiri²

e-mail: choliq89@gmail.com¹, muhammadkhoiri999@gmail.com²

Prodi Manajemen Pendidikan Islam

Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi

Abstract

The focus of this research is the strategy used by WKS. Public Relations SMK Darussalam to attract participation and provide understanding to the public that SMK Darussalam Blokagung in the current era of globalization. This research approach uses qualitative and descriptive types. Data collection techniques using a) observation, b) interview, c) documentation. While the analysis of the data used by researchers is 1) Data collection, 2) Data reduction, 3) Presentation of data, 4) Withdrawal of Conclusions / Verification, For the validity of the data using source data collection. The conclusion of this study is based on the results of the analysis of the findings in the field that 1) Promotion strategies carried out by WKS. public relations SMK Darussalam by distributing brochures, banners, then publications and socialization to the public, 2) WKS. Humans and its team have carried out their task quite effectively by evaluating activities that have not yet been carried out how the future solutions so that SMK Darussalam Blokagung can be better known by the public, 3) Factors that support the program activities include the establishment of harmonious communication between internal parties (all school members) with external parties (public or community) on the other hand the factors that hampered the promotion process of SMK Darussalam institutions include the lack of budget funds needed in the process of promoting institutions, human resources (HR) who are still young so there is still lack of experience.

Keywords: Strategy, Public Relations, Promotion of Educational Institutions

Abstrak

Fokus penelitian ini adalah strategi yang digunakan oleh Waka Humas SMK Darussalam agar dapat menarik partisipasi dan memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa SMK Darussalam Blokagung di era globalisasi sekarang. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dan jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan a) observasi, b) interview, c) dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah 1) Pengumpulan data, 2) Reduksi data, 3) Penyajian data, 4) Penarikan Kesimpulan/Verifikasi, Untuk Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Kesimpulan penelitian ini berdasarkan hasil analisis dari temuan dilapangan bahwa: 1) Strategi promosi yang dilakukan Waka humas SMK Darussalam dengan cara menyebarkan brosur, banner, kemudian publikasi dan sosialisasi kepada publik, 2) Waka Humas beserta timnya sudah menjalankan tugasnya cukup efektif dengan mengevaluasi kegiatan yang belum terlaksana bagaimana solusi kedepannya agar SMK Darussalam Blokagung bisa lebih dikenal oleh public, 3) Faktor yang mendukung program kegiatan diantaranya terjalannya komunikasi yang harmonis antara pihak internal (seluruh warga sekolah) dengan pihak eksternal (publik atau masyarakat) sebaliknya faktor yang menghambat dalam proses promosi lembaga SMK Darussalam diantaranya kurangnya anggaran dana yang dibutuhkan dalam proses promosi lembaga, sumber daya manusia (SDM) yang masih muda sehingga masih minim pengalaman.

Kata Kunci: Strategi, Humas, Promosi Lembaga Pendidikan

A. Pendahuluan

Cita-cita dan tujuan mencerdaskan kehidupan bangsa membutuhkan instrument berupa lembaga pendidikan formal. Lembaga pendidikan mulai dari jenjang pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi memiliki peran utama dalam mewujudkan cita-cita bangsa karena lembaga-lembaga pendidikan merupakan tempat berlangsungnya proses pendidikan untuk menciptakan sumber daya manusia unggul (Soemarsono, 2018:2). Dengan demikian sekolah seharusnya menjalin kerjasama dengan lingkungannya, hal ini dilakukan agar sekolah bisa tetap eksis dan bertahan di tengah masyarakat yang selalu membutuhkan pendidikan yang berkualitas dan lulusan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Melihat hal tersebut maka dibutuhkan sebuah sistem komunikasi yang dapat menjadi penghubung antara sekolah dengan masyarakat. Komunikasi antara organisasi dan masyarakat ini dapat diwujudkan dengan menjalin hubungan harmonis antar keduanya melalui perantara praktisi humas.

Praktisi humas yang bekerja pada lembaga pendidikan seperti sekolah mempunyai tugas utama, yaitu membantu terciptanya komunikasi yang baik antara guru dengan orang tua murid. Peran orang tua untuk turut membantu proses pendidikan murid di sekolah masih cukup besar. Pada pendidikan tingkat ini orang tua tidak dapat lepas tangan dan menyerahkan tanggung jawab pendidikan anak-anak mereka sepenuhnya kepada sekolah. Praktisi humas pada lembaga pendidikan bertugas memfasilitasi komunikasi antara guru dan orang tua murid. Tugas lain yang tidak kalah penting bagi praktisi humas di sekolah adalah membina hubungan baik dengan dewan sekolah, lembaga atau instansi pemerintah dan media masa. Partisipasi masyarakat secara umum merupakan keikutsertaan masyarakat dalam berbagai program yang direalisasikan dalam berbagai aspek. Partisipasi masyarakat dalam pendidikan adalah aktivitas yang dilakukan oleh sekelompok orang dalam bidang pendidikan dengan tujuan untuk memajukan pendidikan dengan cara-cara tertentu.

Partisipasi masyarakat dalam pendidikan dapat terwujud dalam berbagai pendekatan dan bentuk sesuai kondisi budaya masyarakat itu sendiri. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 Pasal (1) tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan dinyatakan bahwa peran serta

masyarakat dalam pendidikan meliputi, peran serta perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan. Dimana masyarakat menjadi sumber, pelaksana, dan pengguna hasil pendidikan. Dengan demikian partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan khususnya sekolah menengah kejuruan merupakan hal yang sangat diperlukan dalam rangka mencapai tujuan pendidikan. Partisipasi masyarakat dalam keseluruhan proses diharapkan masyarakat merasa memiliki dan bertanggung jawab atas keterlaksanaannya penyelenggaraan pendidikan.

Pentingnya pendidikan menjadikan kerjasama sekolah dengan masyarakat sebagai kebutuhan dasar. Kerjasama tersebut ditujukan demi kelancaran pendidikan di sekolah pada umumnya dan untuk meningkatkan prestasi belajar siswa pada khususnya. Hubungan masyarakat yang efektif memerlukan pengetahuan yang didasarkan pada analisis dan pemahaman situasi masyarakat, melalui faktor yang mempengaruhi persepsi dan sikap masyarakat terhadap organisasi. Hal ini bertujuan supaya menciptakan citra lembaga di mata masyarakat. Ketika lembaga pendidikan tidak lagi mendapatkan kesan baik di masyarakat, maka humas menjadi bagian yang penting dan bertanggung jawab atas kondisi tersebut.

