

**PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN PEMASARAN SEKOLAH
DI SMK MAARIF NU 1 WANGON**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd.)**

**Oleh
TRIANA IDA LESTARI
NIM 1817401086**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya :
Nama : Triana Ida Lestari
NIM : 1817401086
Jenjang : S-1
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran, juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 23 Mei 2022

Saya yang menyatakan,



Triana Ida Lestari
NIM. 1817401086



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBİYAH DAN ILMU KEGURUAN**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul :

**PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN PEMASARAN SEKOLAH
DI SMK MAARIF NU 1 WANGON**

Yang disusun oleh: Triana Ida Lestari NIM: 1817401086, Jurusan Pendidikan Islam, Program Studi: Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari: Jum'at, 10 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada sidang Dewan Penguji skripsi.

Penguji I/Ketua sidang/Pembimbing,

Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd.
NIP. 197204202003121001

Penguji II/Sekretaris Sidang,

Dr. Sri Winarsih, M.Pd.
NIP. 197305122003122001

Penguji Utama,

Mujibur Rohman, M.S.I.
NIP. 198309252015031002

Mengetahui :
Dekan,

Dr. H. Suwito, M.Ag.
NIP. 197104241999031002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munaqosyah
Skripsi Sdr. Triana Ida
Lestari
Lamp : Eksemplar

Kepada Yth,
Dekan FTIK UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melaksanakan bimbingan, telaah arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari :

Nama : Triana Ida Lestari
NIM : 1817401086
Jenjang : S-1
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Judul : Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Ma'arif
NU 1 Wangon

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan FTIK UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 17 Juni 2022

Pembimbing

Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd.

NIP.197204202003121001

PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN PEMASARAN SEKOLAH

DI SMK MAARIF NU 1 WANGON

TRIANA IDA LESTARI

NIM. 1817401086

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon, media apa saja yang digunakan, hambatannya apa saja dan bagaimana solusi mengatasi hambatan tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Informan penelitian dalam penelitian ini adalah Wakil Kepala Sekolah Bidang Hubungan Masyarakat (Waka Humas). Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu analisis interaktif dengan tahap: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber dan teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu: 1) peran humas sebagai komunikator terhadap publik internal yaitu siswa, karyawan/staf, guru, dan kepala sekolah dilakukan melalui rapat resmi dan rapat koordinasi. Sedangkan publik eksternal yaitu orang tua wali murid, DU/DI, masyarakat dan beberapa perusahaan/PT melalui rapat wali murid, rapat komite, kerjasama dengan DU/DI, serta kerjasama dengan beberapa perusahaan/PT, 2) peran humas sebagai pembina hubungan (*relationship*) yaitu menciptakan hubungan yang baik antar seluruh warga sekolah, masyarakat, DU/DI dan beberapa perusahaan/PT, 3) peran humas sebagai back up management yaitu sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi, 4) peran humas dalam membangun citra SMK yaitu selalu membina siswa dan seluruh warga sekolah untuk bersikap sopan, santun, ramah dan tamah kepada seluruh masyarakat, menciptakan lingkungan yang kondusif di sekolah, meningkatkan kualitas pendidikan dan pelayanan yang baik terhadap masyarakat, 5) peran humas dalam mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu pemasangan *banner*, presentasi serta sosialisasi ke SMP-SMP di Kecamatan Wangon dan sekitarnya, promosi dari mulut ke mulut, penyebaran brosur, dan informasi pendaftaran di website SMK Maarif NU 1 Wangon. Hambatan humas yaitu, 1) kurangnya antusias masyarakat, 2) kurangnya kerjasama dengan instansi-instansi terkait, 3) Sulitnya mencari tempat PKL, 4) terbatasnya anggaran atau dana, 5) kurangnya koordinasi humas dengan pihak internal. Upaya mengatasi hambatan yaitu: 1) mengajak dan mengundang perwakilan masyarakat, 2) mencari dan menjalin kerjasama dengan instansi terkait dalam pelaksanaan PKL, 3) menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat, 4) sopan santun serta ramah terhadap masyarakat, 5) menyamakan persepsi.

Kata Kunci : Pemasaran, Peran Humas

THE ROLE OF PUBLIC RELATIONS IN SCHOOL MARKETING ACTIVITIES AT SMK MAARIF NU 1 WANGON

Triana Ida Lestari

NIM. 1817401086

ABSTRACT

This study aims to determine how the role of public relations in school marketing activities at SMK Maarif NU 1 Wangon, the media to be used, what are the obstacles, and how are the solutions to overcome these obstacles.

This research is a descriptive qualitative study. The informants in this study are Deputy Principal for Public Relations. Data collection techniques used are observation, interview and documentation. The data analysis technique is an interactive analysis with stages: data reduction, data presentation and conclusion. Technique authenticity of data used is the technique of triangulation of sources and technique.

The results show that the role of public relations in school marketing activities at SMK Maarif NU 1 Wangon, namely: 1) the role of public relations as a communicator to the internal public, there are: the students, the employees / staffs, the teachers, and the principals are done through official meetings and coordination meetings, whereas the external public are student guardians, DU/DI, the society and several companies/PT through parent meetings, committee meetings, cooperation with DU/DI, as well as collaboration with the several companies/PT, 2) the role of public relations as a builder of create a good relationship between all people in schools, communities, DU / DI, several companies/PT, 3) the role of public relations as back up management namely as a supporter in the organizations management function, 4) the role of public relations in building image of Vocational Highschool always encourages students and the entire school community to be polite, courteous, friendly and welcoming to all people, creating a conducive environment in schools, improving the quality of the education and the good service to the community. 5) the role of public relations in promoting SMK Maarif NU 1 Wangon uses banner, presentation and dissemination to the junior high schools in districts Wangon and the surrounding areas, word-of-mouth, distribution of brochures and registration information on the website of SMK Maarif NU 1 Wangon. The obstacles of public relations are: 1) the lack of public enthusiasm, 2) the lack of cooperation with relevant agencies, 3) the difficulty in finding a place PKL, 4) a limited budget or funding, 5) lack of public relations coordination with internal parties. The efforts to overcome obstacles are: 1) encouraging and inviting the representatives of the community, 2) looking for and doing cooperation with relevant agencies in the implementation of PKL, 3) establishing good communication with the public, 4) being polite and friendly to the publics, 5) uniforming perception.

Keywords: Marketing, Role of Public Relations

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”¹

(Q.S. Al-Anfal/8: 27)



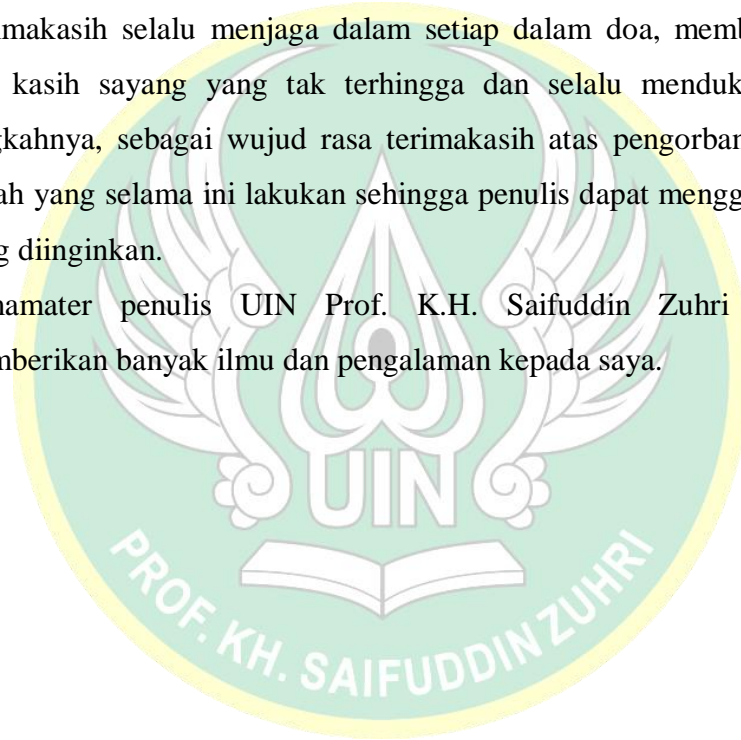
¹ <https://kalam.sindownews.com/ayat/27/8/al-anfal-ayat-27>, diakses pada 11 Juni 2022.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman jahiliyah hingga ke zaman yang penuh barokah.

Dengan ketulusan hati, penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Hadi Prayitno dan Ibu Salimah, serta satu kakak penulis, Anita Dewi dan satu adik penulis, Rafli Adi Dermawan. Terimakasih selalu menjaga dalam setiap dalam doa, memberikan cinta dan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu mendukung disetiap langkahnya, sebagai wujud rasa terimakasih atas pengorbanan dan jerih payah yang selama ini lakukan sehingga penulis dapat menggapai cita-cita yang diinginkan.
2. Almamater penulis UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman kepada saya.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberi banyak kenikmatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon”. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SWT yang telah menuntun kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang penuh barokah.


Dengan rasa syukur dan ketulusan hati, penulis sampaikan kepada berbagai pihak yang telah memberikan dorongan motivasi, bimbingan, arahan dan bantuan serta doa yang tak terlupakan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto,
2. Dr. Suparjo, M.A., selaku Wakil Dekan I Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto,
3. Dr. Subur, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto,
4. Dr. Hj. Sumiarti, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto,
5. Dr. Novan Ardy Wiyani, M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto,
6. Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing skripsi penulis, yang selalu sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi,
7. Segenap Dosen dan Staf Administrasi UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto,
8. Bapak Drs. Mukhtarom, M.S.I., selaku Kepala SMK Maarif NU 1 Wangon,
9. Bapak Moch. Ali Sobirin, S.Pd.I., selaku Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas

10. Segenap tenaga pendidik dan kependidikan SMK Maarif NU 1 Wangon,
11. Bapak dan Ibu penulis, Bapak Hadi Prayitno dan Ibu Salimah, kakak penulis, Anita Dewi dan adik penulis, Rafli Adi Dermawan yang selalu memberikan rasa cinta dan kasih sayangnya, serta doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis,
12. Teman-teman seperjuangan kelas MPI B Tahun 2018, yang selalu memberikan semangat dan motivasi,
13. Teman-teman teman senasib dan seperjuangan: Mudah Ningsih, Dina Lestari, Syehrotul Khikmah, Dina Takbiriyah yang selalu setia menerima setiap keluh kesah penulis,
14. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini bukan merupakan suatu karya yang sempurna, melainkan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua, tentunya bagi penulis sendiri.

Purwokerto, 23 Mei 2022
Penulis,



Triana Ida Lestari
NIM. 1817401086

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Definisi Konseptual.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Kajian Pustaka	8
F. Metode Penelitian.....	11
G. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Hubungan Masyarakat (Humas)	18
1. Pengertian Humas	18
2. Peran dan Tujuan Humas	19
3. Fungsi Humas	24
4. Bentuk Humas	26
5. Sasaran/Khalayak Humas	27
6. Media Hubungan Masyarakat.....	30
7. Komunikasi Public Relations	32
8. Pentingnya Hubungan Sekolah dengan Masyarakat dan Pentingnya Peran Masyarakat bagi Sekolah.....	33

B. Pemasaran atau Promosi	37
1. Pengertian Pemasaran	37
2. Pemasaran Pendidikan.....	38
3. Strategi Promosi di Lembaga Pendidikan	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	44
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	44
C. Objek Penelitian	45
D. Subjek Penelitian.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data	48

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	50
1. Sejarah Singkat SMK Maarif NU 1 Wangon	50
2. Profil SMK Maarif NU 1 Wangon.....	51
3. Letak Geografis.....	51
4. Visi, Misi dan Tujuan.....	51
5. Keadaan Guru, Tenaga Kependidikan SMK Maarif NU 1 Wangon.	52
B. Penyajian Data	56
1. Gambaran Umum Humas di SMK Maarif NU 1 Wangon	56
2. Peran Humas sebagai Communicator	57
3. Humas sebagai Pembina Hubungan.....	61
4. Humas sebagai Back Up Management.....	63
5. Peran Humas sebagai Pembangun citra.....	63
6. Peran Humas dalam Mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon	64
7. Penggunaan Media Komunikasi	66
8. Hambatan Humas SMK Maarif NU 1 Wangon	67
9. Upaya yang Dilakukan dalam Mengatasi Hambatan	69
C. Analisis Data.....	71
1. Peran humas sebagai komunikator.....	71
2. Peran humas sebagai pembina hubungan (relationship).....	72
3. Peran humas sebagai back up management	72
4. Peran humas sebagai pembangun citra (corporate image)	73

5. Peran Humas dalam Mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon	73
6. Penggunaan Media Komunikasi	74
7. Hambatan Pelaksanaan Humas SMK Maarif NU 1 Wangon	75
8. Upaya Mengatasi Hambatan Humas SMK Maarif NU 1 Wangon	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	106



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Guru, Tenaga Kependidikan SMK Maarif NU 1 Wangon ..	52
Tabel 4.2 Daftar Peserta Didik SMK Maarif NU 1 Wangon	54
Tabel 4.3 Daftar Sarana Prasarana	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Metode Pengumpulan Data.....	84
Lampiran 2 Pedoman Wawancara	85
Lampiran 3 Brosur SMK Maarif NU 1 Wangon.....	88
Lampiran 4 Dokumentasi	89
Lampiran 5 Surat Keterangan Seminar Proposal Skripsi.....	93
Lampiran 6 Permohonan Ijin Riset Individual	94
Lampiran 7 Pemberitahuan Balasan Riset Individual.....	95
Lampiran 8 Surat Keterangan Wakaf	96
Lampiran 9 Blangko Bimbingan Skripsi	97
Lampiran 10 Rekomendasi Munaqosyah	99
Lampiran 11 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab.....	100
Lampiran 12 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris.....	101
Lampiran 13 Sertifikat BTA/PPI.....	102
Lampiran 14 Sertifikat KKN	103
Lampiran 15 Sertifikat PKL	104
Lampiran 16 Sertifikat Aplikasi Komputer.....	105

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan adalah suatu proses pembentukan kepribadian yang mandiri dalam suatu masyarakat sampai terbentuk suatu budaya yang beradab dan memiliki skill. Proses Pendidikan pada dasarnya memberikan tiga ranah yaitu: pengetahuan (kognitif), ketrampilan (psikomotor) dan sikap (afektif). Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah bagian dari sekolah yang setara dengan SMA/MA, setelah menempuh pendidikan di SMP/MTs. Yang materi pengajarannya lebih ditekankan kepada praktik, bukan hanya teori, dikandung maksud agar anak setelah lulus memiliki ketrampilan (*life skill*).

Agar masyarakat memberikan kepercayaan kepada sekolah, maka harus mempunyai produk baru yang ditawarkan pada masyarakat, sehingga masyarakat tertarik dengan pendidikan yang didasarkan pada prinsip-prinsip terampil dan produktif, dengan tetap berpedoman pada ke-Islaman (tauhid dan tarbiyah), serta terpadu (terintegratif), antara pelajaran umum dengan pelajaran agama, dan peningkatan life skill kepada peserta didik, agar setelah selesai (lulus) bisa bekerja atau usaha mandiri.²

Tuntutan produk dunia pendidikan, masyarakat mengharap agar anak selesai sekolah memiliki ketrampilan (*life skill*). Akhirnya mereka berusaha menyekolahkan putra, putrinya, ke pendidikan formal, yang lulusannya bermanfaat ilmunya, bisa langsung bekerja. Mereka akhirnya mencari alternatif dengan menyekolahkan putra-putrinya di Sekolah menengah Kejuruan (SMK).

Pemasaran sekolah dan humas merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Pemasaran merupakan salah satu tugas wajib yang harus dilaksanakan oleh seorang humas sekolah. Hal ini dikarenakan salah satu tugas humas adalah untuk menjalin komunikasi kepada masyarakat,

² Jumanta Handayama, *Model dan Metode Pembelajaran dan Karakter*, (Bogor: Penerbit Ghalia-Indonesia, 2014) hal. 1

pemasaran adalah salah satu bentuk menjalin komunikasi kepada masyarakat dengan cara mengenalkan sekolah menggunakan strategi tertentu. Penyusunan strategi yang tepat merupakan kunci kesuksesan sekolah memperoleh peserta didik baru. Strategi humas dalam memasarkan sekolah dapat dikatakan berhasil apabila banyak peminat calon peserta didik baru yang akan mendaftarkan dirinya ke sekolah tersebut sehingga akan terjadi kenaikan jumlah peserta didik setiap tahunnya.

Di masa pandemi Covid-19 seperti sekarang, humas sekolah harus bekerja secara ekstra untuk melaksanakan pemasaran sekolah. Pemasaran sekolah yang dilakukan ini tetap menerapkan protokol kesehatan dan anjuran pemerintah yakni pelaksanaan pemasaran yang dilakukan harus secara daring. Untuk dapat melaksanakan pemasaran, humas perlu membuat strategi pemasaran untuk diterapkan dalam masa pandemi Covid-19. Pembuatan strategi dalam pemasaran pendidikan memerlukan metode, langkah dan teknik manajerial yang baik.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi pendahuluan diperoleh informasi bahwa Sekolah Menengah Kejuruan terutama di wilayah Kecamatan Wangon ini antara lain yaitu SMK Bunda Satria Wangon, SMK Maarif NU 1 Wangon dan SMK Sriwijaya Wangon.

Adapun yang membedakan SMK Maarif NU 1 Wangon ini dengan Sekolah Menengah Kejuruan pada umumnya yaitu SMK Ma'arif NU 1 Wangon merupakan SMK satu-satunya di Kecamatan Wangon yang bernuansa Islami yang merupakan bagian dari lembaga pendidikan Islam yaitu Lembaga Pendidikan Ma'arif itu sebabnya banyak orang tua atau wali murid memasukkan putra-putrinya di SMK Ma'arif NU 1 Wangon agar memperoleh ilmu agama. Selain itu SMK Maarif memiliki program keahlian baru dibidang kesehatan yaitu dengan membuka jurusan farmasi. Alasan lain yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu sekolah tersebut selama 25 tahun telah meraih berbagai kejuaraan dibidang akademik maupun non akademik bahkan kejuaraan Islami. Hal tersebut menjadi bukti bahwa humas sekolah telah sukses melaksanakan tugas

dan fungsinya untuk membuat citra yang baik dan menarik peminat calon peserta didik baru atau masyarakat.

Pelaksanaan dari Humas SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu memiliki beberapa strategi dalam mengembangkan pemasaran sekolah. Strategi yang dilakukan oleh humas SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu sebagai berikut :

1. Menganalisis Situasi

Ketika akan mengenalkan Sekolah Menengah Kujuran (SMK), pihak humas SMK Maarif NU 1 Wangon harus tahu situasi dan kondisi di tempat tujuan yg akan dituju. Untuk mengetahui fakta di lapangan atau hal-hal yg berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi instansi yang terkait atau audience program yg akan dijalankan.

2. Perencanaan dan program yang akan dilakukan

Setelah mengetahui situasi, selanjutnya menyusun rencana dan program yang tepat untuk dijalankan di lingkungan tujuan. Dalam pemasaran kegiatan pendidikan diperlukan perencanaan sebagai faktor kunci keberlangsungan kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan oleh lembaga.

Tujuan dari perencanaan pemasaran pendidikan adalah untuk membuat dan memberikan gambaran secara konseptual dan menyeluruh mengenai aktivitas yang akan dilakukan ketika melaksanakan pemasaran pendidikan. SMK Maarif NU 1 Wangon dalam kegiatan perencanaan terfokus pada dua aktivitas pemasaran yaitu aktivitas promosi dan aktivitas research media and development.

