



## Strategi Public Relation Dalam Membangun Citra Baik Lembaga SMK NU Tulungagung

Ahmad Muzakka

UIN Satu Tulungagung, Indonesia

Korespondensi Penulis : [ahmadmuzakka460@gmail.com](mailto:ahmadmuzakka460@gmail.com)\*

**Abstract** *In addition to the academic community (internal public), the community (external public) also contributes to public relations strategies, specifically the relationship between schools and the public (society) that is designed to foster cooperation in order to gain recognition from the community and improve the quality of education. Therefore, to develop the educational institution, SMK NU Tulungagung must manage public relations. Specifically, this means overseeing school activities and improving school achievements, which will then be shared on social media as an effort to attract the attention of a wider audience. This study aims to explain the public relations approach used to improve the positive perception of the institution toward SMK NU Tulungagung. The research uses a qualitative methodology and is classified as a case study. Three methods are used to collect data: documentation, interviews, and observations. The data analysis stages include data condensation, data presentation, and verification and conclusion drawing. Based on the research findings, the public relations strategy of SMK NU Tulungagung consists of four main steps: program planning, organizing, implementation, and reporting/evaluation. Planning involves identifying issues and program planning based on problem analysis; organizing involves appointing administrators and granting authority to those involved in public relations program activities; communication with strategies is used to implement the program, and program assessment and reporting. Based on the findings of this study, educational institutions must establish and implement a strategic plan that aligns with the vision, mission, and objectives of their internal and external environment. When an institution implements a good and appropriate approach, it becomes part of its branding, giving it a reputation and advantage over other similar organizations. The obstacles in the public relations strategy to build a good institutional image at SMK NU Tulungagung include miscommunication, as some people in the surrounding community still lack concern for children's education due to a lack of motivation within the community. As a result, when school representatives come, they are less responsive in conveying information related to students. Every action taken by the educational institution will undoubtedly create challenges and consequences. The challenges of the public relations strategy in building a good institutional image at SMK NU Tulungagung include an increase in the registration of new students and public recognition of the school's existence.*

**Keywords:** *Public Relations Strategy, Good Institutional Image, NU Tulungagung Vocational School*

**Abstrak.** Selain komunitas akademik (publik internal), komunitas (publik eksternal) juga berkontribusi dalam strategi humas, yaitu hubungan antara sekolah dan publik (masyarakat) yang dirancang untuk membina kerja sama dalam rangka mencapai kebaikan, pengakuan dari masyarakat dan meningkatkan mutu pendidikan. Oleh karena itu, untuk mengembangkan institusi pendidikan, SMK NU Tulungagung harus mengelola hubungan masyarakat. Secara khusus, hal ini berarti mengawasi kegiatan sekolah dan meningkatkan prestasi sekolah, yang kemudian akan dibagikan ke media sosial sebagai upaya untuk menarik perhatian khalayak yang lebih luas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pendekatan humas yang digunakan untuk meningkatkan persepsi positif lembaga terhadap SMK NU Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dan tergolong studi kasus. Tiga metode digunakan untuk memperoleh data: dokumentasi, wawancara, dan observasi. Tahapan analisis data satu, dua, dan tiga adalah kondensasi data, penyajian data, serta verifikasi dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan temuan penelitian, strategi humas SMK NU Tulungagung terdiri dari empat langkah utama: perencanaan program, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pelaporan/evaluasi. Perencanaan melibatkan identifikasi masalah dan perencanaan program berdasarkan analisis masalah; pengorganisasian melibatkan penunjukan administrator dan pemberian wewenang kepada mereka yang akan terlibat dalam kegiatan program hubungan masyarakat; dan komunikasi dengan strategi digunakan untuk melaksanakan implementasi program. dan penilaian dan pelaporan program. Berdasarkan temuan studi ini, institusi pendidikan harus menetapkan dan menerapkan rencana strategis yang selaras dengan visi, misi, dan tujuan lingkungan internal dan eksternalnya. Ketika suatu institusi menerapkan pendekatan yang baik dan tepat, hal ini akan menjadi bagian dari brandingnya. Ketika suatu institusi menerapkan pendekatan yang baik dan tepat, hal ini akan menjadi bagian dari brandingnya. Ketika suatu institusi menerapkan pendekatan yang baik dan tepat, hal ini akan menjadi bagian dari brandingnya. Ketika suatu institusi menerapkan pendekatan yang baik dan tepat, hal ini akan menjadi bagian dari brandingnya. Faktor penghambat strategi *public relation* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung yaitu

terjadinya miskomunikasi karena masih ada di masyarakat sekitar yang kurang peduli kepada pendidikan anak yang disebabkan kurangnya faktor motivasi dalam diri masyarakat sehingga ketika ada pihak sekolah yang datang kurang tanggap dalam menyampaikan informasi terkait peserta didik. Setiap tindakan yang diambil oleh lembaga pendidikan, tentu akan memunculkan tantangan dan akibat dari tindakan tersebut. Tantangan strategi *public relation* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung diantaranya adanya peningkatan pendaftaran calon peserta didik baru, adanya pengakuan masyarakat terkait keberadaan sekolah.