Hubungan sekolah dengan masyarakat sangat mempengaruhi kepercayaan publik terhadap suatu lembaga. Humas dalam suatu lembaga pendidikan merupakan rangkaian pengelolaan yang berkaitan dengan kegiatan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dimaksudkan untuk menunjang proses belajar mengajar di lembaga pendidikan bersangkutan. Sehingga, dapat meningkatkan mutu pembelajaran. Selain itu hubungan masyarakat dan minat peserta didik baru menjadi kebutuhan bersama untuk meningkatkan kualitas sekolah dan terjalannya komunikasi antara sekolah, peserta didik baru, dan masyarakat. Program sekolah dan kegiatan sekolah yang saling berkaitan memerlukan dukungan dari peran serta orang tua siswa dan masyarakat untuk mencapai tujuan kegiatan sekolah.

Perkembangan persaingan antara sekolah pada saat ini sangat terbuka, kualitas yang dimiliki setiap lembaga pendidikan dibutuhkan untuk

mengembangkan segala hal agar sekolah memiliki kualitas nilai yang tinggi. Lembaga pendidikan wajib untuk bisa membaca sebuah situasi nyata dan jelas di setiap waktu dan suasana. Selain itu sekolah juga harus menjalin kerjasama yang baik dengan masyarakat agar minat peserta didik untuk belajar disekolah menjadi lebih tinggi. Untuk menarik minat peserta didik baru suatu lembaga harus memerlukan berbagai strategi untuk menarik minat peserta didik baru, salah satunya yaitu melakukan pemasaran sekolah. Selain itu, tujuan humas adalah untuk menciptakan dan mengembangkan persepsi masyarakat terhadap perkembangan sebuah lembaga pendidikan, yang kaitannya langsung maupun tidak langsung memiliki pengaruh yang signifikan bagi perkembangan sebuah lembaga pendidikan. Untuk mewujudkan hal tersebut tentunya diperlukan langkah-langkah yang kreatif dan inovatif.

Promosi lembaga pendidikan merupakan langkah yang dapat ditempuh dalam menjalin kerjasama antara lembaga pendidikan dan masyarakat (*public*) sehingga perkembangan sebuah lembaga pendidikan dapat diketahui oleh masyarakat sebagai konsumennya. Promosi yang dimaksud ialah langkah-langkah yang dilakukan oleh sekolah untuk memperkenalkan atau memberikan persepsi positif kepada masyarakat terhadap sebuah lembaga pendidikan. Meskipun kata promosi lebih dikenal dalam dunia usaha atau pemasaran, namun makna yang dimaksud adalah bagaimana lembaga pendidikan mengelola hubungan baik antara sekolah sebagai lembaga pendidikan dengan masyarakat serta persepsi-persepsi tentang lembaga pendidikan, baik secara internal maupun eksternal.

Oleh sebab itu, untuk mendukung promosi tersebut sebuah lembaga pendidikan memerlukan strategi atau langkah-langkah yang mendasar untuk mencapai tujuan akhir. Setiap organisasi atau institusi baik yang bersifat mencari keuntungan atau tidak mencari keuntungan pasti mempunyai tujuan akhir. Dalam mencapai tujuan, sebuah lembaga pendidikan tentu mengerahkan semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki serta memetakan kekuatan yang dimiliki dengan memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang ada. Dengan demikian strategi dalam mendukung promosi lembaga pendidikan merupakan salah satu metode yang dapat ditempuh dalam melakukan hubungan antara

sekolah dengan masyarakat. Selain itu, dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa sekolah merupakan sebuah lembaga pendidikan yang berkompeten dalam menjawab setiap perubahan zaman di era sekarang. Untuk itu tugas humas sebagai bagian dari lembaga pendidikan untuk melakukan komunikasi dan pemberian pemahaman pada masyarakat yang ditempuh dengan promosi lembaga pendidikan. Maka promosi sekolah sangat penting dilakukan oleh sebuah lembaga pendidikan. Dengan begitu masyarakat dapat memahami dan mengetahui perkembangan dari lembaga pendidikan yang terdapat disekitarnya. Mengingat masyarakat adalah sebagai konsumen yang sangat integral dalam dunia pendidikan.

SMK Darussalam Blokagung merupakan salah satu lembaga swasta yang cukup diminati masyarakat dan memiliki guru-guru yang professional yang sesuai dengan disiplin ilmunya masing-masing. Sekolah ini merupakan sekolah swasta yang setiap tahun ajaran baru menerima +300 siswa baru. Berlokasi di Kabupaten Banyuwangi bagian selatan Kecamatan Tegalsari, sekolah ini tetap mampu mendapatkan minat konsumen ditengah ketatnya persaingan antar lembaga pendidikan yang ada di sekitarnya. Meskipun begitu lembaga SMK Darussalam Blokagung juga memiliki berbagai kendala kitannya dalam promosi sekolah agar menarik minat calon peserta didik dan masyarakat.

Hal tersebut peneliti temukan berdasarkan pada observasi awal diantaranya ada beberapa permasalahan antara lain, belum maksimalnya penggunaan media komunikasi dalam kegiatan promosi, terbatasnya ruang gerak atau tanggung jawab yang dibebankan kepada praktisi humas, kurangnya anggaran dana untuk melakukan kegiatan promosi, mayoritas sumber daya manusia yang masih tergolong muda dan minim dalam pengalaman. Mengingat keberadaan Humas di sekolah sangat berperan aktif dalam meningkatkan minat peserta didik baru yaitu dengan mempromosikan sekolah. Menurut praktisi Humas Bapak Ahmad Sangiudin, S.E. di lembaga SMK Darussalam Blokagung mengatakan bahwa, untuk menguatkan lembaganya agar memiliki citra bagus di masyarakat maka, dari pihak lembaga SMK Darussalam berusaha menjalin kerjasama dengan pihak internal yaitu semua guru beserta karyawan sekolah dan dari pihak eksternal yaitu publik atau masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah penelitian. Bagian ini mencantumkan semua rumusan masalah yang diberikan jawabannya melalui proses penelitian. Adapun fokus peneliti dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Humas Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019?
2. Bagaimana Evaluasi Humas dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019?
3. Apa Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Strategi Humas Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019
2. Untuk mengetahui Evaluasi Humas dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019
3. Untuk mengetahui faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019.

D. Kajian Pustaka

1. Humas dalam Lembaga Pendidikan

Setiap organisasi atau perusahaan, apa pun jenisnya, membutuhkan fungsi humas. Kegiatan kehumasan dapat dilaksanakan dalam berbagai situasi (*setting*). Walaupun prinsip-prinsip humas berlaku untuk seluruh jenis organisasi atau perusahaan, namun pekerjaan atau tugas praktisi humas dapat bervariasi tergantung pada situasi yaitu jenis organisasi atau perusahaan di mana praktisi humas bekerja. Dalam hal ini organisasi atau perusahaan terbagi atas dua jenis dilihat dari tujuan organisasi atau perusahaan bersangkutan yaitu, organisasi profit dan organisasi nonprofit (Morissan

(2014: 85). Praktisi humas yang bekerja pada lembaga pendidikan seperti sekolah mempunyai tugas utama, yaitu membantu terciptanya komunikasi yang baik antara guru dengan orang tua murid. Tugas lain yang tidak kalah penting bagi praktisi humas di sekolah adalah membina hubungan baik dengan dewan sekolah, lembaga atau instansi pemerintah dan media massa (Morissan 2014: 88).