3. Action dan Communicating

Aksi dan komunikasi yang baik dengan pihak-pihak terkait untuk bisa melakukan pengenalan SMK kepada lingkungan sekitar dan pusat. Pelaksanaan dalam konteks pemasaran pendidikan dapat dilakukan dengan memberikan hal unik yang dapat menarik pelanggan (peserta didik).³ Hal

³ Muhaimin, Suti'ah., Sugeng L.P, *Manajemen Pendidikan dan Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah Edisi Pertama*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), hal. 104

unik tersebut nantinya akan dioptimalkan oleh sekolah agar dapat membantu sekolah dalam menarik minat pelanggan memilih sekolah tersebut sehingga kebutuhan sekolah mengenai jumlah peserta didik akan mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Strategi yang dilakukan oleh humas di sekolah ini yaitu meliputi :

- a. Melakukan pendaftaran secara daring (online) karena pandemi
 - b. Optimalisasi Database
 - c. Kerjasama sekolah
 - d. Melakukan social media campaign
 - e. Digital marketing
4. Pemantaun dan Evaluasi

Setelah melaksanakan kegiatan, langkah selanjutnya yaitu melakukan pemantauan dan mengevaluasi apa yang sudah dilaksanakan. Supaya nanti kedepannya jika akan melaksanakan kegiatan yang sama memiliki tolak ukur dan dapat merencanakan program yang lebih baik dan menarik lagi. Seluruh kegiatan yang telah dilakukan oleh setiap lembaga pendidikan hendaknya dilakukan pemantauan hasil kegiatan tersebut.

Oleh karena itu, didasarkan pada observasi pendahuluan peneliti melihat bahwa pengelolaan sekolah yang terdapat di SMK Maarif NU 1 Wangon terkoordinir sesuai dengan tugas masing-masing. Namun, dari pengelolaan SMK Maarif NU 1 Wangon, menurut peneliti yang menarik perhatian untuk diteliti adalah pengelolaan humas. Pengelolaan humas di SMK Maarif NU 1 Wangon sangat signifikan dalam pencapaiannya. Keberhasilan pengelolaan humas yang tercapai salah satu adalah terjadinya peningkatan peserta didik pada setiap tahun ajaran baru. Mengingat SMK Maarif NU 1 Wangon adalah sekolah yang dapat dikatakan masih baru dibandingkan SMK Bunda Satria Wangon. Hal ini merupakan tugas bidang humas yang tidak kalah pentingnya dengan bidang-bidang lain yang terdapat dalam manajemen sekolah. Diantara tugas bidang kehumasan adalah untuk memberikan informasi kepada pihak internal dan eksternal sekolah mengenai program-program

sekolah yang memiliki tujuan untuk meningkatkan mutu dan tujuan dari lembaga pendidikan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah digambarkan diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian di SMK Maarif NU 1 Wangon. Dengan mengambil judul “Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon”.

B. Definisi Konseptual

Sebelum membahas penelitian lebih lanjut, peneliti akan terlebih dahulu menjelaskan istilah-istilah yang dipakai dalam judul penelitian dengan tujuan untuk memudahkan pembaca serta menghindari kesalahpahaman pemaknaan istilah dalam penelitian yang dibahas. Dengan judul Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon, maka peneliti akan menjelaskan tentang istilah-istilah penting dalam penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Peran Humas

Peran Humas adalah tindakan yang dilakukan oleh seorang humas atau hubungan masyarakat atau dalam Bahasa Inggris public relation di suatu peristiwa atau kegiatan dalam rangka mencapai tujuan penciptaan opini masyarakat atau pembentukan suatu citra dari organisasi.⁴ Peran humas dalam lembaga pendidikan dapat diartikan bahwa suatu kegiatan yang dilakukan oleh sebuah lembaga atau organisasi yaitu sekolah untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan masyarakat yang bertujuan untuk mendapatkan kepercayaan, pengertian serta dukungan secara sukarela serta mendorong minat dan tanggungjawab masyarakat dalam usaha memajukan sekolah.⁵

2. Kegiatan Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan

Kegiatan pemasaran sekolah merupakan sebuah peristiwa atau kegiatan mempromosikan atau mengenalkan sebuah lembaga pendidikan

⁴ Hartono, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1960) hal. 325

⁵ Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam Konsep, Strategi dan Aplikasinya*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2009) hal. 144

yang mempersiapkan lulusannya berkompeten disuatu bidang yang diambil dan mencetak peserta didiknya yang siap bekerja dibidang teknis.⁶

Dari apa yang telah dipaparkan diatas, maka penelitian ini akan berfokus mengkaji tentang peran humas yang meliputi kegiatan pemasaran sekolah yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan serta pemantauan dan evaluasi yang diselenggarakan di SMK Maarif NU 1 Wangon.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis mengambil rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon?
2. Media apa saja yang digunakan humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon?
3. Apa saja hambatan yang ditemui dalam kegiatan pemasaran sekolah?
4. Apa upaya yang ditempuh untuk mengatasi hambatan yang ditemui dalam kegiatan pemasaran sekolah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui bagaimana peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon
- b. Mengetahui media yang digunakan humas dalam kegiatan pemasaran sekolah
- c. Mengetahui berbagai hambatan yang dihadapi humas dalam kegiatan pemasaran sekolah
- d. Mengetahui upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan yang dihadapi humas dalam kegiatan pemasaran sekolah

⁶ Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011) hal. 337

2. Manfaat Penelitian

a. Secara teoritis

Hasil penelitian diharapkan :

- 1) Dapat dijadikan salah satu tambahan khasanah ilmu pengetahuan khususnya menyangkut peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah
- 2) Dapat memberi kontribusi pemikiran bagi kajian lebih lanjut tentang peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah
- 3) Dapat dijadikan rujukan dalam penerapan kegiatan pemasaran sekolah yang dilakukan oleh humas sekolah

b. Secara praktis

Hasil penelitian diharapkan :

- 1) Bagi Kepala Sekolah Menengah Kejuruan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran sekolah serta menjadi bahan pertimbangan untuk menentukan kebijakan dalam kegiatan pemasaran sekolah yang dilakukan oleh humas sekolah.

- 2) Bagi Tenaga Pendidik

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja tenaga pendidik dalam memberikan pelayanan dan pembinaan kepada siswa.

- 3) Bagi Komite Sekolah

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk meningkatkan mutu pelayanan dan hasil pendidikan disekolah

- 4) Bagi Pihak Kedinasan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dan pertimbangan dalam memperbaiki kebijakan terkait kegiatan pemasaran sekolah

- 5) Bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk digunakan oleh peneliti selanjutnya dalam melakukan

penelitian mengenai peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan kajian teori yang membahas pada informasi permasalahan penelitian yang hendak dipecahkan melalui penelitian. Dalam hal ini penelitian yang membahas tentang peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon. Untuk memahami lebih lanjut dan mempermudah peneliti menyusun penelitian, maka peneliti perlu mengkaji beberapa karya yang mempunyai relevansi terhadap judul penelitian ini, antara lain:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Hendri mahasiswa UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi tahun 2021 yang berjudul implementasi strategi pemasaran pendidikan di MTs Laboratorium UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Dari hasil penelitiannya menjelaskan bahwa, sebelum melaksanakan promosi pemasaran pendidikan, MTs Laboratorium UIN STS Jambi senantiasa mengamati komponen strategi atau formulasi strategi pemasaran yakni dengan mengenali segmentasi pasar dan mengamati persaingan pasar yang ada diprovinsi Jambi khususnya kota Jambi. Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan peneliti melihat bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh MTs Laboratorium UIN STS Jambi yaitu dengan menerapkan komponen bauran pemasaran (marketing mix) selain itu, di MTs Laboratorium UIN STS Jambi juga mengenalkan visi dan misi, semuaprogram, dan aktivitas pendidikan yang ada di dalam MTs Laboratorium UIN STS Jambi kepada masyarakat luas dengan sistem kunjungan lapangan ke SD/MI di kota Jambi sehingga mereka dapat melihat dan berinteraksi secara langsung dengan semua komponen sekolah, siswa dan lingkungan sekolah.⁷

Adapun kesamaan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran pendidikan dan untuk perbedaannya yaitu jika penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana strategi pemasaran pendidikan pada

⁷ Hendri, Skripsi: “*Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Laboratorium UIN STS Jambi*” (Jambi: UIN STS, 2021) hal 34-36

tingkat MTS atau sederajat. Sedangkan penelitian penulis mengarah pada pembahasan tentang strategi pemasaran pendidikan di tingkat SMK.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh Khairil Pirli mahasiswi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi tahun 2021 yang berjudul strategi pemasaran pendidikan di SMA Negeri 11 Muaro Jambi. Dari hasil penelitiannya menjelaskan bahwa, dalam memasarkan sebuah lembaga pendidikan, SMA Negeri 11 Muaro Jambi memasarkan dari internal dan eksternal. Secara internal, pemasaran yang digunakan dari internal ialah dengan adanya guru yang profesional di bidangnya kemudian adanya kegiatan ekstrakurikuler, dengan adanya kegiatan ekstrakurikuler di SMA Negeri 11 Muaro Jambi, bisa mengharumkan nama sekolah karena mengikuti lomba bisa akan membawa nama baik sebuah sekolah. Sedangkan secara eksternal, pemasaran eksternal SMA Negeri 11 Muaro Jambi dengan memasang spanduk di sekolah pendukung dan tempat keramaian seperti di pasar, dan juga dipersimpangan jalan raya. Kemudian strategi promosi yang digunakan SMA Negeri 11 Muaro Jambi dengan brosur dan media sosial seperti facebook, Instagram dan Website.⁸

Dalam penelitian ini, Khairil Pirli memiliki fokus penelitian yang sama dengan peneliti lakukan yaitu menjelaskan mengenai strategi pemasaran pendidikan pada tingkat sekolah menengah atas atau kejuruan atau sederajat. Hanya saja, penelitian Khairil Pirli lebih terfokus pada tingkat SMA, sedangkan penelitian penulis lebih terfokus di tingkat SMK.

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Novia Setia Rahmawati dan Syunu Trihantoyo yang berjudul strategi humas dalam meningkatkan pemasaran SMK di masa pandemi covid-19 melalui network marketing. Hal yang dilakukan oleh humas yaitu *pertama*, menerapkan marketing mix yang dilakukan secara daring (online). Di dalam penerapan marketing mix ini seorang humas dapat menerapkan 7 unsur pemasaran yang disingkat 7P yang meliputi product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan

⁸ Khairil Pirli, Skripsi: “*Strategi Pemasaran Pendidikan di SMA Negeri 11 Muaro Jambi*” (Jambi: UIN STS, 2021) hal 32-34

process. *Kedua*, dalam pemasaran sekolah penerapan network marketing dapat dilakukan dengan 3 cakupan yakni network edukatif, network kultural dan network institusional. *Ketiga*, penerapan strategic management marketing dapat dilakukan dengan pihak humas bekerjasama dengan tim marketing sekolah untuk melaksanakan kegiatan pemasaran.⁹

Adapun persamaan penelitian Novia Setia Rahmawati dan Syunu Trihantoyo dan penulis yakni sama menjelaskan mengenai kegiatan pemasaran sekolah pada tingkat SMK. Sedangkan perbedaannya yaitu apabila penelitian ini fokus pada strategi pemasaran SMK pada masa pandemi covid-19 melalui network marketing. Sedangkan penelitian penulis fokus pada peran humas dalam kegiatan pemasaran SMK.

Keempat, hasil penelitian dari Fajar Widyastuti yang berjudul “Peran Humas dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 4 Yogyakarta” Tahun 2012. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dan dengan jumlah responden sebanyak 3 orang. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan 1) peran sebagai komunikator. Wujud kegiatan peran sebagai komunikator meliputi rapat formal, presentasi profil sekolah, kerjasama dengan DU/DI, penyampaian informasi kepada alumni, pemerintah dan masyarakat umum. 2) peran sebagai pembina hubungan baik. Wujud kegiatan sebagai Pembina hubungan meliputi: pengajian bersama, membentuk Ikatan Keluarga guru dan karyawan, perayaan ulang tahun sekolah, dan turnamen-turnamen. 3) peran sebagai pembentuk citra. Wujud kegiatan sebagai pembentuk citra meliputi: menciptakan suasana kondusif sekolah, meningkatkan kualitas pendidikan, dan kinerja guru, pelayanan terhadap publik.¹⁰

⁹ Novia Setia Rahmawati, Syunu Trihantoyo, “Strategi Humas dalam Meningkatkan Pemasaran SMK dimasa Pandemi Covid-19 melalui Network Marketing”, Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol. 9 No. 3, 2021, hal 546

¹⁰ Fajar Widyastuti, Skripsi, “Peran Humas dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 4 Yogyakarta”, (Yogyakarta: UNY, 2012) hal. 54-56

Adapun persamaan penelitian Fajar Widyastuti dan peneliti yakni sama menjelaskan mengenai peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah pada tingkat SMK. Sedangkan perbedaannya yaitu apabila penelitian ini fokus hanya pada peran humas dalam membangun citra Sekolah Menengah Kejuruan. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu fokus pada peran humas dalam kegiatan pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan yaitu peran humas sebagai komunikator, pembina hubungan, back up management, membangun citra sekolah dan mempromosikan sekolah.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian fenomenologi. Fenomenologi dapat diartikan ilmu-ilmu tentang fenomena yang menampakkan diri dari kesadaran peneliti. Dalam arti luas, fenomenologi atau ilmu tentang gejala atau hal-hal apa saja yang tampak.¹¹ Menurut pandangan fenomenologis peneliti berusaha memahami arti daripada suatu peristiwa atau fenomena dan kaitan- kaitannya dengan orang-orang dalam situasi-situasi tertentu.¹²

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati”.¹³ Hakikatnya penelitian kualitatif adalah satu kegiatan sistematis untuk melakukan eksplorasi atas teori dari fakta didunia nyata, bukan untuk menguji teori atau hipotesis. Penelitian kualitatif tetap mengakui fakta empiris sebagai sumber pengetahuan tetapi tidak menggunakan teori yang ada sebagai landasan untuk melakukan verifikasi.¹⁴

¹¹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014) hal 350-351

¹² Wayan Suwendra, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Nilacakra, 2018) hal 29-30

¹³ Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metedologi Penelitian*, (Sukabumi: CV Jejak, 2017) hal 44

¹⁴ Ajat Rukajat, *Pendekatan Pendidikan Kualitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018) hal 6-7

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih satu bulanyaitu pada bulan September 2021 diawali proses perizinan observasi secara lisan dengan kepala sekolah SMK Maarif NU 1 Wangon serta menyerahkan surat izin observasi pendahuluan yang didapat dari Fakultas.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu lembaga pendidikan maarif di Kabupaten Banyumas yaitu SMK Maarif NU 1 Wangon. Lembaga pendidikan tersebut merupakan satu-satunya lembaga pendidikan tingkat sekolah menengah kejuruan di Kecamatan Wangon yang bernuansa Islam.

4. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subyek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah segala sesuatu yang dijadikan sebagai data dalam sebuah penelitian. Jadi, subjek penelitian dapat diartikan sebagai seseorang, benda maupun segala hal yang dapat dijadikan sebagai informasi atau data yang diperlukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai subjek antara lain yaitu Kepala Sekolah dan Wakil Kepala Bidang Hubungan Masyarakat

b. Objek penelitian

Objek penelitian merupakan variabel atau apapun yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian. Jadi, objek penelitian dapat diartikan sebagai suatu permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitaian ini objeknya adalah peran humas dalam kegiatanpemasaran sekolah.

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalah suatu aktivitas mencari informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah sutu percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan secara langsung serta direncanakan olehpeawancara dan

yang diwawancarai untuk memberikan atau menerima informasi yang dibutuhkan.¹⁵

Ada beberapa wawancara, diantaranya yaitu:

- 1) Wawancara terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan dimana pewawancara telah mempersiapkan bahan wawancara terlebih dahulu dan disusun secara sistematis. Kemudian oleh pewawancara ditanyakan kepada responden untuk menghasilkan jawaban atau informasi yang diperlukan.
- 2) Wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara yang dilakukan dimana pewawancara tidak dibekali persiapan bahan wawancara serta tidak terikat dengan sistematika daftar pertanyaan tertentu, hanya terarahkan pada pedoman wawancara sehingga bebas dalam mengembangkan wawancara.
- 3) Wawancara semi terstruktur yaitu suatu bentuk wawancara yang sudah dipersiapkan, namun memberikan keleluasaan kepada responden untuk menerangkan jawaban tidak langsung ke fokus bahasan atau mungkin mengajukan topik bahasan sendiri.¹⁶

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ketiga jenis wawancara tersebut guna mendapatkan informasi atau data yang diperlukan untuk mengetahui tentang peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah yang diselenggarakan di SMK Maarif NU 1 Wangon,

b. Observasi

Observasi adalah suatu tindakan atau proses pengambilan informasi atau data yang mengharuskan peneliti untuk turun langsung ke lapangan, mengamati hal-hal yang berkaitan dengan tempat, kegiatan, pelaku, waktu dan tujuan.¹⁷

Apabila mengacu pada fungsi pengamat dalam kegiatan, maka

¹⁵ Mamik, *Metedologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015) hal 108

¹⁶ Ibid, hal 115

¹⁷ Ibid, hal 104

observasi dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu :

- 1) Participant observer yaitu suatu bentuk observasi yang dimana pengamat secara teratur berpartisipasi dan terlibat secara langsung dalam kegiatan yang diamati.
- 2) Non-participant observer yaitu suatu bentuk observasi yang dimana pengamat tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan atau dapat dikatakan bahwa pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamatinya.¹⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi partisipatif, dimana peneliti terlibat secara langsung dalam kegiatan yang diamati guna mendapatkan informasi atau data yang diperlukan untuk mengetahui tentang peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah yang diselenggarakan di SMK Maarif NU 1 Wangon.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh informasi atau data dalam bentuk buku, arsip, dokumen dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.¹⁹ Penelitian ini menggunakan metode tersebut untuk mendapatkan informasi atau data yang bersifat dokumentatif tentang kegiatan pemasaran sekolah yang dilakukan oleh humas sekolah maupun dokumen lainnya yang mendukung penelitian.

6. Teknik Analisa Data

Analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Menurut Noeng Muhadjir mengemukakan bahwa pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya.

¹⁸ Yusuf, M, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal 384

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal 329

Untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Sedangkan untuk meningkatkan pemahaman tersebut analisis perlu dilanjutkan dengan berupaya mencari makna”.²⁰

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari pola dan temanya, dengan demikian data yang telah direduksi akan memberi gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari data yang diperlukan lagi.²¹

b. Display Data

Setelah data direduksi, maka langkah kita selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori.²² Sedangkan dalam penelitian kualitatif ini peneliti menggunakan jenis display data dalam bentuk narasi yang mengenai pokok pembahasan mengenai peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK MaarifNU 1 Wangon

c. Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-

²⁰ Ahmad Rijali, “*Analisis Data Kualitatif*”, Jurnal UIN Antasari Banjarmasin, Vol. 17 No. 33 Januari-Juni 2018, hal 84

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018) hal. 247

²² Ibid, hal 249

remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.²³ Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan- kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka, dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan. Mula-mula belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.²⁴

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan kerangka dari penelitian yang digunakan untuk petunjuk dan gambaran tentang pokok-pokok yang akan dibahas peneliti dalam penelitian ini. Secara umum penelitian ini terdiri dari lima bab. Bagian awal terdiri dari halaman judul atau cover, halaman pernyataan keaslian, halaman pengesahan, halaman nota dinas pembimbing, halaman motto, halaman persembahan, halaman abstrak, halaman kata pengantar, dan daftar isi.

Bab satu, berisi tentang pendahuluan. Bab ini berisi gambaran secara umum mengenai penelitian yang dilakukan sehingga memudahkan pembaca mengetahui isi dari penelitian. Bab ini berisi latar belakang masalah, definisi konseptual, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab Dua, berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah menengah kejuruan (SMK) Maarif NU, yang terdiri dari dua sub bab. Sub bab pertama tentang peran humas yang meliputi pengertian peran humas, peran humas di lembaga pendidikan, tujuan

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018) hal. 253

²⁴ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif", *Jurnal Al-hadharah*, Vol. 17 No. 33, Januari-Juni 2018, hal 94

humas dalam lembaga pendidikan, ruang lingkup tugas humas, jenis-jenis kegiatan humas di sekolah. Sub bab kedua tentang kegiatan pemasaran sekolah yang meliputi pengertian kegiatan pemasaran sekolah, penerapan manajemen pemasaran sekolah, strategi pemasaran sekolah.

Bab Tiga, berisi tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab Empat, berisi tentang penyajian data hasil penelitian dan analisisnya mengenai gambaran umum lokasi penelitian dan peran humas dalam kegiatan sekolah pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi.