**Kata Kunci:** Strategi *Public Relation*, Citra Baik lembaga, SMK NU Tulungagung

## 1. PENDAHULUAN

Sebagai lembaga pendidikan, sekolah harus mampu menampilkan citra positif kepada masyarakat luas agar masyarakat dapat memutuskan untuk mendaftarkan anaknya dan berperan aktif dalam pengembangan sekolah (Afkarina, 2018). Oleh karena itu, sekolah memerlukan inisiatif humas yang didasarkan pada visi dan tujuan yang jelas (Mundiri, 2016). Untuk menciptakan interaksi yang harmonis, setiap komponen lembaga pendidikan harus merencanakan hubungannya dengan berbagai lapisan masyarakat. Oleh karena itu, humas diperlukan sebagai mediator atau jembatan antara lembaga dan masyarakat.

Hubungan masyarakat adalah seperangkat praktik manajemen yang berkaitan dengan kegiatan sekolah dan masyarakat yang digunakan di lembaga pendidikan (sekolah) dengan tujuan meningkatkan proses pendidikan dan meningkatkan standar pendidikan. Sesuai Baharun (2015). Akibatnya, sekolah harus menggunakan manajemen hubungan masyarakat secara maksimal untuk memenuhi tanggung jawab masyarakat dengan menjaga dan membina hubungan positif yang ada. (Laksana & Mukaro, 2015). Selain itu, sekolah perlu meyakinkan masyarakat tentang peran penting mereka dalam mewujudkan tujuan dan aspirasi komunal serta tujuan pendidikan.

Masyarakat mendapat informasi tentang program kerja sekolah melalui penggunaan hubungan masyarakat. (Priandono, 2019). Namun kedudukan humas di dalam sekolah belum sepenuhnya terwujud dalam perkembangannya. Hubungan masyarakat, atau hanya PR, masih dianggap sebagai sarana penyebaran informasi yang dibutuhkan organisasi, dan oleh karena itu, operasinya terbatas pada tugas-tugas administratif seperti korespondensi. Akibatnya, keberadaan humas tidak banyak berpengaruh terhadap pandangan sekolah.

Tidak mungkin kita mengabaikan pengaruh signifikan pendidikan terhadap masa depan negara. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) NU Tulungagung sangat penting dalam hal ini untuk mengembangkan kemampuan dan karakter siswa. Reputasi positif sangat penting untuk dijunjung dan ditingkatkan bagi sebuah institusi pendidikan. Reputasi yang positif dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat, yang pada gilirannya mempengaruhi pendaftaran dan reputasi sekolah. Namun membangun dan mempertahankan reputasi positif itu sulit. Reputasi

suatu institusi dapat dipengaruhi oleh berbagai elemen, termasuk hubungan dengan komunitas lokal, fasilitas, dan kualitas pendidikan yang ditawarkan. Oleh karena itu, taktik hubungan masyarakat (PR) sangat penting dalam proses ini.

Kemampuan suatu lembaga untuk memproyeksikan citra yang baik sangat dibantu oleh hubungan masyarakat. Institusi dapat berkomunikasi secara efektif dengan publik, menjalin hubungan positif dengan berbagai pihak, dan memberikan informasi yang benar melalui rencana humas yang dilaksanakan dengan baik. Meskipun demikian, masih kurangnya kajian mengenai taktik PR dalam meningkatkan reputasi institusi, khususnya di SMK NU Tulungagung. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian ini.

Sekolah memperoleh reputasi positif di masyarakat dan mengembangkan identitas merek atau serangkaian fitur yang berbeda sebagai hasil dari keberhasilan upaya PR-nya (Wijaya & Al-Amin, 2020). Melalui inisiatif hubungan masyarakat, sekolah dan masyarakat dapat menjalin hubungan yang berfungsi sebagai saluran komunikasi untuk menginformasikan masyarakat tentang sekolah. Komunikasi yang baik dapat membujuk masyarakat untuk memilih sekolah sesuai pilihannya dengan menarik perhatian orang tua dan masyarakat umum. Menerapkan rencana hubungan masyarakat yang baik adalah salah satu komponen kunci yang diperlukan untuk mewujudkan hal ini.

Fungsi utama lembaga pendidikan dalam masyarakat adalah membina dan memajukan perkembangan individu peserta didik di dalam kelas. Dalam hal ini, sekolah merupakan komponen penting dari masyarakat, yang merupakan sistem sosial yang lebih besar. Hubungan harmonis antara masyarakat dan sekolah perlu dibina. Hal ini disebabkan oleh eratnya interaksi yang terjalin antara masyarakat dan sekolah dalam mencapai tujuan pendidikan.

Program di sekolah dapat berfungsi dengan baik apabila masyarakat mendukungnya. Oleh karena itu, pengelola sekolah perlu mendorong interaksi positif antara masyarakat dan sekolah. Agar masyarakat dapat mengetahui dan memahami permasalahan yang dihadapi sekolah, maka banyak informasi mengenai program dan permasalahan yang dihadapi sekolah harus disampaikan kepada mereka. Hal ini diyakini akan menimbulkan rasa simpati masyarakat terhadap kegiatan sekolah dan memberikan masukan yang sangat berharga bagi perbaikan program sekolah, sehingga dapat mendorong anggota masyarakat untuk terlibat aktif.

Karena humas dikaitkan dengan reputasi dan kemampuan lembaga dalam melaksanakan tujuan pendidikan yang telah ditetapkan, maka diharapkan dapat mempertimbangkan berbagai informasi tanpa mengurangi tujuan dan kepentingan lembaga pendidikan. Pada tahun 2018, Mahfuzah dan Ansari. Untuk memastikan program atau promosi

sekolah benar-benar tepat sasaran, Anda harus terlebih dahulu mengenal masyarakat sasaran ketika melakukan kegiatan humas di sekolah. Oleh karena itu, untuk melaksanakannya diperlukan sumber daya manusia yang inovatif dan proaktif.