2. Pengertian Strategi

Jauch dan Glauck dalam Soemarsono (2018: 37) Strategi adalah langkah yang mendasar untuk mencapai tujuan akhir. Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat. Setiap organisasi ataupun institusi baik yang bersifat mencari keuntungan ataupun tidak mencari keuntungan pasti mempunyai tujuan akhir. Dalam mencapai tujuan, organisasi perusahaan atau institusi tentu mengerahkan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki serta memetakan kekuatan yang dimiliki dengan memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang ada. Chandler dalam Soemarsono (2018: 37) menyebutkan bahwa 'strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut'.

Soemarsono (2018: 37) mendefinisikan Strategi merupakan rencana yang menyeluruh dengan memberdayakan dan mengalokasikan semua sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan jangka panjang suatu organisasi perusahaan atau institusi. Namun demikian strategi dapat berhasil dengan baik apabila di pahami pada konsep-konsep lain yang berkaitan. Konsep-konsep tersebut terdiri dari:

- a. Aspek *Distinctive Competence*, yaitu: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan, lembaga atau institusi yang memiliki kelebihan kekuatan dan kebaikan yang tidak mudah ditiru oleh

perusahaan atau lembaga dan institusi lain dikatakan bahwa lembaga itu memiliki *distinctive competence*. Identifikasi *distinctive competence* dalam suatu lembaga dapat dilihat dari adanya:

- 1) Keahlian tenaga kerja
- 2) Kemampuan sumber daya

Dua faktor ini merupakan potensi yang sangat penting dan sangat menentukan dalam menjadikan suatu lembaga atau perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi timbul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif daripada perusahaan atau lembaga yang menjadi pesaing. Keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya juga menentukan dalam hal riset pemasaran. Dengan memiliki kemampuan melakukan riset pasar yang lebih baik, dapat diketahui secara tepat semua keinginan konsumen sehingga dapat menyusun strategi-strategi pemasaran yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

- b. *Competitive Advantage*, yaitu: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Strategi untuk mencapai keunggulan ini ada 3 hal yang harus dilakukan yaitu: *last leadership*, diferensiasi dan fokus.

Langkah utama dalam menyusun strategi adalah dengan melakukan identifikasi terhadap semua faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan serta melakukan analisis, salah satu diantaranya adalah analisis SWOT (Soemarsono, 2018: 39). Rangkuti dalam Soemarsono (2018: 39) mengatakan bahwa “analisis *SWOT* adalah identifikasi lembaga faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (*strategic pleanner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, dan ancaman). Hal ini

disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah *SWOT*".

3. Pengertian Humas (*Public Relation*)

Diranah akademik pengertian *public relations* paling banyak merujuk pada pendapat Harlow. Dia menyebutkan ada 472 buah definisi *public relations* yang muncul sepanjang tahun 1900 hingga 1976. Setelah menginventarisasi ratusan definisi tersebut, pada akhirnya Harlow membuat sintesis dari berbagai definisi yang pernah ada.

Harlow dalam Suwatno (2018: 3) mensintesis hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang khas yang membantu dalam membangun dan memelihara hubungan mutualistik dari komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan publik; melibatkan manajemen masalah atau isu; membantu manajemen untuk terus memperoleh informasi dan responsif terhadap opini publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk terus mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; berfungsi sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi tren; serta memanfaatkan penelitian dan teknik komunikasi etis sebagai alat utamanya.

Apabila definisi Harlow termasuk yang paling panjang dan lengkap, maka definisi dari J.E Grunig dan T. Hunt dalam Suwatno (2018: 3) termasuk yang terpendek tetapi paling sering dikutip oleh para sarjana di bidang ini. Mereka berpendapat bahwa '*the management of communication between an organization and its public*' (manajemen komunikasi antara organisasi dan publik).

Jika kita cermati secara tekstual, ada empat kata kunci dalam definisi Guring dan Hunt tersebut, yakni sebagai berikut:

- a. Manajemen, yakni pengetahuan tentang bagaimana cara yang terbaik dalam mengoordinasikan semua aktivitas perusahaan untuk mencapai efektivitas.

- b. Komunikasi, yakni tidak hanya berupa pengiriman pesan kepada penerima (*receiver*), tapi juga berupa pemahaman pesan dari orang lain melalui tindakan mendengar dan kegiatan dialog.
- c. Organisasi, yakni kelompok yang diorganisasikan dengan tujuan bersama, biasanya berupa organisasi bisnis, perusahaan, agensi pemerintah atau lembaga nirlaba.
- d. Publik-publik, yakni kelompok orang-orang yang eksis bersama karena adanya kepentingan yang sama.

Konsep komunikasi terdapat pada QS. An-Nahl ayat 125 sebagaimana berikut:

أَدْعُوا إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ
رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya:

Seluruh (manusia) kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan berbahasalah mereka dengan cara yang baik, sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (QS. An-Nahl: 125).

Ayat tersebut menganjurkan untuk berkomunikasi dengan bahasa baik, cara baik dan kualitas baik pula, niscaya orang yang mendapat informasi akan mempunyai anggapan baik dan mengikuti dengan adanya ajakan (Maskur, 2018: 16).

Dikuatkan juga Firman Allah dalam QS. Ali-Imron ayat 112 (Depag RI, 1989: 847):

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الدَّلِيلَةُ أَنِمْآتُقِفُوا إِلَّا بِحَبْلٍ مِّنَ اللّٰهِ وَحَبْلٍ مِّنَ النَّاسِ...

Artinya:

Dilimpahkan atas manusia kehinaan kesengsaraan di mana saja mereka berada, kecuali ia selalu mengadakan hubungan dengan Allah dan dengan manusia... (QS. Ali-Imron:112)

Ayat tersebut menjelaskan sangat pentingnya hubungan kepada Allah dan kepada manusia, jika tidak menjalankan hal tersebut, maka dilimpahkan kehinaan. Hubungan masyarakat begitu pentingnya bagi kehidupan manusia, dan dikembangkan pada institusi sosial maupun pendidikan.