Bab Lima, tentang penutup yang mencakup kesimpulan dan saran dari keseluruhan hasil penelitian secara singkat. Bagian akhir skripsi memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup penulis.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Hubungan Masyarakat (Humas)

1. Pengertian Humas

Humas adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang pada suatu organisasi atau lembaga guna mempromosikan, memperkenalkan, membangun citra positif, dan menampung segala aspirasi masyarakat. Hubungan masyarakat atau humas, dalam istilah umum sering pula disebut dengan istilah bahasa Inggris yaitu “*public relations*”. Oleh karena itu humas memiliki arti yang sama dengan *public relations*.

Hubungan Masyarakat menurut definisi Frank Jefkins adalah “semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.” Hubungan ke dalam adalah hubungan antara seluruh komponen yang ada dalam sebuah organisasi atau lembaga. Hubungan keluar adalah hubungan yang dibina dengan orang-orang diluar organisasi.²⁵

Selanjutnya menurut *The British Institute of Public Relations (IPR)* humas atau *public relations* adalah :

Public relations practice is the deliberate, planned and sustained effort to establish and mutual understanding between an organization and its public. Artinya : upaya yang sungguh-sungguh, terencana, dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina saling pengertian antara organisasi dengan publiknya.²⁶

Sedangkan menurut Oemi Abdurrahman *public relations* adalah “suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *good-will*, kepercayaan, penghargaan, pada dan dari publik suatu badan

²⁵ Daniel Yadin, *Public Relations Frank Jeknis. Terjemahan*, (Jakarta: Erlangga) hal 10

²⁶ Rachmadi F, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gramedia, 1992) hal

khususnya dan masyarakat umum”.²⁷

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa humas adalah segenap kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang, baik komunikasi ke dalam maupun keluar secara berkesinambungan guna mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan dan memperoleh kepercayaan dari masyarakat.

2. Peran dan Tujuan Humas

a. Peran Humas

Peranan humas dalam suatu organisasi atau lembaga adalah memasarkan, menginformasikan terkait kegiatan, program-program kerja yang terdapat dalam organisasi atau lembaga agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Humas juga berperan menerima serta menganalisis kritik dan saran dari masyarakat luas terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan organisasi atau lembaga tersebut. Kritik dan saran yang diterima oleh praktisi humas kemudian dianalisis dan didiskusikan dengan pimpinan. Diskusi dengan pimpinan penting dilakukan agar terdapat solusi yang tepat dari kritik dan saran dari masyarakat tersebut.

Peranan humas atau *public relations* dalam organisasi ada empat kategori menurut Dozier & Broom yaitu :

1) Penasehat Ahli (*Expert Presciber*)

Petugas PR dianggap sebagai orang yang ahli. Tugasnya menasehati pimpinan perusahaan atau organisasi.

2) Fasilitator Komunikasi (*Communicationfasilisator*)

Peranan humas sebagai fasilitator komunikasi antara perusahaan/organisasi dengan publik. Baik dengan publik eksternal maupun internal.

²⁷ Oemi Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993) hal 26

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Peranan petugas humas sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah. Pada peranan ini petugas humas melibatkan diri atau dilibatkan dalam setiap manajemen.

4) Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Petugas humas dianggap sebagai pelaksana teknis komunikasi. Tugasnya menyediakan layanan di bidang teknis, sementara kebijakan dan keputusan teknik komunikasi mana yang akan digunakan bukan merupakan keputusan petugas humas.²⁸

Menurut Rosady Ruslan terdapat empat peran utama humas, yaitu (1) Sebagai *communicator* atau penghubung. (2) Membina *relationship*. (3) Peranan *back up management*. (4) Membentuk *corporate image*.²⁹

Jika dipaparkan secara rinci, empat peran utama humas tersebut adalah sebagai berikut :

Pertama, peran humas sebagai *communicator* atau penghubung dalam kegiatan komunikasi pada organisasi perusahaan, prosesnya berlangsung dalam dua arah timbal balik (*two way traffic reciprocal communication*). Dalam hal ini, disatu pihak melakukan fungsi komunikasi merupakan bentuk penyebaran informasi, dilain pihak komunikasi berlangsung dalam bentuk penyampaian pesan dan menciptakan opini publik (*public opinion*).

Kedua, membangun atau membina hubungan (*relationship*) yang positif dan baik dengan pihak publik sebagai target sasaran, yaitu publik internal dan eksternal. Khususnya dalam menciptakan saling mempercayai (*mutually understanding*) dan saling memperoleh manfaat bersama (*mutually symbiosis*) antara lembaga

²⁸ Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal 20

²⁹ Ibid, hal 10

atau organisasi perusahaan dan publiknya.

Ketiga, peranan back up management dan sebelumnya dijelaskan bahwa fungsi public relations melekat pada fungsi manajemen, berarti ia tidak dapat dipisahkan dari manajemen. Untuk mencapai tujuan tersebut dalam fungsi manajemen, menurut teori bahwa proses tersebut melalui tahapan yang terkenal POAC, yaitu singkatan dari *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggiatan) dan *controlling* (pengawasan). Lalu diikuti unsur lain yang terlibat dalam proses melakukan komunikasi dua arah untuk menunjang kegiatan bagian (departemen) lainnya.

Keempat, menciptakan citra perusahaan atau lembaga (*corporate image*) yang merupakan tujuan (*goals*) akhir dari suatu aktivitas program kerja humas baik untuk keperluan publikasi maupun promosi. Peranan *public relations* mencakup bidang yang luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak dan tidak hanya sekedar berbentuk relations arti sempit, karena personal relations mempunyai peranan yang cukup besar dalam melakukan kampanye *public relations*. Bagaimana meningkatkan kesadaran, pengertian dan pemahaman tentang aktivitas perusahaan atau lembaga, termasuk membentuk sikap yang meyenangkan (*favoritable*), itikad baik (*good will*), toleransi (*tolerance*), saling pengertian (*mutual understand*), saling menghargai (*mutual appreciation*) dan pada akhirnya akan menciptakan citra baik (*good image*).

Zulkarnain Nasution menjelaskan peranan humas di lembaga pendidikan kedepan, antara lain :

- 1) Membina hubungan harmonis kepada publik internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan, seperti : guru/dosen, tenaga administrasi dan siswa) dan hubungan kepada publik eksternal (di luar lembaga pendidikan, seperti : orang tua siswa, dan di luar

lembaga pendidikan).

- 2) Membina komunikasi dua arah kepada publik internal (dosen/guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa) dan publik eksternal (lembaga luar/instansi. Masyarakat, dan media massa) dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian, dan berbagai kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan.
- 3) Mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada di lembaga pendidikan maupun yang ada di masyarakat.
- 4) Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi- aspirasi yang terdapat di dalam masyarakat.
- 5) Bersikap terampil dalam menterjemahkan kebijakan- kebijakan pimpinan dengan baik.³⁰

Peranan humas erat kaitannya dengan fungsi humas terutama fungsi atau peranan humas di lembaga pendidikan. Pada era globalisasi akan banyak timbul masalah atau persoalan yang disebabkan karena kurang baiknya kinerja praktisi humas. Persoalan yang sering terjadi adalah adanya opini negatif dari publik terhadap suatu lembaga pendidikan tersebut.

Opini publik yang negatif akan menimbulkan dampak yang buruk bagi proses pencapaian tujuan lembaga pendidikan tersebut. Itulah mengapa humas mempunyai peranan penting dalam lembaga pendidikan, yaitu menciptakan opini positif publik terhadap lembaga pendidikan. Humas dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah (timbang balik) antara lembaga pendidikan yang diwakilinya dengan publik (masyarakat).

b. Tujuan Humas

Tujuan humas adalah menciptakan citra positif masyarakat terhadap organisasi atau lembaga, agar masyarakat percaya bahwa

³⁰ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), hal 24

organisasi atau lembaga tersebut merupakan organisasi atau lembaga yang memberikan manfaat untuk masyarakat, terutama masyarakat di sekitar organisasi tersebut berdiri. Tujuan humas menurut Frida Kusumastuti adalah :

- 1) Terpeliharanya dan terbentuknya saling pengertian (Aspek Kognisi)

Tujuan humas adalah membuat publik dan organisasi/lembaga saling mengenal. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Dengan demikian, aktivitas kehumasan haruslah menunjukkan adanya usaha komunikasi untuk mencapai saling kenal dan saling mengerti.

- 2) Menjaga dan membentuk saling percaya (Aspek Afeksi) Sikap saling percaya keberadaannya masih bersifat tersembunyi, yakni ada pada keyakinan seseorang (publik) terhadap kebaikan/ketulusan orang lain (organisasi/ lembaga) dan juga pada keyakinan organisasi/lembaga terhadap kebaikan/ketulusan publiknya.

- 3) Memelihara dan menciptakan kerjasama (Aspek Psikomotoris)

Bantuan dan kerjasama sudah dalam bentuk perilaku atau termanifestasikan dalam bentuk tindakan tertentu. Aspek psikomotoris dapat dilihat dari usaha humas sebagai wakil organisasi/lembaga untuk senantiasa terbuka terhadap pers yang menginginkan fakta, tidak mempersulit kerja pers dalam mendapat informasi dan menghubungi sumber berita.³¹

Oemi Abdurrahman menjelaskan bahwa tujuan humas atau *public relations* diantaranya adalah

mengembangkan *good-will* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan

³¹ Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hal 20-21

hubungan yang harmonis dengan publik, kegiatan *public relations* harus dikerahkan kedalam (internal) dan keluar (eksternal).

Tujuan internal *public relations* adalah mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja. Sedangkan tujuan eksternal *public relations* adalah untuk mengeratkan hubungan dengan orang-orang diluar instansi.³²

Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan humas adalah menciptakan kesan atau citra positif organisasi, lembaga atau perusahaan terhadap masyarakat. Kegiatan *public relations* harus dikerahkan kedalam (internal) dan keluar (eksternal). Tujuan internal *public relations* adalah mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja. Sedangkan tujuan eksternal *relations* adalah untuk mengeratkan hubungan dengan orang-orang diluar instansi.

3. Fungsi Humas

Fungsi humas erat kaitannya dengan peranan humas, sesuai yang telah dijelaskan pada peranan humas diatas, yaitu menciptakan opini positif publik terhadap lembaga pendidikan. Humas dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah (timbang balik) antara lembaga pendidikan yang diwakilinya dengan publik (masyarakat). Komunikasi dua arah (timbang balik) tersebut diserahkan secara sepenuhnya kepada staf hubungan masyarakat (humas).

Renald Kasali menjelaskan bahwa fungsi *public relations* atau manajemen humas adalah :

Fungsi manajemen humas yang bertujuan menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan atau produknya terhadap segmen masyarakat, yang kegiatannya langsung ataupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi, lembaga, perusahaan dan produknya.

³² Oemi Abdurrahman, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993), hal 34

Maksud dari pendapat Renald Kasali tersebut adalah bahwa humas mempunyai fungsi dalam menciptakan persepsi atau kesan baik dari masyarakat yang berhubungan langsung atau yang memberikan dampak bagi masa depan organisasi atau lembaga itu sendiri.³³

Zulkarnain Nasution menjelaskan fungsi-fungsi manajemen humas dalam lembaga pendidikan antara lain :

- a. Mampu sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung (komunikasi tatap muka) dan tidak langsung (melalui media pers) kepada pimpinan lembaga dan publik intern (dosen/guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa).
- b. Mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan mempublikasi lembaga pendidikan. Dalam hal ini humas bertindak sebagai pengelola informasi kepada publik intern dan publik ekstern, seperti: menyampaikan informasi kepada pers, dan promosi.
- c. Menciptakan suatu citra yang positif terhadap lembaga pendidikannya.

Fungsi humas di lembaga pendidikan menurut Zulkarnain Nasution sesuai yang disebutkan diatas maksudnya adalah bahwa humas harus mampu menjadi mediator dalam menjalin komunikasi dengan publik internal maupun publik eksternal, memberikan dukungan serta menunjang pelaksanaan kegiatan di lembaga pendidikan, serta menciptakan citra positif lembaga pendidikan.³⁴

Menurut Edward L. Bernay menyebutkan terdapat tiga fungsi utama humas, yaitu :

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- b. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
- c. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau

³³ Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal 36

³⁴ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), hal 22

sebaliknya.³⁵

Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi humas adalah mampu menjadi komunikator dan mediator untuk anggota dalam sebuah perusahaan, organisasi atau lembaga maupun untuk masyarakat luas. Menampung segala aspirasi masyarakat terkait dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, organisasi atau lembaga. Humas juga berfungsi menciptakan citra yang baik atau positif dalam masyarakat.

4. Bentuk Humas

Humas dalam organisasi atau lembaga tidak hanya hubungan antara praktisi humas dalam organisasi kepada masyarakat luas, namun juga kepada seluruh anggota dalam organisasi tersebut. Hal tersebut biasa disebutkan dengan Humas Internal. Oemi Aburrachman membagi hubungan masyarakat ke dalam dua bentuk yaitu :

a. Internal *Public Relations*

Adalah hubungan antara anggota, karyawan, dan pimpinan dalam sebuah instansi. Internal *public relations* yang baik adalah yang memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang sama.

b. External *Public Relations*

Adalah hubungan instansi dengan orang-orang yang berada diluar instansi tersebut hingga terbentuk opini publik yang *favorable* terhadap instansi tersebut.³⁶

Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana menjelaskan bentuk - bentuk hubungan sekolah dengan masyarakat sebagai berikut :

- 1) Hubungan sekolah dengan orang tua siswa dan warga masyarakat
- 2) Hubungan sekolah dengan alumni
- 3) Hubungan sekolah dengan dunia usaha / dunia kerja
- 4) Hubungan sekolah dengan instansi lain

³⁵ Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal 18

³⁶ Oemi Abdurrahman, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1993), hal 34

5) Hubungan dengan lembaga / badan - badan pemerintah swasta.³⁷

Selanjutnya dijelaskan kegiatan humas eksternal dan kegiatan humas internal oleh Suryosubroto B. sebagai berikut :

- 1) Kegiatan Eksternal
 - a) Secara langsung (tatap muka)
 - b) Secara tidak langsung (melalui media)
- 2) Kegiatan Internal
 - a) Secara langsung (tatap muka)
 - b) Secara tidak langsung (melalui media tertentu).³⁸

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk hubungan masyarakat ada 2 macam, yaitu hubungan internal humas dan eksternal humas. Internal humas merupakan hubungan dengan anggota dalam organisasi atau lembaga tersebut. Eksternal humas merupakan hubungan dengan masyarakat luas, seperti organisasi atau lembaga lain, masyarakat sekitar organisasi atau lembaga, pemerintah, dan lain-lain.

5. Sasaran/Khalayak Humas

Khalayak atau publik adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Sasaran atau khalayak humas pada suatu perusahaan, organisasi atau lembaga harus disesuaikan dengan bidang dalam perusahaan, organisasi atau lembaga tersebut. Pada lembaga pendidikan, sasaran atau khalayak hubungan masyarakat adalah seperti masyarakat luas, orang tua wali murid, dunia usaha/dunia Lapangan, dan pemerintah.

Penetapan sasaran atau khalayak hubungan masyarakat terdapat berbagai alasan. Ada beberapa alasan yang dikemukakan oleh Frank Jefkins yang diterjemahkan oleh Haris Munandar, yakni :

³⁷ Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media bekerja sama dengan FIP UNY, 2008), hal 362

³⁸ Suryosubroto B., *Humas dalam Dunia Pendidikan*, (Yogyakarta: Mitra Gama Widya, 1988) hal 163

- a. Untuk mengidentifikasi segmen khalayak atau kelompok yang paling tepat untuk dijadikan sasaran suatu program kehumasan,
- b. Untuk menciptakan skala prioritas, sehubungan dengan adanya keterbatasan anggaran dan sumber-sumber daya lainnya,
- c. Untuk memilih media dan teknik kehumasan yang sekiranya paling sesuai, serta
- d. Untuk mempersiapkan pesan-pesan sedemikian rupa agar cepat dan mudah diterima.³⁹

Berdasarkan pendapat diatas, maka tujuan ditetapkannya sasaran/khalayak publik adalah untuk menentukan khalayak manakah yang tepat untuk dijadikan sasaran dalam organisasi atau lembaga tersebut. Kemudian untuk menetapkan skala prioritas, terkait dengan adanya anggaran dan sumber daya lainnya. Serta untuk memilih media apakah yang tepat digunakan oleh humas dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Menurut Rosady Ruslan yang menjadi khalayak sasarannya secara umum adalah:

- a. Kelompok yang berkepentingan seperti pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah (*government relations*).
- b. Masyarakat sekitar atau tertentu (*community relations*)
- c. Kelompok pemakai produk atau pelanggan (*customer and consumer relations*)
- d. Badan lembaga swadaya masyarakat (*consumer bodies*)
- e. Kelompok sebagai penekan (*pressure group*)
- f. Kelompok pemuka agama dan masyarakat (*opinion leader*)
- g. *Trade association* atau asosiasi perdagangan dan profesi yang merupakan *Lapanganal relations*.
- h. Kelompok *business relations* atau kelompok relasi bisnis.

³⁹ Haris Munandar, *Public Relations Frank Jeknis. Terjemahan London Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hal 75

- i. Kelompok internal (*internal relations*) dan pemilik perusahaan (*stock holder*).⁴⁰

Sesuai dengan pendapat di atas bahwa penentuan sasaran atau khalayak humas ditentukan berdasarkan pada pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi atau lembaga tersebut.

Menurut Rachmadi F. ada dua macam publik (khalayak) yang menjadi tujuan, yaitu :

- a. Publik Intern

Adalah publik yang menjadi bagian dari unit usaha/badan/perusahaan/instansi itu sendiri.

- b. Publik Ekstern

Publik ekstern adalah “orang luar” atau publik umum (masyarakat) di mana Lapangan atau usaha itu berada, yang harus diberi penerangan atau informasi demi tumbuhnya *goodwill* dari mereka.⁴¹

Dalam merumuskan strategi *public relations*, perlu mengidentifikasi khalayak sasaran atau kelompok publik mana yang dipandang perlu untuk menjalin komunikasi dan relasi guna mencapai tujuan organisasi. Secara umum, menurut Lesly dalam Yosol Iriantara dan Yani Surachman menyebutkan kelompok-kelompok publik yang penting tersebut meliputi :

- a. Pegawai dan keluarganya
- b. Mitra potensial
- c. Pihak-pihak yang kemungkinan bersifat netral
- d. Pemerintah
- e. Kelompok-kelompok masyarakat seperti kelompok fanatik dan aktivis
- f. Media
- g. Pakar/akademisi

⁴⁰ Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal 33

⁴¹ Rachmadi F, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gramedia,1992), hal 13

- h. Koalisi-koalisi bantuan bersama
- i. Komunitas sekitar organisasi
- j. Pemuka pendapat tak resmi
- k. Pemegang saham
- l. Masyarakat keuangan
- m. Pelanggan dan *outlet*.⁴²

Berdasarkan pendapat para ahli yang dipaparkan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penentuan khalayak/sasaran *public relations* adalah untuk menentukan khalayak manakah yang akan dituju atau dipilih dalam menjalin komunikasi yang baik dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Khalayak publik meliputi seluruh pihak yang ada dalam usaha/badan/perusahaan/instansi itu sendiri, dan pihak luar yang ada disekitar usaha/ badan/ perusahaan/ instansi tersebut.

6. Media Hubungan Masyarakat

Media hubungan masyarakat merupakan alat yang digunakan dalam upaya membangun komunikasi dengan masyarakat. Media hubungan masyarakat sangat diperlukan. Media diperlukan agar anggota internal anggota maupun masyarakat luas dapat dengan mudah menyampaikan gagasan pendapat atau kiritk dan saran untuk organisasi atau lembaga.