SMK NU Tulungagung merupakan salah satu lembaga pendidikan Islam yang banyak digemari masyarakat luas. SMK NU Tulungagung membina jalur komunikasi yang ramah tamah dengan masyarakat. Oleh karena itu, kepercayaan masyarakat terhadap organisasi ini sangat besar. Banyaknya calon siswa membuktikan hal ini. Setiap tahunnya, terdapat peningkatan nyata dalam jumlah mahasiswa baru yang diterima dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kenaikan ini tidak lepas dari anggapan positif masyarakat terhadap SMK NU Tulungagung.

Dalam membentuk opini masyarakat terhadap sekolah, upaya humas SMK NU Tulungagung menyumbangkan nilai-nilai yang baik. Komunikasi dua arah dihasilkan dari komunikasi yang dilakukan yaitu promosi langsung dan tidak langsung. Media cetak, elektronik, dan IT semuanya secara langsung mencerminkan hal ini. Namun promosi tidak dilakukan melalui inisiatif yang melibatkan interaksi langsung dengan masyarakat umum. Hal pertama yang menonjol bukan hanya aktivitasnya; begitu juga dengan sikap dan nilai setiap siswa ketika berinteraksi dengan masyarakat.

Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi rencana PR yang berhasil untuk meningkatkan reputasi SMK NU Tulungagung. Bagaimana menjaga citra positif ini tetap konsisten dalam menghadapi dinamika dan perubahan yang terjadi merupakan kesulitan lain. Oleh karena itu, tujuan lain dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi taktik PR yang berguna untuk menciptakan dan mempertahankan reputasi positif. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Kehumasan Dalam Membangun Citra Baik Lembaga SMK NU Tulungagung” berdasarkan uraian yang telah diberikan di atas.

## **2. METODE PENELITIAN**

Bila dilihat dari lokasi sumber datanya, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian lapangan. Tujuan penelitian lapangan adalah untuk menemukan peristiwa yang menjadi subjek penelitian guna mengumpulkan informasi terkini dan langsung tentang isu yang sedang dibahas serta untuk membandingkan temuan dengan materi yang telah dipublikasikan sebelumnya (Fitri & Haryanti, 2020). Bila mempertimbangkan karakteristik data, hal ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif, yang didefinisikan sebagai penelitian yang mencoba memahami fenomena yang terkait dengan pengalaman subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya, secara holistik

melalui penggunaan deskripsi lisan dan tertulis dalam latar alamiah tertentu dan melalui penerapan berbagai metode alamiah (Moleong, 2013).

Studi kasus juga bertujuan untuk memberikan deskripsi terperinci tentang lingkungan, item, atau peristiwa tertentu (Bogdan & Biklen, 1998). Pendapat ini didukung oleh (Yin, 2002) yang menyatakan bahwa ketika sebuah proyek studi bertujuan untuk menyelidiki peristiwa terkini dalam kehidupan nyata, studi kasus merupakan metode yang digunakan untuk membahas masalah bagaimana dan mengapa. Studi ini mengkaji penerapan strategi kepala madrasah untuk memelihara kemampuan dan minat melalui penggunaan contoh (studi kasus). Metode studi kasus (case studies). Peneliti dapat memilih untuk menggunakan studi kasus ini untuk mengumpulkan informasi yang tepat tentang taktik hubungan masyarakat yang digunakan untuk meningkatkan persepsi lembaga SMK NU Tulungagung. Situs penelitian yang digunakan untuk studi kasus ini menampilkan ciri-ciri yang terkait dengan taktik hubungan masyarakat yang digunakan untuk meningkatkan persepsi Lembaga SMK NU Tulungagung. Dengan menggunakan desain studi kasus ini, diharapkan data dan materi yang diperoleh akan memberikan berbagai sudut pandang tentang isu-isu hangat yang dibahas dalam topik penelitian. Dengan demikian, seseorang dapat menyimpulkan dari situs web tersebut benang merah strategi hubungan masyarakat yang digunakan untuk menumbuhkan persepsi yang baik terhadap Lembaga SMK NU Tulungagung.

Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Observasi Partisipan. Dalam hal ini, peneliti berusaha melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala-gejala yang muncul di SMK NU Tulungagung. Pelaksanaan teknik observasi dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi partisipan. Tujuan dari dilakukannya observasi partisipan adalah mengamati peristiwa-peristiwa sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan secara alamiah. Pada teknik ini, peneliti melibatkan diri atau berinteraksi secara langsung pada kegiatan yang dilakukan oleh subjek dengan mengumpulkan data secara sistematis dari data yang diperlukan. Wawancara Komprehensif Metodologi penelitian untuk studi ini didasarkan pada pendekatan wawancara. Di sini, peneliti menggunakan strategi wawancara mendalam, khususnya memperoleh informasi terperinci mengenai taktik hubungan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan reputasi lembaga. Informan di kepala sekolah, hubungan masyarakat, dan departemen lain akan diwawancarai oleh peneliti. Pencatatan Foto, catatan dari madrasah, transkrip wawancara, dan dokumen yang berkaitan dengan pendirian dan pertumbuhan sekolah merupakan beberapa jenis dokumentasi yang mungkin terlibat; semuanya akan dikumpulkan dan diperiksa untuk memastikan bahwa

data penelitian bersifat komprehensif. Dalam hal ini, peneliti mengambil gambar yang relevan dengan rencana humas untuk meningkatkan reputasi lembaga.