Adanya humas diharapkan sebagai mediasi untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang timbul dalam masyarakat melalui pendekatan sosiologis dan ajakan komunikatif, sehingga menghasilkan (1) saling mengerti; (2) adanya kepekatan; (3) saling memberi manfaat bersama. Dalam konsep islam antar individu maupun lembaga dapat berbentuk ukhwh Islamiyah yang dapat terwujud dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) ta'aruf (saling mengenal), yaitu melaksanakan proses saling mengenal secara fisik, pemikiran, dan kejiwaan baik secara langsung maupun tidak langsung; (2) tafahum (saling memahami), yaitu melaksanakan proses saling memahami dengan menyatukan hati, menyatukan pemikiran, dan menyatukan amal; (3) tarahum (saling mengasihi), yaitu melaksanakan proses saling mengasihi, baik secara lahir, batin, maupun pikiran; (4) takaful (saling menanggung), yaitu melaksanakan proses saling menanggung setelah terjadinya proses ta'awun dalam bentuk hati saling menyatu dan saling percaya (Maskur, 2018: 17).

4. Strategi Humas di Lembaga Pendidikan

Menurut Ruslan dalam Nasution (2010: 28) Strategi humas dalam hal ini adalah suatu alternatif optimal yang dipilih untuk melaksanakan atau ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas. Guna mengokohkan atau mendapat dukungan dari pimpinan agar strategi operasional humas mengenai sasaran dalam suatu tujuan lembaga pendidikan, tentu kegiatan humas secara operasional seharusnya berada di posisi yang sedekat mungkin dengan pimpinan lembaga pendidikan. Nasution (2010: 29) Strategi yang harus diupayakan para praktisi humas di lembaga pendidikan, diperlukan beberapa pendekatan agar strategi tersebut bisa berjalan dengan lancar, yakni pendekatan kemasyarakatan, pendekatan persuasif, sosial, kerjasama yang harmonis, dan koordinasi. "Berkaitan dengan langkah-

langkah pokok dari berbagai aspek pendekatan dan strategi komunikasi humas ... dapat ditarik suatu pengertian yang mencakup peranan humas dari berbagai kegiatan di lapangan adalah menginformasikan, menerangkan, menyarankan, membujuk atau mempengaruhi, mengundang dan meyakinkan” (Nasution, 2010: 30).

5. Promosi Lembaga Pendidikan

Promosi pendidikan adalah kegiatan memperkenalkan, menawarkan mutu, visi dan misi serta tujuan suatu lembaga pendidikan kepada masyarakat sebagai konsumennya. Dengan tujuan menarik minat masyarakat berpartisipasi aktif dalam sekolah tersebut (Kartini, 2018: 44). John R Siber dalam Kartini (2018: 44) menyatakan bahwa, “etika marketing dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh”. Menurut Alma dalam Kartini promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran tentang lembaga pendidikan yang bersangkutan (2018: 45).

Lockhart dalam Kartini menjelaskan promosi pendidikan meliputi aktivitas dan materi yang digunakan sekolah untuk menjangkau khalayak sekolah, membangun lingkungan internal sekolah yang peduli, serta menciptakan kesadaran dari upaya sekolah untuk memenuhi keinginan dan harapan masyarakat. Hal ini disebabkan pendidikan lebih bersifat kompleks yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, dan hasil pendidikannya mengacu kedepan, membina kehidupan warga negara dan generasi penerus bangsa di kemudian hari. Dapat dipahami bahwa promosi pendidikan adalah menawarkan dan memasarkan mutu layanan pendidikan kepada masyarakat luas, dengan penuh rasa tanggung jawab sehingga menghasilkan generasi penerus masa depan (2018: 45).

E. Metode Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Subjek Penelitian ini melibatkan beberapa informan kunci yang dipilih secara *purposive*, supaya yang bersangkutan mampu memberikan informasi yang beragam dan akurat

sesuai fokus penelitian. Ada tiga teknik utama yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian kualitatif yaitu, (1) observasi; (2) wawancara; dan (3) studi dokumentasi. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan peneliti untuk mengorganisasikan data, mengelompokkan menjadi satuan-satuan, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan data yang penting, dan memutuskan data temuan yang dapat dilaporkan kepada orang lain. Keabsahan Data dilakukan dengan mengecek atau menguji empat kriteria, yaitu (1) derajat kepercayaan atau kredibilitas (*credibility*), (2) keteralihan (*transferability*), (3) ketergantungan (*dependability*), dan (4) kepastian (*confirmability*). Dalam melihat kredibilitas data atau validitas internal data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan menggunakan cara *Triangulasi sumber*.

F. Hasil

1. Strategi Humas Dalam Mempromosikan Lembaga Pendidikan di SMK Darussalam Blokagung Tahun Pembelajaran 2018/2019

Secara umum tujuan pendidikan di SMK Darussalam Blokagung adalah menciptakan peserta didik agar bisa hidup mandiri. Mandiri bisa bekerjasama dengan orang lain atau sendiri. Pendidikan Kejuruan di SMK Darussalam Blokagung memiliki karakteristik yang berbeda dengan satuan pendidikan lainnya. Perbedaan tersebut dapat dikaji dari tujuan pendidikan, substansi pelajaran, tuntutan pendidikan dan lulusannya. Pendidikan Kejuruan di SMK Darussalam Blokagung bertujuan untuk meningkatkan kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia, serta ketrampilan peserta didik untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut sesuai dengan program kejuruannya. Dari tujuan pendidikan Kejuruan SMK Darussalam Blokagung tersebut terkandung makna bahwa pendidikan kejuruan disamping menyiapkan tenaga kerja yang professional juga mempersiapkan peserta didik untuk dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi sesuai dengan program kejuruan atau bidang keahlian.

Strategi merupakan langkah-langkah yang mendasar untuk mencapai tujuan akhir. Setiap lembaga ataupun institusi yang bersifat mencari keuntungan ataupun tidak pasti mempunyai tujuan akhir. Dalam mencapai tujuan, lembaga atau institusi tentu mengerahkan semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki serta memetakan kekuatan yang dimiliki dengan memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang ada. Maka salah satu bentuk strategi humas dalam mempromosikan lembaga pendidikan yaitu menjalin kerjasama antara SMK Darussalam Blokagung dengan dunia usaha dan dunia industri atau disingkat (DUDI) yaitu adanya program kegiatan praktik kerja industri. Diawali dari proses perencanaan program kegiatan praktik kerja industri di SMK Darussalam Blokagung ini didasarkan pada kondisi hasil survey tim pokja yang terdiri dari ketua pokja prakerin, dan ketua program studi yang kemudian dimusyawahkan dalam bentuk rapat bersama untuk membahas dan menentukan hal-hal yang perlu dipersiapkan bagi siswa yang akan melaksanakan praktik kerja industri.