Rachmadi F. menjelaskan tentang media komunikasi yang digunakan oleh organisasi humas meliputi:

- a. Media berita (*news media*)
- b. Media siaran (*broadcast media*)
- c. Media komunikasi tatap muka atau komunikasi tradisional.⁴³

Selanjutnya menurut Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana ada beberapa media yang dapat digunakan yaitu :

⁴² Yosai Iriantara dan Yani Surachman, *Public Relations Writting Pendekatan Teoritis dan Praktis*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,2006), hal 47

⁴³ Rachmadi F, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gramedia,1992), hal 87

- a. Media langsung
 - 1) Rapat - rapat formal
 - 2) Pekan pendidikan
 - 3) Hari ulang tahun sekolah
 - 4) Karya wisata atau widya wisata
 - 5) Kunjungan rumah anak
- b. Media tidak langsung
 - 1) Media cetak
 - 2) Media elektronik.⁴⁴

Menurut Suryosubroto B. Media dan alat kegiatan humas pendidikan yang diselenggarakan di sekolah yaitu :

a. Media Visual

Adalah media dan alat kegiatan humas pendidikan di sekolah yang berhubungan dengan indera penglihatan (indera mata), seperti : pameran sekolah, majalah dinding, bulletin, surat kabar, pamflet, poster, spanduk, majalah sekolah, dan lain-lain.

b. Media Audial

Adalah media dan alat kegiatan humas pendidikan di sekolah yang berhubungan dengan indera pendengaran (indera telinga), seperti : radio, tape recorder, telepon, aipon, dan lain-lain.

c. Media audio visual

Adalah media dan alat kegiatan humas pendidikan di sekolah yang berhubungan dengan indera penglihatan (indera mata) dan indera pendengaran (indera telinga), seperti : film, televisi, ceramah, diskusi, dan lain-lain.⁴⁵

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat diketahui bahwa pada intinya media humas merupakan saluran media komunikasi secara langsung maupun secara tidak langsung. Media komunikasi humas juga berupa

⁴⁴ Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Aditya Media bekerja sama dengan FIP UNY, 2008), hal 364

⁴⁵ Suryosubroto B., *Humas dalam Dunia Pendidikan*, (Yogyakarta: Mitra Gama Widya, 1988) hal 35

media visual, audial (audio) dan audio-visual. Media komunikasi tidak hanya digunakan untuk menjadi saluran komunikasi untuk komunikasi eksternal dengan masyarakat luas. Namun, media komunikasi humas ini juga dilakukan untuk proses penyampaian informasi dalam intern perusahaan, organisasi atau lembaga terkait.

7. Komunikasi *Public Relations*

Hubungan antara kegiatan *public relations* dengan komunikasi adalah bahwa komunikasi merupakan bagian penting dalam menjalin hubungan dengan masyarakat. Hal yang sangat penting dalam penyampaian pesan atau informasi demi tercapainya tujuan dan pengertian bersama dengan publik, khalayak sarannya. Newson and Siefried mengungkapkan pentingnya peranan komunikasi dalam kegiatan PR/Humas, "*Finally and most important of all, (The Public Relations Officer must be an expert in communication aspects)*". Artinya : Akhirnya dan yang terpenting dari semua, seorang pejabat humas haruslah seseorang yang ahli dalam aspek komunikasi.⁴⁶

Cutlip & Center menjelaskan bahwa komunikasi dalam kegiatan *public relations* yang efektif harus dilaksanakan melalui 4 tahap, yaitu :

a. *Fact-finding*

Adalah mencari/mengumpulkan fakta-fakta/data sebelum seseorang petugas humas melakukan tugasnya.

b. *Planning*

Berdasarkan fakta-fakta atau data yang telah diperoleh selanjutnya adalah melakukan perencanaan atau *planning* tindakan apa yang akan dilakukan. Perencanaan yang baik harus memperhatikan memperhatikan unsur-unsur dalam komunikasi.

c. *Communicating*

Setelah rencana telah disusun dengan matang, maka langkah selanjutnya adalah proses komunikasi atau pelaksanaan tindakan yang

⁴⁶ Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal 82

telah direncanakan.

d. *Evaluation*

Mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan adalah perlu untuk menilai apakah tujuan itu sudah tercapai atau belum.⁴⁷

Komunikasi merupakan hal atau alat penting dalam kegiatan humas atau *public relations* karena suatu pengakuan publik yang baik terhadap perusahaan, organisasi atau lembaga sangat tergantung dengan bagaimana organisasi atau lembaga tersebut berkomunikasi dengan masyarakat di sekitarnya. Hal tersebut sesuai dengan sebuah pernyataan menurut Rex Horlow "*Public relations activity is management of communications between an organization and its publics*", yang artinya Aktivitas *public relations* merupakan manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya.⁴⁸

Aktivitas utama humas salah satunya adalah melakukan fungsi-fungsi manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi dilakukan antara perusahaan, organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publik sebagai khalayak sasarannya. Hal tersebut khususnya dalam usaha mencapai citra positif, menciptakan kepercayaan dan membina hubungan baik dengan masyarakat.

8. Pentingnya Hubungan Sekolah dengan Masyarakat dan Pentingnya Peran Masyarakat bagi Sekolah

Hubungan kerja sama sekolah dengan masyarakat terdapat dalam kesamaan tujuan antara sekolah dengan masyarakat. Suryosubroto B menjelaskan bahwa "sekolah menghendaki agar murid-muridnya kelak menjadi manusia pembangunan yang pancasilais. Sedangkan masyarakat juga menghendaki agar semua warga negara menjadi manusia pembangunan yang pancasilais." Warga negara generasi penerus bangsa

⁴⁷ Muslimin, *Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian*, (Malang: UMM Press, 2004), hal 8-10

⁴⁸ Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal 85

yang terampil dan pancasilais diharapkan datang dari sekolah.⁴⁹

Pentingnya program humas pada sekolah adalah untuk mencapai tujuan yang diharapkan oleh sekolah dan juga yang diinginkan oleh masyarakat. Tanpa adanya hubungan yang baik antara pihak sekolah dengan masyarakat, maka sekolah akan kesulitan dalam menjalankan kegiatan sekolah, seperti kegiatan pembelajaran, dan kegiatan lain diluar kegiatan belajar-mengajar. Kesulitan-kesulitan yang dihadapi tersebut akan sangat berdampak pada proses pencapaian tujuan. Oleh karena itu, perlu adanya hubungan baik antara masyarakat dan sekolah agar kegiatan yang ada pada sekolah tersebut dapat terlaksana dengan baik.

Zulkarnain Nasution menjelaskan bahwa tujuan yang hendak dicapai hubungan masyarakat pada sekolah adalah sebagai berikut :

- a. Mengembangkan pemahaman kepada masyarakat tentang maksud-maksud dan sasaran dari sekolah.
- b. Memberikan penilaian program kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sekolah.
- c. Menjalin dan meningkatkan hubungan harmonis antara orang tua siswa dengan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik.
- d. Membangun kesan positif dan memelihara kepercayaan terhaap sekolah.
- e. Menginformasikan kepada masyarakat tentang rencana program dan kegiatan sekolah.
- f. Mencari bantuan dan dukungan bagi pemeliharaan dan peningkatan program sekolah.
- g. Sekolah sebagai jasa lembaga pendidikan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan (siswa, keluarga, masyarakat lain).
- h. Supaya kreativitas mencari dana pendidikan alternatif dalam bentuk kerjasama dengan lembaga lain.

⁴⁹ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), hal 32

Hubungan sekolah dengan masyarakat tidak hanya dengan masyarakat luas, namun juga dengan orang tua murid. Orang tua murid adalah masyarakat terdekat yang wajib mengetahui segala kegiatan sekolah dan segala perkembangan pendidikan anaknya di sekolah tersebut. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa sekolah dan masyarakat mempunyai tujuan yang sama, yaitu sama- sama menghendaki anak atau muridnya kelak menjadi warga negara yang pancasilais. Menurut Suryosubroto B bahwa tujuan kerjasama sekolah dengan orang tua murid adalah :

- a. Saling membantu dan mengisi
- b. Bantuan keuangan dan barang-barang
- c. Untuk mencegah perbuatan-perbuatan yang kurang baik
- d. Bersama-sama membuat rencana yang baik untuk sang anak.⁵⁰

Menurut Ngalim Purwanto, ditinjau dari kepentingan sekolah, pengembangan penyelenggaraan hubungan sekolah dan masyarakat bertujuan untuk :

- a. Memelihara kelangsungan hidup sekolah
- b. Meningkatkan mutu pendidikan di sekolah yang bersangkutan.
- c. Memperlancar proses belajar-mengajar
- d. Memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat yang diperlukan dalam pengembangan dan pelaksanaan program sekolah.⁵¹

Keberhasilan dari program tersebut dijadikan sebagai sasaran hubungan sekolah dengan masyarakat, tergantung pada pemahaman pimpinan sekolah terhadap pentingnya keberadaan peran kehumasan sekolah untuk difungsikan. Berdasarkan paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa pentingnya hubungan sekolah dengan masyarakat adalah bersama-sama saling membantu dan mengisi dalam meningkatkan mutu pendidikan dan memperlancar proses belajar mengajar. Selain itu

⁵⁰ Suryosubroto B., *Humas dalam Dunia Pendidikan*, (Yogyakarta: Mitra Gama Widya, 1988) hal 49-50

⁵¹ Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hal 189-190

sekolah dapat memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat terkait dengan pelaksanaan program sekolah.

Hubungan sekolah dengan masyarakat tidak dapat dipisahkan, karena sebuah sekolah dapat bermanfaat dengan baik jika hubungannya dengan masyarakat juga baik. Kemudian masyarakat juga membutuhkan sekolah sebagai tempat menempuh ilmu dan mendapatkan pengetahuan. Peran sekolah dalam masyarakat berkaitan dengan fungsi-fungsi pokok sekolah.

Fungsi-fungsi sekolah menurut Sutisna antara lain sebagai berikut :

- a. Mengabdikan selaku lembaga masyarakat.
- b. Melestarikan dan memindahkan nilai-nilai kultural kepada generasi penerus.
- c. Mengembangkan anak-anak dan para remaja pemahaman tentang dan penghargaan akan tata tertib sosialnya.
- d. Menjamin kemajuan sosial sejauh suatu lembaga sosial bisa menjamin kemajuan.⁵²

Berdasarkan pendapat Sutisna tersebut dapat dipahami bahwa fungsi-fungsi sekolah bagi masyarakat adalah mengabdikan kepada masyarakat, karena sebuah sekolah juga merupakan lembaga masyarakat. Kemudian sekolah juga merupakan tempat dalam melestarikan budaya-budaya kepada generasi penerus bangsa dan mengembangkan tentang pemahaman anak-anaknya dalam menjalani kehidupan sosialnya. Serta dapat memberikan jaminan pada kemajuan sosial.

Menurut Mukhtar dan Iskandar menjelaskan bahwa perlunya keterkaitan dan kesepadanan antara pendidikan dan kebutuhan masyarakat, diantaranya :

- a. Semakin tingginya tuntutan dunia kerja yang sejalan dengan tuntutan pembangunan, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.
- b. Perubahan struktur dan persyaratan dunia kerja yang semakin

⁵² Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), hal 32

kompetitif dan mengandalkan keahlian dalam bidang tertentu, tanpa mengabaikan wawasan dan pengetahuan secara interdisipliner.

- c. Kecenderungan umum dalam dunia pendidikan menunjukkan adanya perubahan cara berpikir yang memandang bahwa pendidikan semestinya menyiapkan peserta didik secara utuh, menyangkut pengetahuan, sikap, kemauan, dan keterampilannya yang fungsional bagi kehidupannya sebagai pribadi, warga masyarakat, dan warga negara, serta usahanya mencapai nafkah.
- d. Pendidikan dipandang sebagai upaya pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas, sehingga keberhasilan pendidikan ditakar dengan menggunakan parameter-parameter yang terukur dan operasional, seperti tingkat balikan (*rate of return*), indeks efisiensi dan efektivitas, dan lain-lain.⁵³

Berdasarkan paparan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa peranan sekolah sangat penting bagi masyarakat. Sekolah menjadi tempat melestarikan dan memindahkan nilai-nilai kultural kepada generasi penerus. Mengembangkan anak-anak dan para remaja pemahaman tentang dan penghargaan akan tata tertib sosialnya. Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam bidang mental-spiritual serta menyiapkan calon tenaga kerja yang berkompeten dan memenuhi tuntutan dunia kerja.

B. Pemasaran atau Promosi

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran yaitu suatu aktivitas yang dilakukan guna memperkenalkan serta mempromosikan suatu produk atau jasa kepada masyarakat luas. Menurut Rachmadi F. promosi adalah “salah satu” unsur utama dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) perusahaan. Sarana promosi yang utama adalah periklanan, promosi penjualan, dan

⁵³ Mukhtar dan Iskandar, *Orientasi Baru Supervisi Pendidikan*, (Jakarta: Gaung Persada, 2009), hal 221

publisitas”.⁵⁴

Tim Dosen Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia menjelaskan bahwa :

“ada komponen kunci yang dapat dijadikan bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran pendidikan, yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen, diinginkan dan diharapkan konsumen. Pemasaran ialah proses transaksional untuk meningkatkan harapan, keinginan dan kebutuhan calon konsumen sehingga calon konsumen menjadi terangsang untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan mengeluarkan imbalan sesuai yang disepakati”.⁵⁵

Menurut Kotler, pemasaran merupakan “suatu proses *social* dan *managerial*, baik oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan (*creation*) penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain”.⁵⁶

Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa promosi adalah bagian dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh produsen untuk menyediakan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam hal pendidikan produsen adalah sebuah sekolah atau lembaga pendidikan luar sekolah.

2. Pemasaran Pendidikan

Pemasaran pendidikan adalah kegiatan memperkenalkan, menawarkan mutu, visi, misi dan tujuan sebuah sekolah kepada konsumen yang berupa masyarakat atau orang tua murid. Promosi pendidikan berguna untuk menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam sekolah tersebut. Promosi atau pemasaran pendidikan menurut Kotler adalah sebagai berikut :

⁵⁴ Rachmadi F, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gramedia,1992), hal 35

⁵⁵ Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 334

⁵⁶ *Ibid*, hal 337

- a. *Marketing is the process of defining, anticipating, and creating customer needs and wants, and of organizing all the resources of the company to satisfy them at greatest profit to the company and to the customer.*
 - b. *The performance of business activities that direct the flow of goods and services from producer to consumer or user.*
3. *Marketing is the analyzing, organizing, planning, and controlling of the firm's customer-impinging resources, policies, and activities with a view to satisfying the needs and wants of chosen customer groups at a profit.*⁵⁷

Berdasarkan pengertian di atas dapat diketahui bahwa pemasaran (marketing) tidak diasumsikan dalam arti yang sempit yaitu penjualan akan tetapi marketing memiliki pengertian yang sangat luas. Hal tersebut sesuai dengan pendapat George Brooker yaitu *“To assume marketing is merely selling or merely promotion is not only to misunderstanding the concept of marketing it also makes the long-run survival of the organization unlikely”*.⁵⁸

Sedangkan John. R. Siber menyatakan bahwa :

“In another sense, marketing ethics deal with avoiding the dubiously legitimized dishonesties of some commercial advertising and we should hope that institutions are supplied with the qualities of intellect and character as well”. Dengan kata lain bahwa : etika marketing dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh. Hal itu karena pendidikan sifatnya lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab, hasil pendidikannya mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus ilmuwan di kemudian hari.⁵⁹

⁵⁷ Ibid, hal 336

⁵⁸ Ibid, hal 336

⁵⁹ Ibid, hal 337

Berdasarkan paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa promosi pendidikan adalah memasarkan serta menawarkan mutu layanan pendidikan kepada masyarakat secara meluas. Pendidikan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab dan akan menghasilkan generasi penerus ilmuwan bangsa.

3. Strategi Promosi di Lembaga Pendidikan

Manajemen promosi atau pemasaran pada lembaga pendidikan di Indonesia masih dianggap langka dan tabu. Hal ini dikarenakan masyarakat masih beranggapan bahwa pendidikan bukanlah suatu produk yang harus dipasarkan atau dipromosikan. Motik menjelaskan bahwa terdapat 6 tingkatan dalam evolusi pemasaran yang dihubungkan dengan penerimaan siswa/mahasiswa, yakni :

1. Asumsi lembaga pendidikan tidak memerlukan pemasaran
2. Pemasaran merupakan promosi
3. Pemasaran merupakan segmentasi dari penelitian pemasaran
4. Pemasaran merupakan menetapkan posisi
5. Pemasaran merupakan perencanaan strategi
6. Pemasaran merupakan manajemen penerimaan siswa/ mahasiswa.⁶⁰

Tujuan dari strategi pemasaran dilaksanakan bukan hanya menarik minat siswa/mahasiswa mau studi di lembaga pendidikan tersebut pada setiap tahunnya, tetapi juga pengelolaan manajemen keuangan dengan meningkatkan pengelolaan sumber daya manusia di lembaga pendidikan tersebut. Dalam menghadapi persaingan yang semakin meningkat, pimpinan lembaga pendidikan hendaknya juga melakukan berbagai kegiatan komunikasi dan kehumasan (*public relations*) terhadap kualitas produk pendidikan (para lulusan), tersedianya fasilitas menunjang proses belajar mengajar, praktikum, dan sarana ekstrakurikuler siswa/mahasiswa.

Tim Dosen Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia menjelaskan bahwa cara-cara yang dapat dilakukan dalam

⁶⁰ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), hal 4

promosi antara lain :

- a. Komunikasi personal dan interpersonal (*telemarketing, customer service & training, word of mouth*)
- b. Periklanan
- c. Promosi penjualan
- d. Publisitas/hubungan masyarakat
- e. Peralatan instruksional
- f. *Corporate design*.⁶¹

Cara yang dapat dilakukan dalam melakukan promosi ada 6 cara seperti yang dipaparkan di atas, secara lebih rinci adalah sebagai berikut :

Pertama, Komunikasi personal dan interpersonal (*telemarketing, customer service & training, word of mouth*). Komunikasi personal dan interpersonal ialah komunikasi langsung 2 arah antara pemasar dengan calon konsumen secara perorangan maupun dengan kelompok. *Telemarketing* ialah proses penawaran yang dilakukan oleh personil sekolah kepada masyarakat yang dianggap prospektif menjadi calon konsumen melalui media telepon. *Costumer service and training* ialah bantuan layanan tambahan yang dilakukan oleh personil sekolah yang secara khusus tidak menjalankan fungsi penawaran dan penjualan untuk memberikan penjelasan teknis tentang standara, spesifikasi dan model-model layanan sekolah. *Word of mouth* ialah komentar masyarakat baik positif maupun negatif dari seorang/kelompok orang tua siswa/masyarakat yang telah/sedang menyekolahkan ke/di sekolah yang dipromosikan.

Kedua, Periklanan ialah bentuk komunikasi nonpersonal yang telah dilakukan oleh sekolah untuk memberikan informasi, penjelasan atau membujuk masyarakat agar menyekolahkan/ bersekolah di sekolah yang ditawarkan.

Ketiga, Promosi penjualan ialah intensif jangka pendek/panjang yang ditawarkan kepada masyarakat dan perantara pemasaran untuk

⁶¹ Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 348

merangsang masyarakat bersekolah ke sekolah yang dipromosikan.

Keempat, publisitas/hubungan masyarakat ialah usaha untuk mendorong perhatian positif terhadap sekolah dan produk- produk unggulannya dengan mengirimkan program-program layanan baru, mengadakan konferensi pers, mengadakan special events dan mensponsori kegiatan-kegiatan bermanfaat bagi masyarakat bekerja sama dengan pihak ketiga.

Kelima, peralatan instruksional dapat dilakukan melalui *web sites, manuals, brochures, video audiocasseters, software/CD ROM* dan *Voice mail*.

Keenam, *corporate design* dapat berbentuk logo sekolah pada pin, seragam sekolah, lokasi, tata letak, desain interior dan dekorasi sekolah, fasilitas dan peralatan kantor sekolah, keamanan dan kenyamanan sekolah dan atribut lain yang menimbulkan daya- tarik.

Tim Dosen Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia menjelaskan bahwa tahapan pemasaran pendidikan dimulai dengan mengevaluasi 7 P, yaitu :

- a. P 1 : *Product* yang diterjemahkan pada variable strategi akademik yang berimplikasi pada peningkatan mutu akademik dan sosio kultural yang berimplikasi pada peningkatan nilai-nilai budaya, olahraga, seni, religi, moral, dan sebagainya.
- b. P 2 : *Price*, dimana elemen ini kan sejalan dengan mutu produk. Harga yang ditetapkan harus disesuaikan dengan kualitas proses pendidikan yang ditawarkan.
- c. P 3 : *Place*, dalam menentukan lokasi sekolah yang harus diperhatikan adalah mudah dicapai oleh kendaraan umum, lingkungan yang kondusif.
- d. P 4 : *Promotion*, bentuk komunikasi yang diterapkan akan sangat berpengaruh terhadap informasi yang didapat oleh customer, akan tetapi promosi yang berlebihan akan berkoreasi negatif terhadap daya tarik peminat.