Menurut Bogdan & Biklen (1998) Proses pengumpulan dan pengaturan informasi secara metodis dari catatan lapangan, wawancara, dan sumber lain sehingga dapat dibagikan dengan mudah kepada orang lain dikenal sebagai analisis data. Proses meneliti dan mengatur catatan lapangan, transkrip wawancara, dan materi lain yang dikumpulkan peneliti secara metodis dikenal sebagai analisis data. Data dianalisis lebih lanjut dengan cara menelaahnya, menyusunnya, memecahnya menjadi bagian-bagian yang lebih kecil dan lebih mudah dikelola, mensintesiskannya, mencari tren, menentukan apa yang penting, dan menentukan apa yang telah dipelajari dan dipublikasikan secara metodis. Karena penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus, proses analisis data dibagi menjadi tiga fase: (1) kondensasi data, (2) penyajian data, dan (3) verifikasi dan penarikan kesimpulan (Yin, 1987).

### **3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Data dianalisis lebih lanjut dengan cara menelaahnya, menyusunnya, memecahnya menjadi bagian-bagian yang lebih kecil dan lebih mudah dikelola, mensintesiskannya, mencari tren, menentukan apa yang penting, dan menentukan apa yang telah dipelajari dan dipublikasikan secara metodis. Berikut ini hasil penelitian dan pembahasan dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **Perencanaan *Public relations* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung**

Perencanaan yang matang dan program yang terdefinisi dengan baik merupakan pondasi dari strategi perencanaan internal, yang menjamin terpenuhinya harapan dan tercapainya tujuan membangun lembaga pendidikan yang bereputasi baik. Proses strategi perencanaan internal dilakukan dengan:

##### **1. Memperbaiki kondisi fisik/sekolah**

Perencanaan program humas secara internal dilakukan dengan merencanakan perbaikan kondisi fisik/sekolah dilakukannya pengecatan dinding sekolah dan penambahan fasilitas sekolah yaitu ruang laboratorium computer baru.

##### **2. Rapat atau musyawarah dengan melibatkan masyarakat**

Perencanaan program humas yang ada disekolah dilaksanakan setiap tahun yaitu sebelum memasuki tahun ajaran baru, hal ini dilakukan sekaligus dengan perencanaan program pendidikan untuk penerimaan siswa baru. Untuk seluruh kegiatan yang telah disepakati

bersama dan disetujui kepala sekolah nantinya akan disampaikan dari sekolah kepada yang bersangkutan, seperti halnya program humas yang nantinya akan diadakan pada tahun ajaran baru yang akan datang, maupun program pendidikan yang ditujukan untuk siswa baru yang disampaikan melalui rapat wali murid siswa baru tersebut.

### **3. Merencanakan program pelatihan/workshop**

Perencanaan kegiatan untuk meningkatkan kualitas guru merupakan langkah awal dalam menciptakan program hubungan masyarakat internal. Guru dilatih dalam membuat RPP, MGMP, KKG, dan lokakarya, dan merupakan rekomendasi kepala sekolah agar mereka ikut serta dalam kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Rohman (2017), perencanaan melibatkan persiapan kebijakan dan proses yang akan digunakan dan dipraktikkan. Ini adalah langkah yang dilakukan setelah memutuskan apa yang harus dicapai. Perencanaan merupakan proses kegiatan rasional dan sistemik dalam menetapkan keputusan, kegiatan atau langkah-langkah yang akan dilaksanakan dikemudian hari dalam usaha mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Mulyono, 2020). Perencanaan merupakan upaya untuk menentukan program dan kegiatan yang ingin dilakukan serta bagaimana cara mencapai tujuan organisasi (Rahmat, 2016). Perencanaan sebagai suatu proses mempersiapkan hal-hal yang akan dikerjakan pada waktu yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Pendekatan perencanaan eksternal Isu sebelumnya adalah keyakinan masyarakat bahwa sekolah agama mengungguli sekolah negeri dalam hal agama sementara sekolah negeri unggul dalam prestasi akademik. Hal ini diatasi dengan mengkaji asumsi atau pendapat masyarakat tentang SMK NU Tulungagung, Dalam rangka mewujudkan visi SMK NU Tulungagung, maka SMK NU Tulungagung berupaya mewujudkan lingkungan pendidikan dan keagamaan yang ideal bagi para siswanya. Hal ini meliputi pembentukan siswa yang berkepribadian Islam, meraih prestasi setinggi-tingginya, dan menghasilkan lulusan yang tangguh, ulul albab dalam imtaq, cerdas dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. Strategi perencanaan eksternal dilaksanakan dengan cara:

#### **1) Pengadaan pameran dan perlombaan**

Pihak sekolah merencanakan untuk membuat program-program pameran dan perlombaan agar semakin dikenal oleh masyarakat luas, sehingga dapat meningkatkan citra baik sekolah. Sekolah menyelenggarakan acara yang melibatkan masyarakat luas, seperti kompetisi, pameran seni, pertemuan orang tua dan guru, dan sebagainya.