Untuk memaksimalkan proses pelaksanaan kegiatan praktik kerja industri di SMK Darussalam Blokagung membutuhkan proses perencanaan yang baik berdasarkan analisis kondisi yang konkrit berdasarkan mekanisme yang baik pula. Berdasarkan hasil penelitian wawancara dengan Waka Humas Bapak Ahmad Sangiudin di SMK Darussalam Blokagung mengenai kerjasama sekolah dengan dunia usaha dan dunia industri adalah:

“Proses perencanaan praktik kerja industri di mulai dengan rapat bersama antara Waka humas sebagai koordinator dan anggota pokja Prakerin yang terdiri dari ketua pokja prakerin, ketua program studi, dan guru pembimbing yang membahas persiapan program prakerin yang akan dilaksanakan sesuai kalender kurikulum dan pokja prakerin. Selanjutnya dalam pelaksanaan prakerin SMK Darussalam Blokagung hanya menggunakan waktu 1 bulan saja dengan dua periode dan setiap periode dua gelombang”.

Adapun keuntungan dari proses kerjasama antara pihak SMK Darussalam Blokagung dengan DUDI antara lain memperkenalkan siswa-

siswi kepada dunia kerja sebenarnya agar mempunyai penguasaan pengetahuan dan teknologi, ketrampilan bekerja, sikap mandiri, efektif dan efisien serta pentingnya keinginan sukses dalam kariernya. Disamping itu keuntungan lain yang diperoleh adalah dikenalnya Lembaga SMK Darussalam Blokagung di dunia kerja dunia industri atau disingkat DUDI serta khalayak atau masyarakat umum.

Berdasarkan hasil penelitian wawancara dengan Waka Humas Bapak Ahmad Sangiudin di SMK Darussalam Blokagung beliau juga menambahkan kerjasama sekolah dengan dunia usaha dan dunia industri bahwa:

“Proses rapat diawali dengan pemaparan hasil survey lokasi dan analisis SWOT dari tim pokja prakerin SMK Darussalam Blokagung yang terdiri dari Kepala Sekolah, Ketua pokja prakerin, dan Kaprodi jurusan serta Waka Kurikulum, Waka Humas dan Waka Sarana dan Prasarana untuk mengarahkan proses rapat dalam menentukan strategi-strategi yang akan dibuat dalam membuat suatu perencanaan yang lebih baik dan lebih terukur demi pencapaian tujuan yang maksimal dari apa yang direncanakan. Sehingga indikator perencanaan yang lebih baik akan terlihat dengan jelas dari segala aspek yang akan dilaksanakan. Memang keikutsertaan semua stakeholder dalam suatu perencanaan belum tentu akan menjamin proses perencanaan akan berjalan dengan baik, sebab perencanaan yang baik akan membantu pencapaian tujuan yang lebih baik”.

Dalam kaitannya dengan strategi lembaga untuk mempromosikan lembaga SMK Darussalam kepada masyarakat berdasarkan hasil penelitian wawancara dengan Bapak Kepala Sekolah Agus Priyadi,.M.T beliau menuturkan bahwa:

“Sosialisasi Visi dan Misi Sekolah kepada pihak internal atau warga sekolah merupakan hal yang urgen agar menumbuhkan kerjasama yang solid antara semua warga sekolah dalam mencapai target atau tujuan yang dikehendaki sekolah, sesuai dengan Visi dan Misi yang disepakati bersama. Lembaga SMK Darussalam Blokagung juga mempromosikan lembaga melalui website resmi sekolah, Selain itu masih ada kaitannya dengan promosi lembaga. SMK Darussalam Blokagung melakukan kegiatan santunan anak yatim yang telah dilakukan rutin setiap tahun, buka bersama setiap bulan Ramadhan serta pemberian beasiswa kepada peserta didik kurang mampu”.

Dengan melakukan sosialisasi tentang visi dan misi sekolah kepada warga sekolah, khususnya para staf dan karyawan SMK Darussalam diharapkan akan menumbuhkan semangat kepada para staf dan karyawan untuk mewujudkan target yang hendak dicapai tersebut.

2. Evaluasi Humas Dalam Mempromosikan Lembaga Pendidikan di SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019

Evaluasi berfungsi sebagai pengawas dan tindak lanjut dalam pengawasan pemimpin mengontrol kegiatan yang telah dilakukan atau sedang berjalan dalam mencapai kesempurnaan, sedangkan tindak lanjut adalah tindakan apa yang dilakukan setelah melaksanakan evaluasi, disini bisa dinilai misalnya kegiatan yang belum terlaksana bagaimana ke depannya, solusinya bagaimana akan dipecahkan bersama-sama komponen sekolah bukan hanya satu bidang unit saja. Dalam tindak lanjut ini biasa juga berupa hukuman atau reward atas kinerja bidang atau unit sekolah. Dengan adanya evaluasi, maka kegiatan dapat dilihat keberhasilannya. Dan kemudian dapat dilakukan perbaikan-perbaikan. Hal ini diperjelas oleh Kepala Sekolah SMK Darussalam Blokagung, beliau menyampaikan bahawa:

“Semua manajemen itu prosesnya adalah perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Humas bertanggung jawab kepada kepala sekolah. Seluruh program kerja humas, mengerucutnya adalah ke kepala sekolah. Jadi dalam hal apapun, ketika ada audit juga, kepala sekolah akan mengevaluasi program kerja humas”.

Evaluasi program humas di SMK Darussalam Blokagung dilakukan setiap selesai kegiatan. Sebagaimana penjelasan dari Bapak Ahmad Sangiudin, S.E selaku Waka Humas SMK Darussalam Blokagung sebagai berikut:

“Evaluasi program kerja humas itu sebenarnya kita lihat dari tiap kegiatan yang kita laksanakan. Jadi untuk kedepannya, bagaimana kegiatan akan selalu lebih baik. Jadi setiap pelaksanaan, langsung kita evaluasi. Kita adakan rapat bersama dengan penanggungjawab kegiatan. Di situ akan memberikan evaluasi pencapaian sejauh mana kegiatan itu dilaksanakan.

Kekurangannya apa, kelebihanannya apa, nanti akan kita jadikan bahan evaluasi, dan bahan evaluasi tersebut akan kita laksanakan dikemudian hari. Seperti misalnya tahun lalu lembaga kami ikut LKS (Lomba Ketrampilan Siswa) di Banyuwangi hingga pada akhirnya kita dapat meraih gelar Juara Nasional dalam ajang perlombaan tersebut. Dari situ kita adakan evaluasi tentang pencapaian mulai dari tingkat Kabupaten sampai tingkat Nasional. Disana kita amati, kegiatan yang berlangsung seperti apa, lombanya seperti apa. Maka dari pengalaman tersebut kita dapat pijakan untuk ke depannya kita harus seperti apa.”