- e. P 5 : *People*, ini meyangkut peranan pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pemimoin dan civitas akademika dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkatkan jumlah customer.
- f. P 6 : *Physical Evidence* merupakan bentuk fisik dari penyediaan penyampaian jasa tersebut, dimana bangunan, sarana dan prasarana desain interior dan eksterior serta fasilitas penting lainnya sangat mempengaruhi terhadap peningkatan customer pendidikan.
- g. P 7: *Proses*. Elemen terakhir iini merupakan hal yang paling menentukan output lembaga tersebut, dimana kualitas penyampaian jasa pendidikan ini akan meningkatkan dalam peminat pendidikan, citra, serta kepuasan dari pelanggan pendidikan.⁶²

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi di lembaga pendidikan adalah ada 7 P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*, dan *proces*. Tahap *Product* berimpilikasi pada peningkatan kualitas mutu pendidikan. *Price* adalah bahwa biaya sekolah harus sesuai dengan kualitas dan fasilitasdi sekolah tersebut. *Place* adalah lokasi sekolah mudah dicapai oleh kendaraan umum. *Promotion* ialah komunikasi yang baik dan tidak berlebihan dengan konsumen akan menimbulkan kesan baik. *People*, bahwa peranan pimpinan dan staf yang berkualitas akan meningkatkan jumlah konsumen. *Physical Evidence*, ialah penyediaan jasa yang baik dan dapat mempengaruhi peningkatan *customer* pendidikan. *Proses*, kualitas penyampaian jasa pendidikan akan meningkatakan dalam pminat pendidikan, citra serta kepuasan bagi pelanggan.

⁶² Ibid, hal 349-350

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif naturalistik. Pendekatan penelitian naturalistik diambil karena situasi dan kondisi pada lokasi penelitian bersifat apa adanya, tanpa rekayasa, dan berlangsung alamiah. Sementara itu, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif.⁶³

Peneliti melakukan penelitian dengan pengamatan langsung di SMK Maarif NU 1 Wangon dan menyajikan informasi kedalam sebuah narasi atau deskripsi.

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di SMK Maarif NU 1 Wangon yang terletak di Jalan Karangjengkol RT 2 RW 4 Desa Wangon, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Penelitian skripsi ini dilakukan pada bulan Maret - April 2022.

Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di SMK Maarif NU 1 Wangon, sekolah ini memiliki keunikan di antara sekolah yang ada di Kecamatan Wangon yaitu merupakan SMK satu-satunya di Kecamatan Wangon yang dibawah naungan Lembaga Pendidikan Maarif atau SMK satu-satunya di Kecamatan Wangon yang bernuansa Islam, dari tahun ke tahun sekolah ini siswanya selalu mengalami peningkatan kecuali pada saat adanya pandemi covid-19 pada awal tahun 2020, memiliki prestasi yang banyak dari bidang olahraga maupun pramuka, sekolah memiliki program untuk mengembangkan guru-gurunya dan melayani seluruh *stakeholder* dengan baik dan mengadakan jurusan kesehatan yaitu farmasi. Lokasi penelitian juga strategis sehingga memudahkan untuk meneliti sehingga peneliti tertarik untuk menelitinya.

⁶³ Novan Ardy Wiyani, *Aktualisasi Prinsip Continuous Improvement dalam Kepemimpinan Kepala PAUD Islam Terpadu Al-Ikhlas Bumiayu Brebes*, Al-Athfal Jurnal Pendidikan Anak, Vol. 5 No. 1, (2009): 87.

C. Objek Penelitian

Objek merupakan suatu yang akan digali dalam kegiatan, Menurut Spardley menyatakan bahwa objek penelitian merupakan situasi sosial dimana meliputi tempat, pelaku dan aktivitas secara sinergis.⁶⁴ Objek penelitian ini adalah SMK Maarif NU 1 Wangon

D. Subjek Penelitian

Untuk mendapatkan informasi yang benar, penulis akan mengambil beberapa subjek penelitian yaitu Wakil Kepala Bidang Hubungan Masyarakat (Waka Humas) yang bertugas dibagian kegiatan pemasaran sekolah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang utama untuk mengumpulkan data. Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data dengan proses memperhatikan atau mengamati secara akurat, jenis observasi yaitu ada dua observasi yang dilakukan peneliti dengan mengamati dan berpartisipasi secara langsung dengan kehidupan informan yang akan diteliti. Sedangkan observasi non partisipan merupakan peneliti tidak terlibat dalam aktivitas dan hanya menjadi pengamat tunggal secara langsung.⁶⁵

Untuk mencari informasi yang dibutuhkan dengan tepat, penulis menggunakan metode observasi non partisipan dimana penulis hanya mengamati peristiwa secara keseluruhan.

2. Wawancara

Teknik wawancara digunakan sebagai pengumpulan data untuk mengetahui hal hal yang lebih mendalam, wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan yang dilakukan oleh dua

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 345

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 203-204

pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang di ajukan.⁶⁶

Jenis-jenis wawancara terbagi menjadi 2 yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur, wawancara terstruktur merupakan wawancara yang menggunakan pedoman wawancara, dalam melakukan wawancara pewawancara telah menyiapkan intrumen wawancara yang berisi pertanyaan yang akan diajukan. Sedangkan wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan oleh peneliti tidak menggunakan instrumen wawancara yang telah tersusun, pedoman wawancara yang digunakan hanya garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.⁶⁷

Untuk mencari informasi yang dibutuhkan peneliti menggunakan metode wawancara terstruktur yaitu dengan membawa instrumen berisi daftar pertanyaan sebagai pedoman wawancara dan jawaban yang diperoleh dari sumber data akan di catat atau direkam agar jawaban yang diperoleh tepat dan detail. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang terkait yaitu Wakil Kepala Bidang Hubungan Masyarakat (Waka Humas) yang bertugas dibagian kegiatan pemasaran sekolah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan kejadian yang sudah dilakukan yang dinyatakan dalam bentuk gambar, catatan harian, tulisan dan karya bentuk yang berkaitan dengan objek penelitian.⁶⁸ Peneliti menggunakan metode observasi untuk memperoleh data yang bersifat dokumentatif berupa gambaran umum, struktur organisasi keadaan siswa dan guru dan lain-lain. Secara rincinya metode ini dipakai untuk memperoleh data tentang:

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 319-320

⁶⁷ Sugiyono, *Wawancara sebagai salah satu metode pengumpulan data. Media Litbangkes*, Vol. III No. 01, (1993): 17

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 240

- a. Sejarah berdirinya dan letak geografis SMK Maarif NU 1 Wangon
 - b. Visi dan Misi SMK Maarif NU 1 Wangon
 - c. Struktur Organisasi MTs Nurul Islan Randudongkal
 - d. Bentuk-bentuk kegiatan Program Waka Humas di SMK Maarif NU 1 Wangon
 - e. Keadaan guru dan siswa di SMK Maarif NU 1 Wangon
 - f. Keadaan sarana dan prasarana di SMK Maarif NU 1 Wangon
4. Pemeriksaan Keabsahan Data

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu dengan penjelasan sebagai berikut:⁶⁹

- a. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji kredibilitas data tentang gaya kepemimpinan seseorang, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke bawahannya yang dipimpin, keatasan yang menugasi, dan ke teman kerja merupakan kelompok kerjasamanya. Data dari ketiga sumber tersebut, tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi di deskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari tiga sumber data tersebut. data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan ketiga sumber tersebut.

- b. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi atau kuesioner. Bila dengan ketiga

⁶⁹ Umar Sidiq & M Miftachul Choiriri, *Metode Penelitian Kualitatif dibidang Pendidikan*, (Ponorogo: Nata Karya, 2019), hal 94

teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandang yang berbeda-beda.⁷⁰

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari data hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara menyatukan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga lebih mudah untuk dipahami. Peneliti akan melakukan analisis mulai dari proses pengumpulan sampai dengan selesainya proses pengumpulan data. Aktifitasnya antara lain:

1. Reduksi Data

Reduksi Data adalah langkah awal menganalisis data dalam penelitian ini, dari beberapa data yang telah dikumpulkan dari lapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang dibutuhkan dengan cara merangkum, mengambil, mengambil data pokok, membuat kategoris dan mengklasifikasikan sesuai dengan fokus judul penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, diagram, dan sejenisnya. Melalui penyajian data maka data akan terorganisasikan tersusun dalam pola hubungan sehingga akan mudah dipahami. Menurut Miles dan Muberman, Penyajian data kualitatif yang paling sering adalah teks, naratif, grafik, matrik, network (jaringan kerja) dan chart.

3. Menarik Kesimpulan

Langkah selanjutnya analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal masih bersifat

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 373

sementara, dan akan berubah jika tidak ditemukan, dan akan berubah jika tidak ditemukan bukti bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data tahap berikutnya. Apabila kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁷¹

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 247-252

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat SMK Maarif NU 1 Wangon

SMK Maarif NU 1 Wangon berdiri sejak tahun 1996, SMK ini lahir dengan melalui beberapa fase sejarah yang cukup melelahkan segenap pihak pengambil keputusan khususnya instansi terkait serta masyarakat yang menanti kehadiran sekolah kejuruan bidang keahlian manajemen dan bisnis tersebut. SMK Maarif NU 1 Wangon berdiri dibawah naungan Lembaga Pendidikan (LP) Maarif Kabupaten Banyumas dan merupakan SMK satu-satunya di Kecamatan Wangon yang bernuansa Islami.

SMK Maarif NU 1 Wangon lahir pada tanggal 26 Maret 1996 dengan nama awal SMEA Al-Ikhlas Wangon. Hal tersebut berdasarkan pada akta pendirian yang menginduk pada Yayasan Al-Ikhlas yang berpusat di Bandung. Setelah melewati studi kelayakan dan survey dari instansi terkait maka izin operasional pada tahun ajaran 1996/1997 sesuai dengan SK Kepala Kanwil Depdikbud Provinsi Jawa Tengah Nomor : 428/I03/I/1996 tertanggal 26 Maret 1996. Turunnya SK operasional pendidikan ini dijadikan sebagai landasan lahirnya SMK Maarif NU 1 Wangon.

Pada awal berdirinya sekolah ini, SMK Maarif NU 1 Wangon menempati lokasi sementara digedung Pondok Pesantren Bahrul Ulum Wangon yang beralamat di Jalan Raya Timur Wangon dengan memanfaatkan fasilitas yang ada. Kemudian memasuki tahun ajaran kedua, segenap pengelola lembaga pendidikan termasuk MWC NU Wangon telah mengupayakan akan kehadiran lokasi baru yang lebih luas yaitu berlokasi di Jalan Karangjengkol RT 2 RW 4 Desa Wangon, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas. Dilokasi inilah secara maraton pembangunan gedung dilakukan.

SMK Maarif NU 1 Wangon saat ini memiliki empat kompetensi keahlian yaitu sebagai berikut :

- a. Akutansi dan Keuangan Lembaga (AKL)
- b. Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP)
- c. Farmasi Klinis dan Komunitas (FKK)
- d. Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO)

2. Profil SMK Maarif NU 1 Wangon

- a. Nama Sekolah : SMK Maarif NU 1 Wangon
- b. NSS : 402030202039
- c. NPSN : 20330450
- d. Alamat : Jalan Karangjengkol RT 2 RW 4 Desa Wangon, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas
- e. Status Sekolah : Swasta
- f. Nama Yayasan : Lembaga Pendidikan Maarif
- g. Jenjang Akreditasi : B
- h. Tahun Didirikan : 1996
- i. Tanah dan Bangunan
 - a) Kepemilikan : Yayasan
 - b) Status Tanah : Wakaf
 - c) Luas Tanah : 6.600 m²
 - d) Luas Bangunan : 1.714 m²

3. Letak Geografis

Penelitian ini akan dilaksanakan di SMK Maarif NU 1 Wangon yang terletak di Jalan Karangjengkol RT 2 RW 4 Desa Wangon, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Sebuah lokasi yang sangat strategis karena mudah dijangkau. Lokasi tersebut juga terbilang kondusif dan nyaman untuk melaksanakan kegiatan belajar mengajar karena jauh dari keramaian publik.

4. Visi, Misi dan Tujuan

- a. Visi SMK Maarif NU 1 Wangon
 “Terwujudnya insan yang cerdas, teguh dalam pendirian, berdasarkan

iman dan taqwa menuju kemandirian dalam bekerja dan berkarya”.

b. Misi SMK Maarif NU 1 Wangon

- 1) Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan secara efektif
- 2) Menumbuhkan semangat nasionalisme secara intensif terhadap komponen sekolah
- 3) Meningkatkan keimanan dan ketaqwaan warga sekolah
- 4) Menyiapkan tenaga profesional dan siap kerja
- 5) Menumbuhkan jiwa entrepreneur atau wirausaha

c. Tujuan SMK Maarif NU 1 Wangon

- 1) Terselenggaranya pembelajaran dan bimbingan yang efektif
- 2) Tercapainya prestasi akademik dan non akademik sesuai bakat dan minat
- 3) Terbentuknya siswa yang memiliki semangat nasionalisme
- 4) Terbentuknya siswa yang memiliki keimanan kuat kepada Allah SWT
- 5) Terbentuknya siswa yang bertaqwa kepada Allah SWT
- 6) Terbentuknya siswa yang profesional sesuai jurusannya atau bidang ilmunya
- 7) Terciptanya siswa yang memiliki jiwa entrepreneur atau wirausaha

5. Keadaan Guru dan Tenaga Kependidikan SMK Maarif NU 1 Wangon

a. Keadaan Guru

Tabel 4.1 Daftar Guru dan Tenaga Kependidikan SMK Maarif NU 1 Wangon

No.	Nama Guru dan Karyawan	Jabatan
1	Drs. Mukhtarom, M.SI.	Kepala Sekolah
2	Achmad Daud, S.Ag.	Pembina Pramuka
3	Sri Waniti, S.Pd.	Kaproli OTKP
4	Abdul Jalal Muntohar, S.Pd.	BP/BK
5	Elis Winarsih, S.Pd.	Wali Kelas XII OTKP- 2

6	Summyati, S.Pd.	Kaproli AKL
7	Tri Sunarti, S.Ag.	Waka Kesiswaan
8	Didit Sutomo, S.H.	Wali Kelas XI AKL
9	Zaenal Arifin, S.Pd.	Wali Kelas XI OTKP
10	Riyanti Susiloningtyas, S.Pd.	WK Kurikulum
11	Isnaeni Nur Fajriyah, S.Si.	Kepala Perpus/Wali Kelas XII FKK
12	Jundi Ma'arif, S.Kom.	Kepala Lab Kom/Wali Kelas X AKL
13	Maulina Septianingrum, S.Pd.	Waka Sarpras dan Ketenagaan
14	Feri Budiman, S.Pd.	Staf Kurikulum/Wali Kelas XII AKL -2
15	Nur Hidayah, S.Pd.	Wali Kelas X OTKP - 2
16	Ratna Lestari, S.Pd.	Staf Kurikulum/ Wali Kelas X TKRO – 2
17	Doni Dwi Prasetyo, A.Md.	Wali Kelas XII TKR - 2
18	Moch. Ali Sobirin, S.Pd.I.	WK Humas dan DUDI
19	Feti Komariyah, S.Pd.	Wali Kelas XII OTKP - 1
20	Farida Nur Hayati, Se.	Wali Kelas XII AKL-1
21	Wijiyanti, S.Pd.	Wali Kelas X FKK
22	Ira Tri Kusharyanti, S.Pd.	Wali Kelas X OTKP - 1
23	Ahmad Qudrat Hidayat, S.Pd.I.	Guru
24	Awit Al Azis, A.Md	Wali Kelas XI TKRO
25	Desi Nofiani, Amd.Farm.	Kaproli FKK
26	Wisnu Jatmiko Aji, A.Md.	Kaproli TKRO
27	Umi Solikhah, S.Pd.I.	Wali Kelas XI FKK
28	Sindi Maknolina, S.Sos.	BP /BK/Staf Humas dan DUDI/Wali Kelas XII TKRO-1
29	Bagas Muhamad Surya, A.Md.	Guru
30	Ika Yuliani, S.Farm.	Guru
31	Ngafifatun Nangimah, S.Pd.	Guru
32	Sri Suprapti, Amd.Kom.	KTU
33	Suharni, Amd.Kom.	Staf Aset dan Adm.Kesiswaan
34	Dwi Inayatul Khoeriyah, A.Md.	Staf Bidang Keuangan Komite
35	Sulaiman	Staf Bidang Keuangan dan BOS
36	Imron	Staf Bidang 7 K dan Sopir

37	Rosidi	Staf Bidang 7 K
38	Yasin Arafat	Staf Keamanan Sekolah
39	Isnaeni Hidayati	Petugas Koperasi Sekolah
40	Agus Triono	Dapodik dan Damping Bhs Arab
41	Selvia Rahmawati Hidayah	Staf Perpustakaan, UP AK Damping BI
42	Roy Dwi Kuncoro, S.Kom.	Dapodik

b. Keadaan Siswa

Tabel 4.2 Daftar Peserta Didik SMK Maarif NU 1 Wangon

Tahun Pelajaran	Kelas X		Kelas XI		Kelas XII		Jumlah Total
	Rombel	Siswa	Rombel	Siswa	Rombel	Siswa	
2019/2020	7	232	6	184	7	199	615
2020/2021	4	134	7	217	6	182	533
2021/2022	6	176	4	136	7	215	526

c. Sarana Prasarana

Tabel 4.3 Daftar Sarana Prasarana SMK Maarif NU 1 Wangon

No	Uraian	Jumlah	Kondisi		Luas Seluruhnya	Ket
			Baik	Kurang		
1	Lahan/Tanah	1 Bidang	V	-	6600 m ²	
2	Ruang Kelas	18	V	-	1224 m ²	
3	Ruang Perpustakaan	1	V	-		
4	Lab. Biologi	-	-	-	-	
5	Lab. Fisika	-	-	-	-	
6	Lab. Kimia	-	-	-	-	
7	Lab. IPA	-	-	-	-	
8	Lab. Komputer	1	V	-		
9	Lab. Bahasa	-	-	-	-	
10	Lab. Praktik AKL	1	V	-		
11	Lab. Praktik OTKP	1	V	-		
12	Lab. Praktik FKK	1	V			
13	Lab. Praktik TKRO (Bengkel)	1	V			
14	Ruang Pimpinan	1	V		22 m ²	
15	Ruang Guru	5	V			
16	Ruang Tata Usaha	1	V		24 m ²	

18	Tempat Ibadah	1	V		300 m ²	
19	Ruang Konseling	1	V			
20	Ruang UKS	1	V			
21	Ruang Osis	1	V			
22	Jamban/WC	32	V			
23	Gudang	1	V			
24	Ruang Sirkulasi/terasa	10	V			
25	Tempat Bermain/Berolahraga	2	V			
	Ruang Aula	1	V		144 m ²	
25	Ruang Kesenian	1	V			

d. Tugas Pokok Humas

Uraian tugas pokok humas SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu sebagai berikut :

1. Memberikan informasi dan menyampaikan ide atau gagasan kepada masyarakat atau pihak lain yang membutuhkannya
2. Membantu pemimpin yang karena tugas-tugasnya tidak dapat langsung memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak yang memerlukannya
3. Membantu Kepala Sekolah mempersiapkan bahan-bahan tentang permasalahan dan informasi yang akan disampaikan atau yang menarik perhatian masyarakat pada saat tertentu
4. Membantu Kepala Sekolah dalam mengembangkan rencana dan kegiatan lanjutan yang berhubungan dengan pelaksanaan kepada masyarakat sebagai akibat dari komunikasi timbal balik dengan pihak luar yang ternyata menumbuhkan harapan untuk penyempurnaan kegiatan yang telah dilakukan oleh organisasi
5. Melaporkan tentang pikiran-pikiran yang berkembang dalam masyarakat tentang masalah pendidikan
6. Membantu Kepala Sekolah bagaimana usaha untuk memperoleh bantuan dan kerjasama
7. Menyusun rencana bagaimana cara-cara memperoleh bantuan

8. Menunjukkan pergantian keadaan melalui pendapat umum
 9. Menyusun laporan pelaksanaan kegiatan humas secara berkala
 10. Mempromosikan sekolah dan mengkoordinir penelusuran lulusan
- e. Fungsi Humas
1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
 2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal
 3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
 4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum
 5. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya

B. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Humas di SMK Maarif NU 1 Wangon

Kepala Sekolah SMK Maarif NU 1 Wangon memiliki empat wakil kepala sekolah (waka). Empat waka tersebut yaitu Waka bidang kurikulum, kesiswaan, humas dan sarana prasarana. Waka bidang humas di SMK Maarif NU 1 Wangon ini dijabat oleh Bapak Moch. Ali Sobirin, S.Pd.I. yang bertugas untuk mengarahkan serta melaksanakan tugas pokok, wewenang dan tanggung jawab humas itu sendiri. Pelaksanaan tugas humas tidak hanya dilakukan oleh Bapak Ali, namun juga bersama guru-guru lainnya.