**2) Bersilaturahmi dengan tokoh masyarakat dan musyawarah dengan melibatkan masyarakat**

Melalui berbagai acara yang melibatkan masyarakat luas, seperti pameran sekolah, lomba, pertemuan orang tua dan guru, pentas seni, dan sebagainya, pihak sekolah menggali berbagai asumsi atau pandangan masyarakat terkait lembaga SMK NU Tulungagung. Pihak sekolah juga menyelenggarakan berbagai pertemuan dan surat menyurat dengan berbagai pihak, seperti menjalin kerja sama dengan dunia usaha dan lembaga pendidikan.

**3) Membuat group WA**

Perencanaan program humas secara eksternal dengan membuat group WA untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan yang akan dishare ke khalayak umum. Selain itu pembuatan group WA dilakukan untuk menginformasikan kegiatan yang akan berlangsung di sekolah kepada wali murid dan masyarakat agar menjadi konsumsi publik sehingga citra sekolah menjadi lebih baik

**4. Pengorganisasin *Public relations* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung**

Setelah program tersusun tentunya nanti ada job description kepada petugas-petugasnya atau yang mempunyai tupoksi untuk apa saja nanti diperlukan. Adanya job description kepada petugas-petugasnya atau yang mempunyai tupoksi untuk apa saja nanti diperlukan dan sudah ada bagiannya masing-masing dengan tugas yang telah diberikan. Walaupun begitu semuanya ikut terjun misalnya menangani sementara tugas yang lainnya tapi tetap tanggung jawab di pegang masing-masing.

Strategi pengorganisasian internal khususnya bagian kondisi fisik sekolah, rapat atau musyawarah dengan melibatkan masyarakat dan program pelatihan/workshop

**5. Pengorganisasian perbaikan kondisi fisik/sekolah**

Pengorganisasian kondisi fisik sekolah telah ditugaskan oleh kepala sekolah ke bagian-bagian sesuai dengan tugasnya melakukan pengecatan dinding sekolah dan penambahan fasilitas gedung baru untuk laboratorium computer.



## **6. Pengorganisasian rapat atau musyawarah dengan melibatkan masyarakat**

Pengorganisasian rapat atau musyawarah dengan melibatkan masyarakat. Diadakan pembagian tugas rapat atau musyawarah dengan melibatkan masyarakat sudah dibuat daftar siapa saja yang hadir atas persetujuan kepala sekolah, jadi untuk pengantaran undangan dibagi-bagi kepada yang paling dekat dan sering bertemu atau pas waktu disekolah diantarkan langsung keruangan yang bersangkutan

## **7. Pengorganisasian program pelatihan/workshop**

Pengorganisasian program pelatihan/workshop direkomendasikan langsung oleh kepala sekolah anjurkan kepada guru-guru untuk mengikuti kegiatan, jadi semacam dipaksakan untuk ikut semuanya kecuali memang ada hal-hal yang mendesak.

Strategi pengorganisasian secara eksternal di SMK NU Tulungagung terbagi dalam kegiatan Pengadaan pameran dan perlombaan, Bersilaturahmi dengan tokoh masyarakat dan musyawarah dengan melibatkan masyarakat dan membuat group WA.

## **8. Pengorganisasin pada pengadaan pameran dan perlombaan**

Suatu panitia yang ditunjuk oleh kepala sekolah untuk mengawasi perencanaan pameran sekolah, kompetisi, pertemuan orang tua dan guru, pameran seni, dan acara lainnya yang melibatkan masyarakat bertugas memastikan semuanya terkoordinasi dengan baik.

## **9. Pengorganisasin bersilaturahmi dengan tokoh masyarakat dan musyawarah dengan melibatkan masyarakat**

Pengorganisasian humas strategi pengorganisasin secara eksternal dengan mengkoordinir yang bisa ikut kegiatan silaturahmi kepada tokoh masyarakat. Memastikan kegiatan musyawarah mendatangkan pihak eksternal sekolah telah dikoordinir dengan baik, sehingga waktu kegiatan banyak yang ikut partisipasi atau hadir.

## **10. Pengorganisasian melalui group WA**

Pengorganisasian humas secara eksternal dengan melalui group WA untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan yang akan dishare ke khalayak umum . Perencanaan program humas secara eksternal dengan membuat group WA untuk menginformasikan kegiatan-kegiatan yang akan dishare ke khalayak umum. Selain itu pembuatan group WA dilakukan untuk menginformasikan kegiatan yang akan berlangsung di sekolah kepada wali

murid dan masyarakat agar menjadi konsumsi publik sehingga citra sekolah menjadi lebih baik.

Hasil penelitian ini sesuai menurut Rahmat (2016) bahwa Pengorganisasian merupakan fungsi manajemen yang membagi tugas-tugas yang harus dikerjakan, serta menata sumber daya-sumber daya yang ada untuk mengerjakan tugas-tugas tersebut. Fungsi pengorganisasian termasuk seluruh kegiatan manajerial yang menerjemahkan rencana kegiatan yang diperlukan ke dalam sebuah struktur tugas dan kewenangannya.

Pengorganisasian merupakan hal yang harus dikerjakan karena menghubungkan kegiatan perencanaan dengan pelaksanaan. Oleh karena itu, dalam pengorganisasian perlu adanya pendelegasian terhadap tugas yang diembannya. Pembagian tugasnya ada yang sebagai koordinator program, masing-masing guru dan staff secara tidak langsung mempunyai kewajiban dan terlibat untuk mensukseskan program-program hubungan masyarakat yang sudah direncanakan. Nasution (2010) mengemukakan bahwa peran secara struktural hubungan masyarakat diletakan sebagai wakil kepala sekolah bidang humas dan mempunyai staff humas. Secara organisasi dibawah intruksi dan koordinasi oleh kepala sekolah, sedangkan staff humas di bawah intruksi dari wakil kepala sekolah bidang kehumasan.