Proses manajemen humas di SMK Darussalam Blokagung meliputi perencanaan yaitu humas merencanakan dan menyusun program kerja selama 1 tahun. Kemudian tahap pelaksanaan, humas melaksanakan program kerja yang telah tersusun dengan baik. Dalam pelaksanaannya, humas bekerjasama dengan semua organisasi di dalam sekolah. Kemudian dalam tahap evaluasinya humas melaksanakan evaluasi ringan setiap akhir kegiatannya. Juga terdapat evaluasi dalam kegiatan audit sekolah baik audit internal maupun audit eksternal.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019

Selain membuat strategi promosi dan evaluasi, target sasaran pemasaran lembaga pendidikan, juga diperlukan penentuan posisi atau keunggulan lembaga kepada masyarakat sehingga lembaga memiliki daya saing dengan lembaga lain dan memang patut dipilih. Lembaga yang unggul tanpa adanya komunikasi keluar tentang keunggulannya, maka tidak akan dikenal oleh masyarakat yang efeknya tidak akan diminati. Oleh sebab itu, maka setelah humas memilih dan menentukan target yang khusus, selanjutnya yaitu menentukan posisi keunggulan lembaga dalam pasar. Dalam menentukan posisi keunggulan, maka humas perlu memiliki strategi dalam membangun keunggulan itu sendiri baik melalui analisis internal, maupun analisis eksternal. Untuk membangun keunggulan akademik, maka masuk pada tugas khusus waka kurikulum dan divisi penjamin mutu SMK Darussalam Blokagung. Tetapi tentu saja dalam

membangun keunggulan perlu melakukan hubungan dengan pihak eksternal lembaga, maka disinilah tugas humas dalam membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak untuk menciptakan daya saing.

Adapun yang dilakukan humas SMK Darussalam Blokagung dalam membangun keunggulan dan daya saing sekolah dibenak masyarakat dan pelanggan pendidikannya adalah melalui komunikasi aktif humas dengan masyarakat. Komunikasi bisa dilakukan langsung dengan bertemu langsung melalui rapat pertemuan wali murid. Dalam pertemuan tersebut tentunya membahas program-program SMK Darussalam Blokagung baik yang sudah atau yang akan diselenggarakan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Waka Kurikulum Bapak Wendi sebagai berikut:

“... Kami juga membangun komunikasi langsung dengan wali murid dan komite melalui rapat, kami informasikan program-program kami sehingga masyarakat akan mengetahui informasi tentang SMK Darussalam dengan baik”.

Informasi tersebut juga sesuai dengan hasil wawancara peneliti dengan Waka Kesiswaan Bapak M. Izzatul Ulum beliau mengatatakan:

“Iya ada strategi baku seperti brosur, kemudian publikasi dan sosialisasi, kalender, banner, kemudian perlombaan, olimpiade, pertemuan wali murid dan komite, serta menjalin kerjasama dengan instansi-instansi seperti DUDI dan MOU. Kalau tambahan-tambahan yang lain kita sesuaikan dengan program sekolah”.

Lebih lanjut Waka Kesiswaan Bapak M. Izzatul Ulum memberikan keterangan bahawa:

“Keputusan setiap program yang akan dilakukan itu kami lakukan melalui rapat pimpinan, disitu kami bahas program-program waka-waka, seperti waka humas, waka kurikulum dan waka kesiswaan. Kalau rapat dengan masyarakat atau komite itu minimal kami adakan setiap bulan sekali, membahas program lembaga, keperluan lembaga. Terutama ini ketika praktek kerja industri (Prakerin) kami adakan rapat untuk membahas anggaran dana dan lokasi yang akan ditempati untuk praktek”.

Informasi tersebut diperkuat melalui hasil wawancara dengan Pembina Osis Bapak Fajar, beliau menuturkan:

“Iya, strategi bakunya meliputi acara Milad atau ulang tahun lembaga, bakti sosial, pentas seni Islami, sholawatan, rapat pertemuan wali murid. Untuk PPDB itu kami selalu ada brosur, banner, dan juga sosialisasi. Kami juga punya kerjasama dengan beberapa lembaga dalam MOU (Memorandum of Understanding) atau nota kesepahaman”.

Disamping itu Bapak Kepala Sekolah Agus Supriyadi juga menjelaskan beberapa faktor yang mendukung dalam proses promosi, beliau menjelaskan bahwa:

“Kami memiliki SDM guru dan karyawan sekolah yang memiliki motivasi kinerja yang tinggi dan rata-rata masih muda serta prestasi sekolah yang tinggi baik akademik atau non akademik. Ada juga faktor lain yang mendukung dalam kegiatan promosi lembaga, yaitu segala proses promosi ketika sudah sudah ikut bersama Yayasan Pondok Pesantren Darussalam Blokagung berjalan dengan mudah”.

Meskipun segala usaha telah dilakukan dalam kegiatan promosi lembaga, tetapi tidak semua kegiatan berjalan sesuai rencana. Ada beberapa faktor yang menghambat dalam kegiatan promosi lembaga SMK Darussalam diantaranya adalah seperti keterbatasan biaya atau anggaran, waktu dan tenaga.

G. Pembahasan

1. Strategi Humas Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu organisasi atau lembaga. Untuk merealisasikan tujuan tersebut lembaga SMK Darussalam Blokagung telah melakukan sebuah analisis yaitu SWOT yang pada akhirnya menghasilkan strategi-strategi sebagai berikut:

- a. Strategi mengoptimalkan pelayanan terhadap konsumen yaitu lembaga SMK Darussalam Blokagung berusaha memberikan kualitas pelayanan yang ramah, ketepatan waktu penyampaian, serta menggunakan sistem yang mudah dipahami para konsumen atau pelanggan yang berhubungan dengan publikasi atau sosialisasi lembaga SMK Darussalam Blokagung.
- b. Strategi meningkatkan pangsa pasar dengan membuka sistem pendaftaran online bagi calon peserta didik baru yaitu dengan menggunakan strategi sebagai berikut:
 - 1) Strategi hubungan masyarakat dalam pemetaan pasar (*segmentation*) untuk meningkatkan pemasaran di SMK Darussalam Blokagung yaitu meliputi langkah-langkah:
 - a) Dalam pemetaan sasaran promosi, publikasi maupun sosialisasi, humas SMK Darussalam Blokagung terlebih dahulu melakukan analisis pasar. Dalam analisis pasar, humas mempertimbangkan untuk menjangkau semua lembaga pendidikan baik MTs dan SMP, negeri maupun swasta.
 - b) Humas juga memprioritaskan lembaga atau masyarakat yang memiliki ketertarikan dengan SMK Darussalam Blokagung karena kepercayaan terhadap kualitas yang dimiliki oleh SMK Darussalam Blokagung. Hal ini dilihat humas dari banyaknya lulusan lembaga tersebut yang masuk di SMK Darussalam Blokagung.
 - 2) Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menentukan Target (*Targeting*) untuk Meningkatkan Pemasaran Lembaga Pendidikan di SMK Darussalam Blokagung setelah pemetaan pasar dilakukan dengan berbagai pertimbangan dan langkah-langkah yang matang, maka selanjutnya humas lembaga perlu menentukan lembaga-lembaga yang akan menjadi target pemasaran. Begitu juga yang dilakukan oleh humas SMK Darussalam Blokagung. Adapun di SMK Darussalam Blokagung, dasar pemilihan target yang dilakukan humas adalah:
 - a) Memilih target yang dapat menguntungkan lembaga dengan banyaknya lulusan yang masuk ke SMK Darussalam Blokagung. Adapun lembaga yang dipilih untuk disosialisasi secara langsung