Pelaksanaan kegiatan humas di SMK Maarif NU 1 Wangon berperan penting pada saat promosi menjelang penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan dalam kegiatan menjalin komunikasi dengan warga

sekolah dan masyarakat sekitar. Menjelang waktu pengumuman lulusan siswa SMP dan mendekati waktu pendaftaran SMA/SMK. SMK Maarif NU 1 Wangon membentuk panitia penerimaan peserta didik baru (PPDB). Didalam kepanitiaan tersebut terdapat bagian yang bertanggung jawab penuh pada kegiatan promosi sekolah. Panitia yang bertanggung jawab dalam kegiatan promosi tersebut akan melakukan promosi berupa sosialisasi ke SMP-SMP di Kecamatan Wangon dan sekitarnya.

2. Peran Humas sebagai *Communicator*

Peran humas sebagai *communicator* (komunikator) di SMK Maarif NU 1 Wangon diwujudkan dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh sekolah dalam mencapai tujuan sekolah itu sendiri. Selain untuk mencapai tujuan sekolah, pentingnya peranan humas sebagai komunikator juga untuk tujuan memperoleh kepercayaan publik baik internal maupun eksternal terhadap SMK Maarif NU 1 Wangon.

Pelaksanaan peran humas di SMK Maarif NU 1 Wangon sebagai komunikator dibedakan menjadi 2, yaitu sebagai komunikator terhadap publik internal dan publik eksternal.

a. Publik Internal

1) Siswa

Publik internal adalah para warga sekolah, yang terdiri dari seluruh siswa, guru-guru, dan karyawan serta kepala sekolah. Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Bapak Moch. Ali Sobirin, S.Pd.I. sebagai berikut:

“yang menjadi sasaran humas di SMK Maarif NU 1 Wangon ya seluruh warga sekolah seperti siswa, guru, karyawan dan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan humas tidak akan berjalan baik tanpa adanya respon positif dari siswa itu sendiri”.⁷²

Komunikasi yang dilakukan humas kepada siswa diantaranya adalah berupa penyampaian informasi bahwa SMK

⁷² Hasil Wawancara dengan Moch. Ali Sobirin selaku Waka Humas SMK Maarif NU 1 Wangon, Banyumas. Senin, 11 April 2022 pada pukul 10.00-11.00 WIB.

Maarif NU 1 Wangon akan mengadakan program penerimaan peserta didik baru (PPDB) tahun ajaran 2015/2016. Tujuan dari para siswa diberitahu akan adanya program tersebut adalah untuk mengajak sanak saudara, teman atau tetangga mereka untuk bersekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon.

Humas sekolah juga menyampaikan kepada siswa kelas XI semua jurusan terkait dengan pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dunia Usaha/Dunia Lapangan (DU/DI). Pelaksanaan PKL dilakukan pada semester genap selama duduk dikelas XI. Pelaksanaan PKL dilakukan di wilayah Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Purbalingga.

Pada siswa kelas XII humas menyampaikan bahwa SMK Maarif NU 1 Wangon memiliki Bursa Kerja Khusus (BKK) yang bekerja sama dengan beberapa perusahaan/PT. Kerjasama yang dibentuk sekolah dengan beberapa perusahaan/PT yaitu berupa penyaluran informasi lowongan pekerjaan untuk disampaikan kepada siswa SMK Maarif NU 1 Wangon yang akan segera lulus.

2) Guru dan Karyawan

Humas SMK Maarif NU 1 Wangon tidak hanya menyampaikan informasi kepada siswa saja. Namun informasi juga disampaikan kepada guru maupun karyawan SMK Maarif NU 1 Wangon. Penyampaian informasi tersebut dilakukan pada saat rapat koordinasi yang diadakan setiap hari Rabu dan 2 minggu sekali dalam rapat waka. Keterangan tersebut diperoleh dari Bapak Ali selaku Waka Humas sebagai berikut:

“Pemantauan saya terhadap jalannya proses kegiatan humas di SMK Maarif NU 1 Wangon ini saya lakukan melalui rapat koordinasi dan rapat Waka yang dilaksanakan setiap 2 minggu 1 kali. Pada rapat bersama Waka itu nanti, setiap Waka menyampaikan kegiatan yang sudah terlaksana dan belum terlaksana, serta menyampaikan kendala-

kendala yang dihadapi”.⁷³

Selain kegiatan yang ada di dalam sekolah, humas juga menyampaikan informasi terkait dengan kegiatan kekeluargaan atau insidental seperti menjenguk keluarga guru yang sakit, hajatan, atau takziah bersama. Komunikasi antar guru dan karyawan dilakukan secara langsung dan melalui media telepon selular atau HP. Oleh karena itu sekolah menganjurkan agar setiap guru dan karyawan memiliki nomor HP yang aktif dan dapat dihubungi.

3) Kepala Sekolah

Informasi yang disampaikan oleh humas kepada guru dan karyawan merupakan hasil persetujuan dengan Kepala Sekolah. Setiap 2 minggu sekali, kepala sekolah mengadakan rapat koordinasi dengan Wakil Kepala Sekolah (Waka) kurikulum, humas, kesiswaan dan sarpras. Melalui rapat koordinasi tersebut, humas dapat menyampaikan berbagai informasi yang diterima kepada Kepala Sekolah untuk ditindak lanjuti.

Berdasarkan penjelasan pada masing-masing sasaran publik internal tersebut maka kegiatan yang dilakukan humas SMK Maarif NU 1 Wangon sebagai komunikator yaitu :

- a) Penyampaian segala informasi sekolah secara tatap muka langsung kepada siswa mulai dari kelas X sampai kelas XII. Penyampaian pemberitahuan tersebut selain melalui rapat juga dilakukan melalui surat edaran atau surat pemberitahuan resmi.
- b) Rapat Koordinasi

Rapat koordinasi yang dilakukan setiap hari rabu yang dilaksanakan oleh seluruh guru dan karyawan sekolah terkait pelaksanaan kegiatan sekolah.

⁷³ Hasil Wawancara dengan Moch. Ali Sobirin selaku Waka Humas SMK Maarif NU 1 Wangon, Banyumas. Senin, 11 April 2022 pada pukul 10.00-11.00 WIB.

c) Rapat Waka

Rapat Waka adalah rapat yang dilakukan Kepada Sekolah bersama dengan Wakil Kepala Sekolah setiap 2 minggu sekali. Rapat ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana laporan pelaksanaan seluruh kegiatan yang akan dan sudah dilaksanakan. Selain itu rapat ini sekaligus pemantauan yang dilakukan Kepala Sekolah terhadap tanggung jawab pelaksanaan tugas dari masing-masing Waka.

b. Publik Eksternal

1) Orang tua atau Wali Murid

Peranan humas SMK Maarif NU 1 Wangon sebagai komunikator juga dilakukan kepada orang tua atau wali murid. Kegiatan komunikator dengan wali murid dilakukan pada saat rapat bersama wali murid yang biasanya dilaksanakan pada waktu awal memasuki sekolah, menjelang ujian kenaikan kelas, menjelang ujian nasional, pada saat penerimaan rapor dan kegiatan lain sebagainya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ali sebagai berikut:

“Kalau sama publik internal ya informasi tentang pelaksanaan rapat, ujian, agenda sekolah, dan acara-acara insidental. Sedangkan kalau sama publik eksternal ya informasi pelaksanaan PPDB, informasi pelaksanaan ujian semester, ujian nasional, pelaksanaan promosi ke SMP-SMP di sekitar Kecamatan Wangon”.⁷⁴

Selain melalui pertemuan langsung dengan wali murid, penyampaian informasi kepada wali murid juga dilakukan melalui surat edaran atau surat pemberitahuan. Informasi yang disampaikan kepada wali murid diantaranya adalah informasi mengenai standar minimal lulusan siswa, jadwal ujian bagi siswa, informasi pembayaran sekolah serta tata tertib yang perlu ditaati siswa.

⁷⁴ Hasil Wawancara dengan Moch. Ali Sobirin selaku Waka Humas SMK Maarif NU 1 Wangon, Banyumas. Senin, 11 April 2022 pada pukul 10.00-11.00 WIB.

2) DU/DI

DU/DI adalah dunia usaha dan dunia Lapangan yang akan dijadikan tempat dilaksanakannya kegiatan PKL siswa kelas XI. Humas bekerjasama dengan kepala kompetensi keahlian yang ada di SMK Maarif NU 1 Wangon menginformasikan kepada DU/DI bahwa SMK Maarif NU 1 Wangon ingin bekerjasama dengan DU/DI dalam rangka pelaksanaan kegiatan pelaksanaan PKL SMK Maarif NU 1 Wangon kelas XI selama 6 bulan.

3) Masyarakat

Pelaksanaan komunikasi humas SMK Maarif NU 1 Wangon sebagai komunikator kepada masyarakat yaitu bahwa humas menyampaikan kepada masyarakat jika suatu hari SMK Maarif NU 1 Wangon akan mengadakan acara yang menimbulkan kebisingan dan kemungkinan akan mengganggu kenyamanan warga sekitar sekolah. Oleh karena itu pihak SMK Maarif NU 1 Wangon meminta ijin kepada masyarakat sekitar. Selain itu, kegiatan penyampaian informasi kepada masyarakat juga dilakukan pada saat rapat bersama dengan komite sekolah, kepala sekolah, guru, dan serta mengundang masyarakat sekitar sekolah.

4) Perusahaan/PT

SMK Maarif NU 1 Wangon menjalin kerjasama bersama dengan perusahaan/PT. Kerjasama ini merupakan upaya menyalurkan lulusan SMK Maarif NU 1 Wangon kepada lowongan pekerjaan yang ada di perusahaan/PT tersebut. SMK Maarif NU 1 Wangon menyampaikan kepada perusahaan tersebut bahwa lulusan SMK Maarif NU 1 Wangon merupakan lulusan yang siap kerja dan mempunyai keterampilan-keterampilan dibidangnya berdasarkan jurusannya.

3. Humas Membina *Relationship*

Humas berperan sebagai pembina hubungan (*relationship*). Pada pelaksanaannya, humas SMK Maarif NU 1 Wangon menjalin hubungan

baik dengan orang tua siswa/wali murid, masyarakat, antar guru dalam sekolah, dengan DU/DI dan dengan beberapa perusahaan/PT. Dalam menjalin hubungan, SMK Maarif NU 1 Wangon menjalin hubungan dengan publik internal dan juga publik eksternal.

Hubungan dengan publik internal dilakukan dengan orang tua siswa/wali murid. Hubungan yang dibina yaitu dengan cara selalu memberikan berbagai pemberitahuan terkait dengan informasi tentang standar minimal lulusan, jadwal ujian bagi siswa, tata tertib sekolah, perkembangan siswa di sekolah dan informasi kegiatan sekolah lainnya. Selain dengan orang tua/wali siswa, sekolah juga membina hubungan baik dengan sesama guru dan karyawan di SMK Maarif NU 1 Wangon dengan tujuan agar dapat meminimalisir adanya konflik di dalam sekolah yang dapat menghambat pencapaian tujuan SMK Maarif NU 1 Wangon.

Selain membina hubungan baik dengan publik internal, humas SMK Maarif NU 1 Wangon juga membina hubungan dengan masyarakat sekitar sekolah. Hubungan tersebut berupa mengikut sertakan masyarakat sekitar sekolah untuk ikut serta dalam rapat yang dilaksanakan oleh sekolah bersama dengan komite sekolah. Tujuan mengajak masyarakat sekitar dalam rapat bersama komite sekolah adalah agar masyarakat mengetahui dengan jelas apa sajakannya kegiatan yang dilaksanakan oleh SMK Maarif NU 1 Wangon. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Ali sebagai berikut:

“.....untuk masyarakat luas, penyampaian informasi menggunakan brosur atau poster serta turut mengundang perwakilan dari masyarakat untuk mengikuti rapat komite sekolah agar masyarakat mengetahui program-program kegiatan yang ada di sekolah”.⁷⁵

Selain dengan orang tua siswa, guru dan karyawan SMK Maarif NU 1 Wangon dan masyarakat sekitar, SMK Maarif NU 1

⁷⁵ Hasil Wawancara dengan Moch. Ali Sobirin selaku Waka Humas SMK Maarif NU 1 Wangon, Banyumas. Senin, 11 April 2022 pada pukul 10.00-11.00 WIB.

Wangon juga membina hubungan dengan DU/DI. Hubungan bersama dengan DU/DI dilakukan oleh humas dan kepala jurusan masing-masing jurusan di SMK Maarif NU 1 Wangon. Hubungan kerjasama dengan DU/DI bertujuan untuk menjadikan DU/DI tersebut sebagai tempat pelaksanaan praktik kerja lapangan siswa kelas XI.

4. Peran Humas sebagai *Backup Management*

Peranan back up management bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik yang dilaksanakan oleh humas SMK Maarif NU 1 Wangon dengan DU/DI. Kegiatan pendukung yang dilaksanakan oleh humas SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu: a. Humas mengadakan kerjasama dengan SMP untuk mengadakan presentasi sekolah b. Humas melaksanakan beberapa promosi kepada pihak DU/DI yang diajak bekerjasama. c. Humas melaksanakan penyaluran lulusan ke beberapa instansi DU/DI yang diajak kerjasama agar penyerapan lulusan siap kerja berjalan lancar.

Setelah program kerja pendukung sudah dipersiapkan maka langkah berikutnya adalah pihak humas sekolah memberikan sosialisasi dan promosi sebaik mungkin untuk menyalurkan lulusan ke DU/DI. Peran humas sebagai back up management yaitu peran humas melekat pada fungsi manajemen, dalam aktivitas atau operasionalnya dikenal dengan proses humas yaitu penemuan fakta (fact finding), perencanaan (planning), pengkomunikasian (communicating) dan pengevaluasiann (evaluating). Manajemen humas berarti melakukan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi. Bentuk kegiatan komunikasi dapat berupa penerbitan brosur, pertemuan-pertemuan kelompok kecil sampai pada kegiatan yang sangat kompleks seperti konferensi pers.

5. Peran Humas sebagai Pembangun citra

Peran humas sebagai Pembangun citra SMK Maarif NU 1 Wangon belum terlihat. Sejauh ini belum ada kegiatan nyata yang dilakukan SMK Maarif NU 1 Wangon dalam membentuk opini atau kepercayaan publik

terhadap SMK Maarif NU 1 Wangon. Upaya yang dilakukan SMK Maarif NU 1 Wangon guna memperoleh opini atau kepercayaan publik yaitu baru sebatas menjalin komunikasi yang baik, bersikap ramah tamah kepada masyarakat, mengadakan kegiatan bersama dengan masyarakat, dan menyampaikan kepada masyarakat terkait berbagai kegiatan di SMK Maarif NU 1 Wangon melalui rapat bersama dengan komite sekolah.

Kegiatan SMK Maarif NU 1 Wangon yang pernah dilaksanakan bersama dengan masyarakat sekitar sudah terjadi sangat lama dan belum diadakan kembali saat ini. Hal tersebut dikarenakan terbatasnya dana yang dimiliki oleh SMK Maarif NU 1 Wangon.

6. Peran Humas dalam Mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon

Peranan humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam rangka mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon ada berbagai macam. Kegiatan promosi yang dilakukan yaitu pemasangan spanduk/*banner* SMK Maarif NU 1 Wangon, sosialisasi ke SMP-SMP di Kecamatan Wangon dan sekitarnya, promosi dari mulut ke mulut, penyebaran brosur, dan informasi pendaftaran di *website* SMK Maarif NU 1 Wangon. Sebelum pelaksanaan kegiatan promosi SMK Maarif NU 1 Wangon tersebut dilakukan, maka sekolah terlebih dahulu membentuk susunan panitia pelaksanaan kegiatan promosi. Panitia kegiatan promosi tersebut dikoordinir oleh Waka Humas. Penjelasan masing-masing kegiatan promosi yang dilakukan SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu sebagai berikut:

a. Pemasangan *banner*

Kegiatan pemasangan banner ini dilakukan di tempat- tempat yang mudah terbaca oleh pengguna jalan raya. Seperti di pinggir jalan besar, di dekat lampu lalu lintas dan terutama di sekitar SMP-SMP sekitar Kecamatan Wangon.

b. Presentasi sekaligus sosialisasi ke SMP-SMP di Kecamatan Wangon dan sekitarnya.

Kegiatan presentasi sekaligus sosialisasi ke SMP-SMP tersebut dilakukan pada saat waktu siswa kelas IX menunggu hasil UN mereka.

Sebelum melaksanakan sosialisasi dihadapan siswa SMP kelas IX terlebih dahulu SMK Maarif NU 1 Wangon membuat surat ijin untuk melaksanakan sosialisasi di sekolah tersebut.

Kegiatan presentasi sekaligus sosialisasi tidak hanya dilakukan pada satu sekolah saja, namun ke beberapa sekolah, maka tidak menutup kemungkinan bahwa akan ada suatu hari pelaksanaan sosialisasi dalam waktu yang bersamaan. Oleh karena itu, jika terdapat waktu yang bersamaan maka tim sosialisasi dibagi menjadi beberapa kelompok.

c. Promosi dari mulut ke mulut

Kegiatan promosi dari mulut ke mulut maksudnya adalah kegiatan promosi yang dilakukan melalui siswa-siswa yang telah masuk ke SMK Maarif NU 1 Wangon untuk mengajak saudara, teman atau tetangga mereka untuk masuk ke SMK Maarif NU 1 Wangon. Cara ini dianggap mampu untuk memenuhi *kuota* yang dibutuhkan oleh sekolah.

d. Penyebaran brosur

Kegiatan penyebaran brosur dilakukan di SMP yang berada di sekitar Kecamatan Wangon. Penyebaran brosur di SMP bersamaan pada saat kegiatan sosialisasi berlangsung. Penyebaran brosur dilakukan oleh panitia yang telah ditunjuk sebelumnya.

e. Melalui *Website*

Informasi mengenai penerimaan peserta didik baru (PPDB) di SMK Maarif NU 1 Wangon tidak hanya dilakukan melalui proses sosialisasi atau tatap muka secara langsung dengan calon siswa. Penyampaian informasi terkait PPDB juga disampaikan melalui *website* SMK Maarif NU 1 Wangon. Informasi yang terdapat pada *website* antara lain adalah jurusan atau program keahlian yang ada di SMK Maarif NU 1 Wangon, waktu pendaftaran, dan persyaratan yang harus dibawa pada saat mendaftar. Tujuan penyampaian informasi PPDB melalui *website* ini adalah agar masyarakat atau calon siswa

yang tidak memperoleh brosur atau kurang memperoleh informasi dapat memperoleh informasi hanya dengan membuka *website* melalui layanan internet.