### **Pelaksanaan *Public relations* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung**

Pelaksanaan strategi internal sebagai berikut:

#### **1. Memperbaiki kondisi fisik/sekolah**

Ketika membangun citra sekolah, yang terlihat adalah kondisi fisik lembaga tersebut. Masyarakat akan menilai sekolah secara terpisah untuk menentukan apakah sekolah tersebut dalam kondisi baik atau buruk, sehingga kondisi sekolah secara keseluruhan harus baik. Rencana tindakannya adalah memperbaiki kondisi fisik sekolah. Perbaikan sarana dan prasarana sekolah seharusnya dipahami sebagai kondisi fisik lembaga, karena hal ini akan dievaluasi secara terpisah untuk masyarakat.

#### **2. Rapat atau musyawarah dengan melibatkan masyarakat**

Program humas yang ada disekolah dilaksanakan setiap tahun yaitu sebelum memasuki tahun ajaran baru, hal ini dilakukan sekaligus dengan program pendidikan untuk penerimaan siswa baru. Untuk seluruh kegiatan yang telah disepakati bersama dan disetujui kepala sekolah nantinya akan disampaikan dari sekolah kepada yang bersangkutan, seperti halnya program humas yang nantinya akan diadakan pada tahun ajaran baru yang akan datang,

maupun program pendidikan yang ditujukan untuk siswa baru yang disampaikan melalui rapat wali murid siswa baru tersebut.

### **3. program pelatihan/workshop**

Taktik yang dilaksanakan antara lain dengan meningkatkan kualitas instruktur, guru mengikuti pelatihan penyusunan rencana pembelajaran, MGMP, KKG, lokakarya, kami anjurkan guru untuk ikut serta dalam kegiatan tersebut. Dalam upaya meningkatkan mutu guru dan memperkuat reputasi sekolah, administrator menawarkan berbagai saran untuk tindakan yang harus diambil, seperti pelatihan dan inisiatif lokakarya, meningkatkan reputasi sekolah dengan mengundang pakar dari luar untuk berbicara kepada masyarakat. Ketika sekolah siap untuk memasarkan dirinya, maka sekolah akan melakukannya.

Jika sekolah tidak berusaha menampilkan citra positif dirinya kepada masyarakat, maka pendekatan untuk membangun citra sekolah yang positif akan menjadi sia-sia. Rencana eksternal wakil humas untuk meningkatkan reputasi sekolah dilaksanakan dengan:

#### **a. Pengadaan pameran dan perlombaan**

Untuk meningkatkan persepsi positif terhadap lembaga, sekolah menyelenggarakan acara seperti kompetisi, pameran seni, pertemuan orang tua-guru, dan sebagainya yang melibatkan masyarakat luas.

#### **b. Bersilaturahmi dengan tokoh masyarakat dan musyawarah dengan melibatkan masyarakat**

Program penjangkauan dilaksanakan saat seseorang sakit. Selain bertemu langsung dengan para pemimpin masyarakat setempat, para pemimpin masyarakat juga dikunjungi dan percakapan yang melibatkan masyarakat pun telah diadakan, Bila ada berita terkini atau bencana alam di dekat sekolah kami, kami berupaya untuk berkunjung atau menawarkan sedikit bantuan. Selain itu, ketika masyarakat diperkenalkan ke sekolah, mereka biasanya diundang untuk berpartisipasi dalam berbagai acara. Misalnya, masyarakat selalu diikutsertakan dalam perayaan ulang tahun sekolah, Hari Nabi, dan Idul Adha.

#### **c. Membuat group WA**

Semua guru wali kelas didorong untuk membuat grup WhatsApp, baik dengan siswanya maupun dengan wali atau orang tua mereka, untuk memfasilitasi komunikasi dan berbagi informasi terkini tentang minat, bakat, perkembangan, dan masalah siswanya. Hal ini merupakan tambahan dari gagasan untuk membangun hubungan yang positif antara sekolah dan masyarakat. Bahkan hal-hal terkecil pun dapat digunakan oleh humas

sebagai taktik untuk meningkatkan reputasi sekolah. Dengan metode ini, orang tua atau wali akan mendapatkan evaluasi atas hasil kerja guru sekolah dan anak mereka.

Selaras dengan Dakir (2018) yang mengatakan bahwa dalam kegiatan humas pada umumnya dibedakan menjadi dua kegiatan yaitu kegiatan humas internal dan kegiatan humas eksternal. Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwasannya kegiatan pelaksanaan humas terbagi menjadi dua yaitu kegiatan internal dan eksternal. Kegiatan eksternal merupakan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat dan kegiatan internal adalah kegiatan yang dilakukan oleh warga sekolah itu sendiri. Dengan adanya kontribusi terhadap kegiatan humas maka tujuan humas akan terlaksana dengan baik.

Pelaksanaan program hubungan masyarakat mengacu pada perencanaan yang telah ditetapkan, agar tujuan yang diinginkan sekolah dapat tercapai dengan baik. Sebagaimana menurut Harini (2014) dalam pelaksanaan program humas ada dua hal yang harus diperhatikan yaitu, 1) dilaksanakan sesuai dengan perencanaan. 2) tugas humas dalam menyampaikan segala kegiatan di sekolah untuk dapat diketahui oleh masyarakat.