- yaitu MTs Al-Amiriyah Darussalam dan SMP Plus Darussalam, yang mana kedua lembaga tersebut termasuk lembaga yang berada dibawah naungan yayasan Pondok Pesantren Darussalm Blokagung. Dasar pertimbangan humas adalah karena lokasi dari kedua lembaga tersebut baik MTs Al-Amiriyah dan SMP Plus Darussalam terletak di lokasi dan yayasan yang sama disamping itu dapat mengurangi anggaran biaya dalam mempromosikan lembaga SMK Darussalam Blokagung. Pertimbangan lainnya yaitu meninjau sistem PPDB SMK Darussalam Blokagung yang mana menjaring siswa unggul untuk menuju Sekolah Menengah Kejuruan unggulan.
- b) Membangun komunikasi yang baik dengan para guru, karyawan, siswa, maupun alumni. Dengan demikian humas memanfaatkan aspirasi tersebut sebagai bentuk bantuan terhadap kerja humas untuk menentukan target pemasaran yang lebih banyak. Selain itu mereka juga dengan sendirinya akan memposisikan diri membantu humas untuk menyalurkan informasi atau publikasi dan sosialisasi SMK Darussalam Blokagung kepada masyarakat yang lebih luas. Dengan bantuan tersebut humas terbantu untuk memfokuskan target pemasaran yang lebih banyak yang tidak bisa ditangani sendiri oleh humas SMK Darussalam Blokagung.
- c. Strategi membuat program marketing PR bernilai keislaman yang menarik efektif dan efisien yaitu Waka Humas bersama seluruh karyawan SMK Darussalam memanfaatkan berbagai kegiatan yang diadakan lembaga sebagai bentuk publikasi ke masyarakat luas. Seperti dalam pengadaan Bakti Sosial, Santunan Anak Yatim, Buka bersama setiap bulan Ramadhan. Dengan demikian maka segmentasi yang dilakukan humas bisa menjangkau daerah lebih jauh dan lebih banyak lagi.

2. Evaluasi Humas Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019

Evaluasi adalah alat yang berorientasi pada tindakan dan proses informasi yang dikumpulkan kemudian dianalisis hingga ditemukan relevansi efek atau perubahan serta konsentrasinya. Dalam mengevaluasi program

kegiatan humas kaitannya dengan mempromosikan lembaga SMK Darussalam Blokagung, maka memerlukan perencanaan atau langkah-langkah khusus untuk mengetahui hasil dari semua program atau kegiatan yang telah dilakukan.

Langkah- langkah tersebut diantaranya adalah evaluasi program yaitu unit atau kesatuan kegiatan yang bertujuan mengumpulkan informasi tentang realisasi atau implementasi dari suatu kebijakan, berlangsung dalam proses yang berkesinambungan, dan terjadi dalam lembaga yang melibatkan sekelompok orang guna mengambil keputusan.

Pentingnya evaluasi terhadap program humas yang dijalankan lembaga SMK Darussalam Blokagung disebabkan tiga alasan. *Pertama*, praktisi humas lembaga SMK Darussalam dapat mempertahankan program humas dengan menunjukkan nilai program humas bagi lembaga. *Kedua*, adanya tuntutan manajemen lembaga SMK Darussalam terhadap setiap program yang telah dilakukan agar setiap pengeluaran sumber daya dapat dipertanggungjawabkan (accountable). *Ketiga*, bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan program yang digunakan untuk melakukan kegiatan tindak lanjut atau pengambilan sebuah keputusan.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2018/2019

Untuk mendukung kegiatan promosi, maka lembaga pendidikan SMK Darussalam Blokagung memerlukan komunikasi sebagai alat untuk mensosialisasikan keunggulan lembaga kepada masyarakat. Sehingga lembaga memiliki daya saing dengan lembaga lain dan memang patut dipilih. Lembaga yang unggul tanpa adanya komunikasi keluar tentang keunggulannya, maka tidak akan dikenal oleh masyarakat yang efeknya tidak akan diminati. Oleh sebab itu, maka setelah humas menentukan segmen pasar, memilih dan memilah target yang khusus, selanjutnya yaitu mengkomunikasikan keunggulan. Adapun yang dilakukan humas SMK

Darussalam Blokagung dalam membangun keunggulan dan daya saing sekolah adalah dengan cara:

- a. Mengkomunikasikan keunggulan madrasah yang belum dimiliki lembaga lain. Dengan cara komunikasi internal dan eksternal. Membangun keunggulan akademik maupun non akademik adalah tugas khusus waka kurikulum dan divisi penjamin mutu SMK Darussalam Blokagung. Tetapi tentu saja dalam membangun keunggulan perlu melakukan hubungan dengan pihak eksternal lembaga, maka disinilah tugas humas dalam membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak untuk menciptakan daya saing.
- b. Sebagaimana disebutkan diatas, humas berperan dalam membangun hubungan dengan berbagai instansi terkait dengan program-program yang dimiliki SMK Darussalam Blokagung sekaligus untuk menciptakan daya saing lembaga. Membangun hubungan dengan berbagai instansi atau organisasi tertentu yang membantu SMK Darussalam Blokagung menciptakan keunggulan dan sebagai upaya memberikan manfaat nyata kepada pelanggan layanan jasa pendidikannya. Seperti mengadakan kerjasama dengan DUDI (Dunia Usaha Dunia Industri) dan MOU (*Memorandum of Understanding*).
- c. Setelah hubungan dengan internal lembaga sudah berjalan dengan baik, maka selanjutnya adalah mengkomunikasikan keunggulan kepada masyarakat melalui berbagai cara yang dapat dimanfaatkan Waka Humas SMK Darussalam Blokagung. Cara-cara tersebut dapat melalui komunikasi langsung yang dilakukan dengan melalui rapat pertemuan wali murid. Dalam hal ini humas SMK Darussalam Blokagung terlibat dalam rapat-rapat pertemuan wali murid. Selain komunikasi secara langsung, juga melalui komunikasi tidak langsung yang dilakukan dengan memanfaatkan keluarga besar SMK Darussalam yang meliputi guru, karyawan, siswa, hingga para alumni untuk publikasi dan promosi lembaga, memanfaatkan media masa seperti *website* resmi lembaga. Komunikasi juga dilakukan secara lisan maupun tulisan. Komunikasi pemasaran secara lisan dilakukan melalui sosialisasi dan publikasi.