7. Penggunaan Media Komunikasi

Pelaksanaan peran humas dalam rangka membangun citra dan mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon tidak terlepas dari adanya penggunaan media komunikasi. Pada pelaksanaan kegiatan-kegiatan humas menggunakan berbagai media. Media-media tersebut berupa media cetak maupun media elektronik.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa SMK Maarif NU 1 Wangon menggunakan beberapa media komunikasi dalam pelaksanaan kegiatannya. Media komunikasi yang digunakan yaitu :

a. Komunikasi Langsung

Komunikasi langsung merupakan komunikasi yang dilakukan dengan cara bertatap muka langsung. Komunikasi ini dilakukan dimana komunikator dan komunikan saling berhadapan. Komunikasi langsung yang dilakukan di SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu: rapat resmi, rapat koordinasi, rapat wali murid, rapat komite sekolah, presentasi dan sosialisasi sekolah.

b. Komunikasi Tidak Langsung

Komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bantuan media tertentu. Media tersebut dapat berupa media cetak atau media elektronik. Media tersebut yaitu :

1) Brosur

Brosur adalah lembaran kertas promosi terkait informasi pendaftaran siswa tahun ajaran baru yang akan dibagikan kepada siswa-siswi SMP yang akan memasuki SMA/SMK.

2) Poster dan spanduk

Poster SMK Maarif NU 1 Wangon adalah informasi

mengenai PPDB yang memuat profil SMK Maarif NU 1 Wangon dan syarat-syarat pendaftaran menjadi siswa baru. Sedangkan spanduk juga memuat informasi yang sama. Spanduk dapat berupa sebuah *banner* dengan ukuran besar yang dipasang pada tempat-tempat yang mudah dibaca oleh masyarakat.

3) Telepon

Telepon merupakan media komunikasi yang digunakan oleh SMK Maarif NU 1 Wangon guna menyampaikan dan menerima informasi singkat secara cepat. Telepon ini menggunakan jaringan telekomunikasi. Adapun nomor telepon SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu (0274) 7497195.

4) Surat Resmi

Surat adalah sarana komunikasi yang sudah ada sejak dahulu. Surat resmi ditandai dengan adanya kepala surat berupa logo dan nama sekolah, serta adanya tandatangan kepala sekolah dan cap asli SMK Maarif NU 1 Wangon. Surat resmi digunakan untuk menjalin komunikasi dengan orang tua siswa, DU/DI, komite sekolah dan masyarakat.

5) E-mail

Selain surat resmi, komunikasi juga dapat dilakukan melalui surat elektronik yang disebut e-mail. E-mail SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu smk_maarifnu1wgn@yahoo.co.id

6) *Website*

Untuk lebih meningkatkan penyebaran informasi berbagai kegiatan di SMK Maarif NU 1 Wangon, maka SMK Maarif NU 1 Wangon menggunakan *website* sebagai medianya. Alamat *website* www.smkmanu1wangon.sch.id

8. Hambatan Humas SMK Maarif NU 1 Wangon

a. Hambatan humas sebagai komunikator

Pelaksanaan peran humas SMK Maarif NU 1 Wangon sebagai komunikator kepada publik internal hingga saat ini berjalan dengan

lancar. Sedangkan peran humas sebagai komunikator kepada publik eksternal terdapat beberapa hambatan. Hambatan yang dihadapi dalam proses komunikasi dengan publik eksternal adalah kurangnya antusias masyarakat terhadap SMK Maarif NU 1 Wangon karena SMK Maarif NU 1 Wangon merupakan sekolah swasta. Hambatan lainnya adalah kurangnya kerjasama dengan instansi-instansi terkait pelaksanaan PKL siswa kelas XI.

b. Hambatan humas dalam membina hubungan

Pelaksanaan peran humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam membina hubungan saat ini belum berjalan secara lancar dan maksimal. Hal tersebut dikarenakan sekolah mengalami kesulitan dalam mencari dan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi guna pelaksanaan PKL. Kesulitan yang dihadapi dalam mencari tempat PKL terutama untuk jurusan akuntansi dan administrasi perkantoran.

c. Hambatan humas dalam peran back up management

Pelaksanaan peran humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam membackup management hingga saat ini belum dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut dikarenakan kurangnya koordinasi antara humas dengan pihak internal dalam melaksanakan kegiatan. Selain itu adanya perbedaan sudut pandang dalam hal menerima kebijakan yang diberikan oleh pimpinan.

d. Hambatan humas dalam membangun citra SMK Maarif NU 1 Wangon

Pelaksanaan peran humas SMK Maarif NU 1 Wangon hingga saat ini belum dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut dikarenakan terbatasnya anggaran atau dana serta kurangnya antusias masyarakat terhadap SMK Maarif NU 1 Wangon yang berstatus sekolah swasta. Masyarakat beranggapan bahwa sekolah swasta kurang mampu menghasilkan lulusan yang berkualitas.

e. Hambatan humas dalam mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon

Kegiatan mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon dilakukan oleh humas SMK Maarif NU 1 Wangon dan panitia promosi

pelaksanaan PPDB SMK Maarif NU 1 Wangon. Pelaksanaan promosi SMK Maarif NU 1 Wangon yang dilakukan oleh panitia PPDB tersebut berupa pelaksanaan sosialisasi ke SMP-SMP di Kecamatan Wangon dan sekitarnya. Hambatan pelaksanaan sosialisasi tersebut diantaranya adalah bahwa ada beberapa SMP di Kecamatan Wangon yang menolak secara terang-terang adanya kegiatan sosialisasi tersebut. Hambatan yang selanjutnya adalah bahwa pada pelaksanaan sosialisasi dengan siswa SMP yaitu bahwa siswa-siswi SMP tidak tertarik dan antusias dengan presentasi dari tim SMK Maarif NU 1 Wangon.

9. Upaya yang Dilakukan dalam Mengatasi Hambatan

a. Upaya humas mengatasi hambatan sebagai komunikator

Upaya humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam mengatasi hambatan yang dihadapi sebagai komunikator dalam perannya terhadap publik eksternal yaitu selalu mengajak dan mengundang perwakilan dari masyarakat sekitar SMK Maarif NU 1 Wangon untuk mengikuti rapat koordinasi bersama dengan komite sekolah. Dalam rapat tersebut SMK Maarif NU 1 Wangon akan menyampaikan terkait pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh SMK Maarif NU 1 Wangon.

b. Upaya humas mengatasi hambatan sebagai pembina hubungan

Upaya humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam mengatasi hambatan yang dihadapi sebagai pembina hubungan yaitu sekolah lebih berusaha mencari dan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi dalam pelaksanaan PKL. Hal tersebut bertujuan agar siswa-siswa dapat memperoleh tempat PKL yang sesuai dengan program keahliannya masing-masing, khususnya untuk jurusan akuntansi dan administrasi perkantoran.

c. Upaya humas mengatasi hambatan dalam membackup management

Upaya humas dalam mengatasi hambatan yang dihadapi humas sebagai backup management yaitu merencanakan sebuah rencana yang

matang, menyamakan persepsi mengenai tujuan yang akan dicapai, memahami materi pembicaraan yang disampaikan, memiliki sikap terbuka dan saling menghargai, meminta umpan balik untuk melihat respon dari semua pihak yang terlibat, mempertegas kembali semua yang telah disepakati ketika dilakukan koordinasi, memberikan motivasi untuk semua pihak yang terlibat agar melaksanakan apa yang sudah direncanakan dengan baik dan maksimal dan membangun komunikasi informal untuk meningkatkan efektivitas hasil koordinasi yang dilakukan.

- d. Upaya humas mengatasi hambatan dalam membangun citra SMK Maarif NU 1 Wangon

Upaya humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam mengatasi hambatan yang terjadi dalam membangun citra SMK Maarif NU 1 Wangon adalah selalu menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat. Komunikasi yang baik terutama pada masyarakat di sekitar SMK Maarif NU 1 Wangon. Komunikasi yang baik dimulai dengan cara yang sederhana, yaitu selalu bersikap sopan dan santun serta ramah terhadap masyarakat. Selain itu siswa selalu diberi nasehat bahwa tidak diperbolehkan untuk merusak atau bersikap negatif terhadap masyarakat.

- e. Upaya humas mengatasi hambatan dalam mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon.

Upaya humas dan panitia PPDB SMK Maarif NU 1 Wangon dalam mengatasi hambatan yang dialami pada saat sosialisasi tentang SMK Maarif NU 1 Wangon kepada siswa SMP yaitu membuat suasana presentasi dengan suasana yang menyenangkan agar siswa tidak merasa bosan, kemudian SMK Maarif NU 1 Wangon akan memberikan *reward* atau hadiah kepada siswa yang aktif bertanya serta berpartisipasi dalam kegiatan sosialisasi tersebut. Kemudian untuk sekolah yang secara terang-terangan menolak adanya kegiatan sosialisasi SMK Maarif NU 1 Wangon tersebut, maka untuk tahun-

tahun berikutnya sekolah tersebut tidak akan dimasukkan ke dalam daftar sekolah yang akan dituju pada kegiatan sosialisasi.

C. Analisis Data

Selanjutnya, setelah data dideskripsikan langkah berikutnya dalam sub bab ini yaitu data dianalisis. Dalam analisis data atau pembahasan, penulis membahas tentang peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah. Analisis peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah yaitu sesuai dengan teori menurut Rosady Ruslan yang menyatakan bahwa terdapat empat peran utama humas yaitu sebagai *communicator* atau penghubung, sebagai pembina *relationship*, berperan sebagai *back up management* dan pembentuk *corporate image*.⁷⁶

Moch. Ali Sobirin selaku Waka Humas telah melakukan peran tugasnya sesuai dengan teori tersebut yang dimulai dari sebagai communicator yaitu sebagai berikut :

1. Peran humas sebagai komunikator

Pelaksanaan peran humas sebagai komunikator sangatlah penting, dimana dengan adanya humas segala informasi yang terdapat di sekolah dapat disampaikan kepada sasaran humas. Sasaran humas meliputi publik internal dan publik eksternal. Peran humas sebagai komunikator kepada publik internal adalah menyampaikan segala informasi yang perlu diketahui oleh seluruh warga sekolah, yaitu adanya pelaksanaan rapat, pembentukan panitia PPDB, pembinaan OSIS, pelaksanaan agenda sekolah dan informasi lainnya. Sedangkan pelaksanaan peranan humas kepada publik eksternal meliputi penyampaian informasi mengenai kegiatan sekolah kepada masyarakat sekitar dan komite sekolah, penyampaian informasi kepada DU/DI terkait waktu pelaksanaan praktek kerja lapangan, serta penyampaian kepada calon alumni (siswa kelas XII) bahwa SMK Maarif NU 1 Wangon bekerjasama dengan beberapa perusahaan/PT jika terdapat lowongan pekerjaan.

⁷⁶ Rosady Ruslan, Kampanye Public Relations, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal 20

2. Peran humas sebagai pembina hubungan (*relationship*)

SMK Maarif NU 1 Wangon yang mempunyai berbagai maksud dan tujuan dalam membina hubungan baik dengan khalayaknya. Tujuan sekolah antara lain adalah dapat menciptakan citra positif sekolah, mendapatkan kerjasama yang baik dengan masyarakat, wali murid, DU/DI dan dengan beberapa perusahaan/PT. Hubungan yang dibina oleh SMK Maarif NU 1 Wangon tersebut adalah hubungan dengan publik eksternal. Namun, SMK Maarif NU 1 Wangon juga membina hubungan baik dengan publik internalnya. Publik internal yaitu seluruh warga sekolah, mulai dari kepala sekolah, guru, karyawan, dan siswa.

3. Peran humas dalam *back up management*

Peranan *back up management* bertujuan untuk menciptakan dan mengembangkan persepsi terbaik yang dilaksanakan oleh humas SMK Maarif NU 1 Wangon dengan DU/DI. Kegiatan pendukung yang dilaksanakan oleh humas SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu:

- a. Humas mengadakan kerjasama dengan SMP untuk mengadakan presentasi sekolah
- b. Humas melaksanakan beberapa promosi kepada pihak DU/DI yang diajak bekerjasama.
- c. Humas melaksanakan penyaluran lulusan ke beberapa instansi DU/DI yang diajak kerjasama agar penyerapan lulusan siap kerja berjalan lancar.

Setelah program kerja pendukung sudah dipersiapkan maka langkah berikutnya adalah pihak humas sekolah memberikan sosialisasi dan promosi sebaik mungkin untuk menyalurkan lulusan ke DU/DI. Peran humas sebagai *back up management* yaitu peran humas melekat pada fungsi manajemen, dalam aktivitas atau operasionalnya dikenal dengan proses humas yaitu penemuan fakta (*fact finding*), perencanaan (*planning*), pengkomunikasian (*communicating*) dan pengevaluasiannya (*evaluating*). Manajemen humas berarti melakukan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi. Bentuk kegiatan komunikasi

dapat berupa penerbitan brosur, pertemuan-pertemuan kelompok kecil sampai pada kegiatan yang sangat kompleks seperti konferensi pers.

4. Peran humas sebagai pembangun citra (*corporate image*)

Pentingnya citra positif masyarakat terhadap SMK Maarif NU 1 Wangon akan sangat mempengaruhi seluruh program kerja di SMK Maarif NU 1 Wangon. Citra atau kesan positif masyarakat terhadap SMK Maarif NU 1 Wangon dapat diartikan sebagai kepercayaan publik terhadap SMK Maarif NU 1 Wangon. Kepercayaan yang dimaksudkan adalah kepercayaan masyarakat untuk bersekolah atau menyekolahkan anak-anaknya ke SMK Maarif NU 1 Wangon.

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh maka hal-hal yang dilakukan SMK Maarif NU 1 Wangon dalam membentuk citra positif dari masyarakat ada beberapa cara. Beberapa cara yang ditempuh adalah dengan bersikap sopan, santun, ramah terhadap masyarakat, serta menyampaikan segala informasi profil SMK Maarif NU 1 Wangon kepada masyarakat luas.

5. Peran Humas dalam Mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon

Promosi merupakan suatu kegiatan memasarkan atau memperkenalkan suatu produk atau jasa kepada masyarakat luas. Promosi sekolah adalah kegiatan mempromosikan keberadaan suatu lembaga pendidikan kepada masyarakat, agar masyarakat mengetahui dan menerima adanya sekolah tersebut. Tujuan kegiatan promosi sekolah adalah agar sebuah sekolah dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Strategi promosi yang dilakukan oleh SMK Maarif NU 1 Wangon yang pertama kali adalah pemasangan *banner* atau spanduk SMK Maarif NU 1 Wangon, pada *banner* tercantum kompetensi keahlian serta akreditasi masing-masing kompetensi keahlian tersebut. Strategi yang kedua adalah mengumumkan kepada siswa SMK Maarif NU 1 Wangon untuk mengajak saudara, kerabat, atau tetangga mereka untuk masuk sekolah ke SMK Maarif NU 1 Wangon. Strategi ketiga yaitu presentasi sekaligus sosialisasi ke SMP- SMP di sekitar Kecamatan Wangon. Strategi keempat adalah pengumuman PPDB di *website* SMK Maarif NU 1 Wangon. Pengumuman dalam *website* berisi tentang waktu dan tempat pendaftaran, kompetensi keahlian yang ada di SMK Maarif NU 1 Wangon. Selain itu juga terdapat beberapa syarat-syarat yang perlu dibawa ketika mendaftar

6. Penggunaan Media Komunikasi

Pelaksanaan peran humas dalam rangka membangun citra dan mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon tidak terlepas dari adanya penggunaan media komunikasi. Pada pelaksanaan kegiatan-kegiatan humas menggunakan berbagai media. Media-media tersebut berupa media cetak maupun media elektronik.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, maka dapat diketahui bahwa SMK Maarif NU 1 Wangon menggunakan dua bentuk komunikasi dalam pelaksanaan kegiatannya. Komunikasi yang digunakan yaitu :

a. Komunikasi Langsung

Komunikasi langsung merupakan komunikasi yang dilakukan dengan cara bertatap muka langsung. Komunikasi ini dilakukan dimana komunikator dan komunikan saling berhadapan. Komunikasi langsung yang dilakukan di SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu: rapat resmi, rapat koordinasi, rapat wali murid, rapat komite sekolah, presentasi dan sosialisasi sekolah. Pada kegiatan rapat- rapat tersebut disampaikan hal-hal yang berkaitan dengan seluruh program kerja

sekolah. Sedangkan presentasi dan sosialisasi dilakukan oleh tim promosi sekolah kepada siswa-siswi SMP yang akan memasuki jenjang pendidikan SMA/SMK.

b. Komunikasi Tidak Langsung

Komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan bantuan media tertentu. Media tersebut dapat berupa media cetak atau media elektronik. Media komunikasi tidak langsung yang digunakan SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu brosur, poster, spanduk, surat resmi, telepon, e-mail, dan *website*.

7. Hambatan Pelaksanaan Humas SMK Maarif NU 1 Wangon

a. Hambatan humas sebagai komunikator

Hambatan yang dihadapi dalam proses komunikasi dengan publik eksternal adalah kurangnya antusias masyarakat terhadap SMK Maarif NU 1 Wangon karena SMK Maarif NU 1 Wangon merupakan sekolah swasta. Hambatan lainnya adalah kurangnya kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah terkait pelaksanaan PKL siswa kelas XI.

b. Hambatan humas dalam membina hubungan

Pelaksanaan peran humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam membina hubungan saat ini belum berjalan secara lancar dan maksimal. Sekolah mengalami kesulitan dalam mencari dan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah guna pelaksanaan PKL. Kesulitan yang dihadapi dalam mencari tempat PKL terutama untuk jurusan akuntansi dan administrasi perkantoran.

c. Hambatan humas dalam *membakup management*

Hambatan humas dalam *membakup management* yaitu kurangnya koordinasi antara humas dengan pihak internal dalam melaksanakan kegiatan. Selain itu adanya perbedaan sudut pandang dalam hal menerima kebijakan yang diberikan oleh pimpinan.

d. Hambatan humas dalam membangun citra SMK Maarif NU 1 Wangon

Hambatan humas dalam membangun citra yakni terbatasnya anggaran atau dana serta kurangnya antusias masyarakat terhadap

SMK Maarif NU 1 Wangon yang berstatus sekolah swasta. Masyarakat beranggapan bahwa sekolah swasta kurang mampu menghasilkan lulusan yang berkualitas.

- e. Hambatan humas dalam mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon

Hambatan pelaksanaan promosi di SMP-SMP yang pertama adalah bahwa ada beberapa SMP di Kecamatan Wangon yang menolak secara terang-terang adanya kegiatan sosialisasi. Kemudian hambatan yang kedua yaitu siswa-siswi SMP tidak tertarik dan antusias dengan presentasi dari tim SMK Maarif NU 1 Wangon.

8. Upaya Mengatasi Hambatan Humas SMK Maarif NU 1 Wangon

- a. Upaya humas mengatasi hambatan sebagai komunikator

Upaya humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam mengatasi hambatan yang dihadapi sebagai komunikator dalam perannya terhadap publik eksternal yaitu selalu mengajak dan mengundang perwakilan dari masyarakat sekitar SMK Maarif NU 1 Wangon untuk mengikuti rapat bersama dengan komite sekolah.

- b. Upaya humas mengatasi hambatan sebagai pembina hubungan

Upaya humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam mengatasi hambatan yang dihadapi sebagai pembina hubungan yaitu sekolah lebih berusaha mencari dan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah dalam pelaksanaan PKL.

- c. Upaya humas dalam mengatasi hambatan dalam *mbackup management*

Upaya humas dalam mengatasi hambatan yang dihadapi humas sebagai *backup management* yaitu merencanakan sebuah rencana yang matang, menyamakan persepsi mengenai tujuan yang akan dicapai, memahami materi pembicaraan yang disampaikan, memiliki sikap terbuka dan saling menghargai, meminta umpan balik, mempertegas kembali semua yang telah disepakati ketika dilakukan koordinasi, memberikan motivasi untuk semua pihak yang terlibat dan membangun komunikasi informal.

- d. Upaya humas mengatasi hambatan dalam membangun citra SMK Maarif NU 1 Wangon.

Upaya humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam mengatasi hambatan yang terjadi dalam membangun citra SMK Maarif NU 1 Wangon adalah selalu menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat. Selalu bersikap sopan dan santun serta ramah terhadap masyarakat. Selain itu siswa selalu diberi nasehat bahwa tidak diperbolehkan untuk merusak atau bersikap negatif terhadap masyarakat.

- e. Upaya humas mengatasi hambatan dalam mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon.