### **Evaluasi *Public relations* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung**

Untuk membantu praktisi hubungan masyarakat menilai seberapa baik inisiatif hubungan masyarakat telah dilaksanakan, SMK NU Tulungagung menyelenggarakan latihan evaluasi hubungan masyarakat. Pentingnya evaluasi dalam pelaksanaan humas menjadi tolok ukur keberhasilan program kegiatan humas. Apa saja kekurangan yang terjadi akan diperbaiki demi tercapainya tujuan yang sudah ditetapkan, dan apa yang menjadi kendala akan dicarikan solusi untuk mengatasi hal tersebut. Dari pernyataan tersebut dapat kita ketahui bahwasanya dalam setiap program yang telah dilaksanakan, kepala sekolah selalu ikut serta untuk memberikan masukan, kritik maupun solusi untuk program kegiatan yang telah dilaksanakan melalui forum rapat yang diadakan.

Penilaian terhadap upaya hubungan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan reputasi sekolah berjalan tanpa insiden. Tahapan perencanaan dan pelaksanaan berjalan lancar. Melalui media offline dan internet, SMK NU Tulungagung diperkenalkan sebagai bagian dari kegiatan. Kemudian melaksanakan berbagai kemitraan masyarakat, termasuk layanan sosial dan sebagainya. Kerjasama dengan Instansi pendidikan misalnya, ikut serta dalam menjalin persahabatan melalui kegiatan olahraga dan lomba keagamaan. Membuat jadwal kunjungan dengan perguruan tinggi pada saat study tour sekolah. Bekerjasama dengan dunia usaha dan industri untuk memfasilitasi siswa-siswi SMK NU Tulungagung melalui mata pelajaran yang

berkaitan dengan wirausaha, dan masih banyak contoh lainnya mengenai program kegiatan humas yang dilaksanakan disekolah ini.

Selaras dengan (Rojaki, Fitria, & Martha, 2021) yang mengatakan bahwa dalam tahap evaluasi program humas yang pertama adalah bagaimana efektivitasnya, yaitu sejauh mana tujuan telah tercapai. Berdasarkan teori tersebut dapat diketahui bahwa evaluasi merupakan tolok ukur keberhasilan daripada tujuan perencanaan dalam program kegiatan. Apakah seluruh kegiatan yang telah direncanakan berjalan dengan baik atau bahkan sebaliknya. Evaluasi dilakukan dengan musyawarah dengan kepala sekolah, menyampaikan hal apa saja yang telah dilaksanakan yaitu dengan meneruskan program yang sudah berjalan atau memperbaiki program kegiatan yang tidak sesuai tujuan.

Sedangkan Rahmat (2016) bahwa evaluasi sebagai proses menyediakan informasi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan harga dan jasa dari tujuan yang dicapai, desain, implementasi dan dampak untuk membantu membuat keputusan, membantu pertanggung-jawaban dan meningkatkan pemahaman terhadap fenomena. Tanggung jawab Humas di Sekolah dalam melaksanakan kegiatannya yaitu: a. Menyampaikan kepada masyarakat untuk mendukung tercapainya pengertian lembaga, khususnya dalam pendidikan, penelitian, pelayanan kepada masyarakat; b. Harus mendidik masyarakat memahami, menghargai, bertoleransi dan mempertahankan kebutuhan utama atas kebebasan bagi mahasiswa untuk belajar dan mencari kebenaran tanpa ada tekanan (Hasan, 2017). Dengan demikian Humas berperan memberikan informasi kepada masyarakat tentang kegiatan yang telah berjalan di lembaganya, guna memenuhi kebutuhan informasi masyarakat atas fungsi kebenaran dari sebuah lembaga pendidikan

### **Faktor penghambat dan tantangan strategi *public relation* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung**

Hambatan yang terjadi ketika pelaksanaan strategi *public relation* dalam membangun citra baik lembaga yaitu terjadinya miskomunikasi karena masih ada di masyarakat sekitar yang kurang peduli kepada pendidikan anak yang disebabkan kurangnya faktor motivasi dalam diri masyarakat sehingga ketika ada pihak sekolah yang datang kurang tanggap dalam menyampaikan informasi terkait peserta didik.

Senada dengan apa yang telah Mar'atul (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Kepala Sekolah dalam Membangun Citra Sekolah Swasta Menuju Sekolah Unggul Berkompetitif bahwa salah satu kendala dalam pelaksanaan membangun citra sekolah adanya kesalahpahaman makna dari masyarakat terkait marketing sekolah.

Setiap tindakan yang diambil oleh lembaga pendidikan, tentu akan memunculkan tantangan dan akibat dari tindakan tersebut. Begitu juga dengan strategi *public relation* dalam membangun citra baik lembaga. Adapun tantangan dari pencitraan atau *branding* ini bertujuan untuk membawa sekolah menjadi semakin baik dan menjadi sekolah yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di dalam dunia pendidikan. Selanjutnya beberapa tantangan strategi *public relation* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung diantaranya adanya peningkatan pendaftaran calon peserta didik baru, adanya pengakuan masyarakat terkait keberadaan sekolah.