Sosialisasi dan PPDB SMK Darussalam Blokagung tidak dilakukan di awal, tetapi disesuaikan dengan jadwal PPDB. Komunikasi pemasaran tertulis dengan melalui *website* ataupun banner. Brosur PPDB SMK Darussalam Blokagung juga merupakan media komunikasi lembaga yang menyajikan banyak informasi terkait keunggulan dan program SMK Darussalam Blokagung. Dalam *website* resmi SMK Darussalam Blokagung juga disajikan informasi-informasi terkait kegiatan SMK Darussalam Blokagung, juga prestasi-prestasi siswa, dan program-program yang dimiliki oleh SMK Darussalam Blokagung.

SMK Darussalam dalam melaksanakan promosi sekolah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terdapat beberapa faktor yang menjadi penghambatnya. Faktor penghambat promosi sekolah bisa dilihat dari faktor internal dan eksternal sekolah sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Kelemahan dalam promosi sekolah di SMK Darussalam adalah belum maksimalnya promosi sekolah, karena kurangnya anggaran dana dalam merealisasikan kegiatan promosi, promosi sekolah masih konvensional, pemahaman tentang *public relations* dan branding belum merata di seluruh civitas akademika, pengelolaan *website* sekolah yang belum maksimal sebagai brand image sekolah, belum memadai sarana dan prasarana, kurangnya data base system informasi online

b. Faktor Eksternal

Kelemahan faktor eksternal dalam promosi SMK Darussalam Blokagung yaitu persaingan dengan sekolah lain yang sama-sama menawarkan jasa pendidikan. Apalagi dalam yayasan Pondok Pesantren Darussalam juga terdapat lembaga MA Al-Amiriyah dan SMA Darussalam ditambah lagi dari luar yayasan SMK N Tegalsari yang notabene adalah sekolah Negeri, minat calon peserta didik baru tidak terkendali, lembaga pendidikan tingkat SLTA disekitar SMK Darussalam yang mulai meningkatkan kualitas sekolah.

H. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan uraian-uraian diatas mengenai hal yang berkaitan dengan judul “Strategi Humas Dalam Mempromosikan SMK Darussalam Blokagung” dapat diambil kesimpulan bahwa Strategi yang dilakukan Waka humas SMK Darussalam merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, diantaranya dengan cara menyebarkan brosur, banner, kemudian publikasi dan sosialisasi kepada publik.

Waka Humas SMK Darussalam Blokagung beserta timnya sudah menjalankan strategi promosi sekolah. Hal ini dilihat dengan strategi yang dilakukan SMK Darussalam Blokagung sudah mengikuti langkah-langkah promosi efektif, mulai dari pemetaan pasar, identifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan atau target, merancang pesan, hingga proses evaluasi hasil.

Dalam mengevaluasi program humas kaitannya dengan mempromosikan lembaga SMK Darussalam Blokagung, Waka Humas telah membuat sebuah perencanaan atau langkah-langkah khusus untuk mengetahui hasil dari semua program atau kegiatan yang telah dilakukan. Program yang dievaluasi diantaranya terkait Promosi Sekolah, Lomba Kompetensi Siswa, Prakerin dan UKK.

Faktor yang mendukung program kegiatan humas dalam mempromosikan lembaga SMK Darussalam Blokagung diantaranya sumber daya manusia yang rata-rata masih muda, akreditasi sekolah, prestasi akademik atau non akademik dan kegiatan sosial seperti bakti sosial, memberi santunan kepada anak yatim, ekspo dan lain sebagainya. Melalui keunggulan yang dimiliki tersebut akan membuat citra SMK Darussalam Blokagung menjadi baik dan dapat menarik minat calon peserta didik. Sebaliknya faktor yang menghambat dalam proses promosi lembaga SMK Darussalam diantaranya kurangnya anggaran dana yang dibutuhkan dalam proses promosi lembaga, sumber daya manusia (SDM) yang masih muda sehingga masih minim pengalaman, promosi sekolah masih konvensional, pemahaman tentang *public relations* dan branding belum merata di seluruh civitas akademika, pengelolaan website sekolah

yang belum maksimal sebagai brand image sekolah, belum memadai sarana dan prasarana, kurangnya data base sistem informasi online.

I. Saran

Adapun saran dari penelitian yang telah peneliti laksanakan bagi para peneliti selanjutnya yaitu untuk melanjutkan penelitian sejenis dengan metode atau perspektif yang berbeda, kajian yang lebih mendalam dan komprehensif, disertai data-data yang lengkap terkait strategi promosi lembaga pendidikan agar tercipta dialektika yang diharapkan dan menambah wawasan serta keakuratan konsepsi tentang strategi promosi di lembaga pendidikan.

K. Daftar Pustaka

- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- El Ishaq, Ropingi. 2017. *Public Relations Teori Dan Praktik*. Malang: Intrans Publishing
- Kartini. 2018. *Pelaksanaan Manajemen Humas Dalam Mempromosikan SMP NEGERI 10 Palembang*. Palembang : UIN Raden Fatah
- Lintya Prahastiwi, Nova. 2017. *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Minat Peserta Didik Baru di SMKN 5 Bojonegoro*. Bojonegoro: Universitas Negeri Surabaya
- Maskur. 2018. *Manajemen Humas Pendidikan Islam Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Deepublish
- Morissan. 2014. *Manajemen Public Relation Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana PRENADAMEDIA GROUP
- Nasution, Zulkarnain. 2010. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press
- Permatasari, Novi. 2018. *Implementasi Manajemen Humas Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru di MTs Negeri 5 Banyuwangi*. Banyuwangi: IAI Darussalam

- Rangkuti, Freddy. 2013. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Saifil, Ahmad. 2017. *Peran Humas Dalam Mempromosikan SMKN 1 AL MUBARKEYA INGIN JAYA ACEH BESAR*. Aceh Besar: UIN Ar-Raniry
- Soemarsono. 2018. *Strategi Pengembangan Pendidikan Kejuruan*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Suwatno. 2018. *Pengantar Public Relation Kontemporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Syarif Hidayatullah, Ujang. 2010. *Strategi Promosi SMP PGRI 12 Jakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Ulfatin, Nurul. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan*. Malang: Media Nusa Creative
- Tim Wefix. 2018. *Public Relation Itu Dipraktikin*. Jakarta: PT Grasindo