Hasil penelitian ini senada dengan teori dari (Patoni & Haryanti, 2023) yang mengatakan bahwa sekolah yang baik dan kuat mempunyai implikasi sebagai berikut: 1) Daya saing jangka menengah dan jangka panjang yang mantab. 2) Menjadi perisai selama masa krisis. 3) Menjadi daya tarik eksekutif andal. 4) Meningkatkan efektivitas sekolah.

#### **4. KESIMPULAN**

Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pelaporan/evaluasi program merupakan empat komponen kunci strategi hubungan masyarakat SMK NU Tulungagung, menurut hasil penelitian dan pembahasan. Pengorganisasian meliputi pembentukan pengurus dan pemberian wewenang kepada mereka yang akan berpartisipasi dalam program, perencanaan dengan mengidentifikasi masalah dan merancang program berdasarkan analisis masalah, pelaksanaan program, dan penilaian hubungan masyarakat untuk meningkatkan reputasi lembaga. Faktor penghambat strategi *public relation* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung yaitu terjadinya miskomunikasi karena masih ada di masyarakat sekitar yang kurang peduli kepada pendidikan anak yang disebabkan kurangnya faktor motivasi dalam diri masyarakat sehingga ketika ada pihak sekolah yang datang kurang tanggap dalam menyampaikan informasi terkait peserta didik. Setiap tindakan yang diambil oleh lembaga pendidikan, tentu akan memunculkan tantangan dan akibat dari tindakan tersebut. Tantangan strategi *public relation* dalam membangun citra baik lembaga di SMK NU Tulungagung diantaranya adanya peningkatan pendaftaran calon peserta didik baru, adanya pengakuan masyarakat terkait keberadaan sekolah.

## **Saran yang diberikan yaitu:**

### **1. Bagi SMK NU Tulungagung**

Berdasarkan visi, misi, dan tujuan lembaga baik untuk lingkungan internal maupun eksternal, temuan penelitian dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan menciptakan pola strategis. Jika lembaga menggunakan strategi yang baik dan dapat diterima, maka strategi tersebut akan menjadi bagian dari branding lembaga dan akan menonjol dibandingkan lembaga lain yang sejenis dalam hal kualitas dan posisi.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hendaknya mampu mengungkapkan lebih dalam lagi tentang strategi public relation untuk membangun citra baik lembaga, terutama kegiatan humas yang masih belum tercantum dalam penelitian ini dan memperluas pengetahuan mengenai apa saja yang menjadi tanggung jawab praktisi humas dalam mempertahankan citra dan eksistensi sekolah agar terus maju dan berkembang yang akan diteliti oleh peneliti selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afkarina, N. I. (2018). Strategi komunikasi humas dalam membentuk public opinion lembaga pendidikan. *Jurnal Idaarah*, 2(1), 50–63.
- Baharun, H. (2015). Penerapan pembelajaran active learning untuk meningkatkan hasil belajar siswa di madrasah. *Jurnal Pendidikan Pedagogik*, 1(1), 34–56.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1998). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Allyn and Bacon.
- Dakir. (2018). *Manajemen humas di lembaga pendidikan era global*. K-Media.
- Fitri, A. Z., & Haryanti, N. (2020). *Metodologi penelitian pendidikan: Kuantitatif, kualitatif, mixed method dan research and development*. Madani Media.
- Harini, I. N. (2014). Manajemen hubungan masyarakat dalam upaya peningkatan pencitraan sekolah (studi kasus di SMP Al-Hikmah Surabaya). *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(4), 18.
- Hasan, M. (2017). *Manajemen public relations dalam membangun citra dan kontestasi perguruan tinggi keagamaan Islam swasta (Studi pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan)*. Nuansa, 14(1).
- Laksana, M. W., & Mukarom, Z. (2015). *Manajemen public relation: Panduan efektif pengelolaan hubungan masyarakat*. Pustaka Setia.
- Moleong, L. J. (2013). *Metode penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyono. (2020). *Manajemen administrasi & organisasi pendidikan*. Ar-Ruzz Media.

- Mundiri, A. (2016). Strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun branding image. *Jurnal Pendidikan Pedagogik*, 3(2), 58–72.
- Nasution, Z. (2010). Manajemen humas di lembaga pendidikan: Konsep, fenomena, dan aplikasinya. UMM Press.
- Patoni, A., & Haryanti, N. (2023). Manajemen humas dan pelayanan publik berbasis digital. Empatdua Media.
- Priandono, F. (2019). Manajemen humas pendidikan dalam upaya pencitraan sekolah di sekolah menengah kejuruan. *At-Ta'lim: Media Informasi Pendidikan Islam*, 18(2), 391–410.
- Qibtiyah, M. (2018). Strategi kepala sekolah dalam membangun citra sekolah swasta menuju sekolah unggul berkompetitif di SMP ArRohmah Putri Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Rahmat, A. (2016). Manajemen humas sekolah. Media Akademi.
- Rohman, A. (2017). Dasar-dasar manajemen. Inteligencia Media.
- Rojaki, M., Fitria, H., & Martha, A. (2021). Manajemen kerja sama sekolah menengah kejuruan dengan dunia usaha dan dunia industri. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 6337–6349.
- Wijaya, I. S., & Al-Amin, M. (2020). Strategi public relation dalam pengembangan brand image sekolah di sekolah dasar Islam terpadu (SDIT) Kota Samarinda. *Lentera*, 4(2), 152–169.
- Yin, R. K. (1987). *Case study research: Design and methods*. Sage Publication.
- Yin, R. K. (2002). *Case study research: Design and methods*. Sage Publication.