Upaya humas dan panitia PPDB SMK Maarif NU 1 Wangon dalam mengatasi hambatan yang dialami pada saat sosialisasi tentang SMK Maarif NU 1 Wangon kepada siswa SMP yaitu menciptakan suasana presentasi dengan suasana yang menyenangkan agar siswa tidak merasa bosan, kemudian SMK Maarif NU 1 Wangon akan memberikan *reward* atau hadiah kepada siswa yang aktif bertanya serta berpartisipasi dalam kegiatan sosialisasi tersebut. Sekolah yang secara terang-terangan menolak adanya kegiatan sosialisasi SMK Maarif NU 1 Wangon tersebut, maka untuk tahun-tahun berikutnya sekolah tersebut tidak akan dimasukkan ke dalam daftar sekolah yang akan dituju pada kegiatan sosialisasi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon secara keseluruhan belum berjalan secara baik, yaitu :
 - a. Peran humas sebagai komunikator terhadap publik internal yaitu siswa, karyawan/staf, guru, dan kepala sekolah dilakukan melalui rapat resmi, surat resmi dan rapat koordinasi. Sedangkan dengan publik eksternal yaitu orang tua wali murid, DU/DI, masyarakat melalui rapat wali murid, rapat komite, kerjasama dengan DU/DI
 - b. Peran humas sebagai pembina hubungan (*relationship*) yaitu menciptakan hubungan yang baik antar seluruh warga sekolah, membina hubungan baik dengan masyarakat, menjalin kerjasama dengan DU/DI terkait pelaksanaan PKL, namun usaha kerjasama tersebut belum berjalan baik karena masih kesulitan memperoleh tempat PKL untuk jurusan AP dan AK, menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan/PT agar memperoleh informasi mengenai lowongan pekerjaan bagi para lulusan, namun hingga saat ini belum ada data jelas tentang keterserapan lulusan.
 - c. Peran humas dalam memasarkan SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu pemasangan *banner*, presentasi serta sosialisasi ke SMP- SMP di Kecamatan Wangon dan sekitarnya, promosi dari mulut ke mulut, penyebaran brosur, dan informasi pendaftaran di website SMK Maarif NU 1 Wangon.
2. Media yang digunakan humas dalam memasarkan SMK Maarif NU 1 Wangon melalui media komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. Media komunikasi langsung yang digunakan humas SMK

Maarif NU 1 Wangon berupa kegiatan rapat resmi, rapat koordinasi, rapat komite sekolah, rapat wali murid, presentasi dan sosialisasi sekolah ke SMP-SMP. Sedangkan media komunikasi tidak langsung meliputi media cetak dan media elektronik, diantaranya: brosur, poster, spanduk (*banner*), telepon, e-mail, dan *website*.

3. Hambatan Pelaksanaan Humas SMK Maarif NU 1 Wangon dalam perannya sebagai komunikator, pembina hubungan, *back up management*, pembentuk citra dan mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu :
 - a. Kurangnya antusias masyarakat terhadap SMK Maarif NU 1 Wangon karena SMK Maarif NU 1 Wangon merupakan sekolah swasta
 - b. Kurangnya kerjasama dengan instansi-instansi terkait pelaksanaan PKL siswa kelas XI
 - c. Sekolah mengalami kesulitan dalam mencari dan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi guna pelaksanaan PKL
 - d. Terbatasnya anggaran atau dana
 - e. Ada beberapa SMP di Kecamatan Wangon yang menolak secara terang-terang adanya kegiatan sosialisasi.
 - f. Kurangnya koordinasi antara humas dengan pihak internal
4. Upaya yang dilakukan humas dalam mengatasi hambatan sebagai komunikator, pembina hubungan, pembentuk citra dan mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon yaitu :
 - a. Mengajak dan mengundang perwakilan dari masyarakat sekitar SMK Maarif NU 1 Wangon untuk mengikuti bersama dengan komite sekolah
 - b. Lebih berusaha mencari dan menjalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah dalam pelaksanaan PKL
 - c. Membangun komunikasi informal dan menyamakan persepsi
 - d. Selalu menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat
 - e. Selalu bersikap sopan dan santun serta ramah terhadap masyarakat
 - f. Menciptakan suasana presentasi dengan suasana yang menyenangkan agar siswa tidak merasa bosan, kemudian SMK Maarif NU 1 Wangon

akan memberikan *reward* atau hadiah kepada siswa yang aktif berpartisipasi.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai peran humas dalam rangka membangun citra dan mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon, maka disarankan sebagai berikut:

1. Sebaiknya dalam penggunaan media komunikasi humas dengan publik internal, perlu ditambahkan berupa penempelan surat kabar setiap harinya, pembaharuan mading sekolah setidaknya 1 bulan 1 kali, serta adanya *booklet* atau majalah singkat tentang segala informasi di sekolah, misalnya profil guru teladan, ketua osis, pemenang lomba, siswa berprestasi, dan lain sebagainya.
2. Dalam pemanfaatan *website* sekolah sebaiknya informasi pada *website* harus lengkap dan jelas serta selalu diperbarui agar publik eksternal dapat mengetahui kegiatan-kegiatan di SMK Maarif NU 1 Wangon.
3. Hendaknya kepala sekolah dan pengurus humas mengadakan kegiatan sekolah yang melibatkan warga masyarakat sekitar sekolah, seperti adanya bazar murah, kegiatan lomba 17 Agustus dan lain sebagainya.
4. Pada brosur hendaknya daftar prestasi siswa perlu ditambahkan dengan prestasi terbaru siswa.
5. Hendaknya SMK Maarif NU 1 Wangon lebih meningkatkan kualitas pendidikan. Hal tersebut akan mempengaruhi terserapnya lulusan ke dunia kerja dan akan mempengaruhi minat siswa baru dalam mendaftar ke SMK Maarif NU 1 Wangon.
6. Hendaknya SMK Maarif NU 1 Wangon memperluas lagi kerjasama dengan instansi pemerintah khususnya yang dapat menerima siswa PKL jurusan AP dan AK.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kyualitatif, Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Ahmad Rijali. 2018. “*Analisis Data Kualitatif*”, Jurnal Al-hadharah, Vol. 17 No. 33, Januari-Juni.
- Ahmad Rijali. 2018. “*Analisis Data Kualitatif*”, Jurnal UIN Antasari Banjarmasin, Vol. 17 No. 33 Januari-Juni.
- Ajat Rukajat. 2018. *Pendekatan Pendidikan Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Daniel Yadin.2003. *Public Relations* (Frank Jeknis. Terjemahan) London : Indonesia.. Jakarta : Erlangga.
- Fajar Widyastuti. 2012. Skripsi: “*Peran Humas dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 4 Yogyakarta*”. Yogyakarta: UNY.
- Frida Kusumastuti. 2002. *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Haris Munandar. 1992. *Public Reltions* (Frank Jeknis. Terjemahan) London : Indonesia. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hartono. 1960. *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hendri. 2021. Skripsi: “*Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan di MTs Laboratorium UIN STS Jambi*”. Jambi: UIN STS.
- Jumanta Handayama. 2014. *Model dan Metode Pembelajaran dan Karakter*. Bogor: Penerbit Ghalia-Indonesia.
- Khairil Pirli. 2021. Skripsi: “*Strategi Pemasaran Pendidikan di SMA Negeri 11 Muaro Jambi*”. Jambi: UIN STS.
- Mamik, *Metedologi Kualitatif* . 2015. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Muh. Fitrah dan Luthfiyah. 2017. *Metedologi Penelitian*. Sukabumi: CV Jejak.
- Muhaimin, Suti’ah., Sugeng L.P. 2009. *Manajemen Pendidikan dan Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group.

- Mukhtar & Iskandar. 2009. *Orientasi Baru Supervisi Pendidikan*. Jakarta : Gaung Persada
- Muslimin. 2004. *Hubungan Masyarakat dan Konsep Kepribadian*. Malang : UMM Press
- Ngalim Purwanto. 2005. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Novan Ardy Wiyani. 2009. *Aktualisasi Prinsip Continuous Improvement dalam Kepemimpinan Kepala PAUD Islam Terpadu Al-Ikhlas Bumiayu Brebes*, Al-Athfal Jurnal Pendidikan Anak, Vol. 5 No. 1.
- Novia Setia Rahmawati, Syunu Trihantoyo. 2021. “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Pemasaran SMK dimasa Pandemi Covid-19 melalui Network Marketing*”, Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol. 9 No. 3.
- Oemi Abdurrachman. 1993. *Dasar-Dasar Public Relation*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Rachmadi F. 1992. *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: Gramedia.
- Rosady Ruslan. 2005. *Kampanye Public Relations*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Sugiyono. 1993. *Wawancara sebagai salah satu metode pengumpulan data*. Media Litbangkes, Vol. III No. 01.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharsimi Ari Kunto dan Lia Yuliana. 2008. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditya Media bekerjasama dengan Faklutas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sulistiyorini. 2009. *Manajemen Pendidikan Islam Konsep, Strategi dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Sukses Offset.

- Suryosubroto B. 1988. *Humas dalam Dunia Pendidikan*. Yogyakarta : Mitra Gama Widya
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia. 2011. *Manajemen Pendidikan*. Bandung : Alfabeta
- Umar Sidiq & M Miftachul Choiriri. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif dibidang Pendidikan*. Ponorogo: Nata Karya.
- Wayan Suwendra. 2018. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Nilacakra.
- Yosal Irianta dan Yani Surachman. 2006. *Public Relations Writing Pendekatan Teoritis dan Praktis*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Yusuf, M. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Zulkarnain Nasution. 2010. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang :Universitas Muhammadiyah Malang Press.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

METODE PENGUMPULAN DATA

A. Metode Dokumentasi

1. Sejarah berdirinya SMK Maarif NU 1 Wangon
2. Profil SMK Maarif NU 1 Wangon
3. Visi, misi dan tujuan SMK Maarif NU 1 Wangon
4. Brosur SMK Maarif NU 1 Wangon
5. Kegiatan Humas SMK Maarif NU 1 Wangon

B. Metode Observasi

1. Letak geografis SMK Maarif NU 1 Wangon
2. Keadaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan SMK Maarif NU 1 Wangon
3. Keadaan Peserta Didik SMK Maarif NU 1 Wangon
4. Sarana dan prasarana SMK Maarif NU 1 Wangon
5. Media yang digunakan oleh humas SMK Maarif NU 1 Wangon



Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA

Identitas Responden

Nama : Moh. Ali Sobirin, S.Pd.I.
Alamat : Desa Rawaheng RT 01 RW 05 Kec. Wangon Kab. Banyumas
Jabatan : Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas
Lokasi : SMK Maarif NU 1 Wangon

Wawancara

Mohon bapak dapat memberikan informasi tentang peran humas dalam kegiatan pemasaran sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon. Informasi yang bapak berikan sangat kami butuhkan untuk data penelitian.

Pertanyaan:

1. Bagaimana gambaran umum SMK Maarif NU 1 Wangon?
2. Bagaimana sejarah singkat dan berkembangnya SMK Maarif NU 1 Wangon dari mulai berdiri hingga sekarang?
3. Bagaimana peran humas :

Sebagai Komunikator :

- a) Menurut Bapak/Ibu siapakah yang menjadi sasaran dari kegiatan humas?
- b) Informasi apa sajakah yang telah disampaikan humas kepada sasaran humas, baik internal maupun eksternal?
- c) Media apa sajakah yang Bapak/Ibu gunakan dalam menyampaikan informasi kepada sasaran humas, baik internal maupun eksternal?
- d) Adakah hambatan atau kendala yang Bapak/Ibu hadapi pada saat menyampaikan informasi kepada sasaran humas?
- e) Solusi apakah yang Bapak/Ibu lakukan untuk mengatasi hambatan

atau kendala tersebut?

Sebagai Pembina Hubungan

- a. Siapa sajakah pihak-pihak yang menjadi sasaran humas untuk menjalin hubungan dan kerjasama?
- b. Mengapa Bapak/Ibu memilih pihak-pihak tersebut untuk menjalin hubungan baik dan kerjasama?
- c. Wujud kegiatan kerjasama seperti apakah yang ingin Bapak/Ibu wujudkan bersama dengan pihak-pihak tersebut?
- d. Sejak adanya pengurus humas di SMK Maarif NU 1 Wangon ini, apakah ada kritik maupun saran dari masyarakat atau publik internal maupun eksternal terkait hubungan kerjasama yang terjadi?
- e. Bagaimanakah solusi atau cara yang Bapak/Ibu lakukan dalam mengelola kritik dan saran tersebut?
- f. Pernahkah terjadi konflik antara sekolah dengan publik internal maupun eksternal terkait dengan pelaksanaan kegiatan sekolah?
- g. Jika pernah, lalu bagaimana Bapak/Ibu memecahkan konflik yang terjadi tersebut? Dan bagaimana cara Bapak/Ibu agar setelah terjadinya konflik tersebut hubungan publik internal maupun eksternal dengan sekolah kembali baik?

Sebagai Pembentuk Citra

- a. Kegiatan apa saja yang sudah diadakan humas dalam upaya membentuk opini publik yang positif terhadap SMK Maarif NU 1

Wangon?

- b. Bagaimana strategi humas dalam upaya pembentukan citra yang positif?
- c. Adakah kendala yang Bapak/Ibu hadapi dalam proses pembentukan opini publik atau citra yang positif?
- d. Apakah solusi yang Bapak/Ibu lakukan dalam menghadapi kendala yang dihadapi tersebut?

Humas dalam mempromosikan sekolah

- a. Apakah humas juga berperan aktif dalam kegiatan mempromosikan sekolah kepada masyarakat luas?
- b. Jika Ya, bagaimanakah cara atau strategi humas dalam mempromosikan sekolah kepada masyarakat luas?
- c. Media apa sajakah yang digunakan dalam kegiatan mempromosikan SMK Maarif NU 1 Wangon?
- d. Apakah sejauh ini media yang digunakan dapat membantu berjalannya kegiatan promosi?
- e. Apakah dalam mempromosikan sekolah humas mengalami kendala atau hambatan?
- f. Solusi apakah yang diterapkan humas guna menangani kendala atau hambatan tersebut?

Lampiran 3

Brosur SMK Maarif NU 1 Wangon

LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU KABUPATEN BANYUMAS

SMK MA'ARIF NU 1 WANGON

LP MA'ARIF NU

AKTE NOTARIS : MUNYATI SULLAM, SH.
NOMOR : AHU - 1999, AH.01, 08 TAHUN 2013

0281-513425

MENERIMA PENDAFTARAN PESERTA DIDIK BARU TAHUN PELAJARAN 2022 - 2023

KOMPETENSI KEAHLIAN

- AKUTANSI DAN KEUANGAN LEMBAGA
- OTOMATISASI TATA KELOLA PERKANTORAN
- FARMASI KLINIS DAN KOMUNITAS
- TEKNIK KENDARAAN RINGAN OTOMOTIF

KELAS POS INDONESIA
OTOMATISASI TATA KELOLA PERKANTORAN

KELAS INDUSTRI MITSUBISHI
TEKNIK KENDARAAN RINGAN OTOMOTIF

SMK BISA-HEBAT
CINTA BELAJAR - SIKAP BERSAMA - BERKREASI

SYARAT PENDAFTARAN

- Mengisi Formulir Pendaftaran
- SKHUN / SHUN Asli / Fotocopy.
- Fotocopy Akte Kelahiran / Surat Kenal Lahir
- Fotocopy STTB SMP / MTs / Paket B
- Pas Foto 3 x 4 (2 lembar)
- Fotocopy Kartu Keluarga
- Fotocopy KIP, PKH, KPS (bila memiliki)

KERJASAMA REKRUTMENT

QYTA TRANS Purwokerto

RITA PASARAYA Purwokerto

PT. Bumen Redja Abadi MITSUBISHI Kebumen

PT. TSB (Telu Sukses Bersama) Cikarang

PT. BKC (Bakti Karya Cemerlang) Karawang

WAKTU PENDAFTARAN
Bulan Januari - Juni 2022

TEMPAT PENDAFTARAN
Tempat - tempat yang telah ditunjuk sebagai Sekretariat PPDB SMK MA'ARIF NU 1 WANGON Tahun Pelajaran 2022 - 2023

SMK MA'ARIF NU 1 WANGON
Jl. Karangjengkol, RT.02 RW.04 Wangon Kabupaten Banyumas 53176

INFORMASI PENDAFTARAN

Drs. Mukhtarom, M.Si.
Kepala Sekolah
085 227 404 903

Riyanti Susiloningtyas, S. Pd
Waka Kurikulum
082 134 409 555

Iri Sumarti, S.Ag
Waka Kesiswaan
085 840 997 265

Klik Link https://bit.ly/PPDB_MANUSAWA22

www.smkmanu1wangon.sch.id | smk_maarifnu1wgn@yahoo.co.id

SMK Manusawa Channel | Smks Ma'arif NU Wangon | SMK Manusa Wangon

Lampiran 4

DOKUMENTASI**GEDUNG SMK MAARIF NU 1 WANGON****WAWANCARA DENGAN BAPAK MOCH. ALI SOBIRIN, S.Pd.I****SELAKU WAKA HUMAS SMK MAARIF NU 1 WANGON**

KERJA SAMA DENGAN BEBERAPA PT/PERUSAHAAN



KEGIATAN PEMBEKALAN PKL



SOSIALISASI SMK MAARIF NU 1 WANGON KE SISWA SMP



Lampiran 5

Surat Keterangan Seminar Proposal Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
 Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553

SURAT KETERANGAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

No. B- /Un.17/ FTIK/MPI/PP.009/10/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Jurusan/Prodi Manajemen Pendidikan Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK) UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa proposal skripsi berjudul :

Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Ma'arif NU 1 Wangon

Sebagaimana disusun oleh:

Nama : Triana Ida Lestari
 NIM : 1817401086
 Semester : 7
 Jurusan/Prodi : FTIK/ Manajemen Pendidikan Islam

Benar-benar telah diseminarkan pada tanggal : 12 Oktober 2021

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 19 Oktober 2021

Mengetahui,
 Ketua Jurusan/Prodi MPI

H. Rahman Afandi, S.Ag., M.S.I
 NIP. 19680803 200501 1 001

Penguji

Dr. Novan Ardy Wiyani, M.Pd.I
 NIP. 19850525 201503 1 004

Lampiran 6

Permohonan Ijin Riset Individual



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
 Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
 www.uinsaizu.ac.id

Nomor : B-e.1012/Un.19/WD.I.FTIK/PP.05.3/4/2022 6 April 2022
 Lamp. : -
 Hal : **Permohonan Ijin Riset Individual**

Kepada Yth.
 Kepala SMK Ma'arif NU 1 Wangon
 di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, memohon dengan hormat saudara berkenan memberikan ijin riset kepada mahasiswa kami dengan identitas sebagai berikut :

1. Nama : Triana Ida Lestari
2. NIM : 1817401086
3. Semester : 8 (Delapan)
4. Jurusan/prodi : Manajemen Pendidikan Islam
5. Alamat : Desa Banteran Rt 02/Rw 05
Kec. Wangon
Kab. Banyumas
6. Judul : Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Ma'arif NU 1 Wangon

Adapun riset tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Obyek : Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Ma'arif NU 1 Wangon
2. Tempat/lokasi : SMK Ma'arif NU 1 Wangon
3. Tanggal Riset : 7 April 2022 s/d 13 Mei 2022
4. Metode Penelitian : Observasi, Wawancara, Dokumentasi

Demikian atas perhatian dan ijin saudara, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



An. Dekan
 Wakil Dekan I

Dr. Suparjo, M.A
 NIP. 197307171999031001

Lampiran 7

Pemberitahuan Balasan Riset Individual

Pemberitahuan Balasan Riset Individual


LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF NU KAB. BANYUMAS
SMK MA'ARIF NU 1 WANGON

Jl. Karangjengkol RT.02/RW.04 Wangon – Banyumas 53176 Telp./ Fax. (0281) 513425
 Email : smk_maarifnu1wgn@yahoo.co.id Website : www.smkmanu1wangon.sch.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 289/33.12/SMK-08/EV/2022

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN SAIZU Purwokerto, Nomor; B-e. 1012/Un. 19/WD.I.FTIK/PP.05.3/4/2022, hal; Izin mengadakan penelitian tertanggal 7 April 2022 s/d 13 Mei 2022, maka Kepala SMK Ma'arif NU 1 Wangon Kabupaten Banyumas dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini :

Nama	: Triana Ida Lestari
NIM	: 1817401086
Semester	: VIII (Delapan)
Jurusan/Prodi	: MPI/MPI
Jenjang	: S1

Benar telah mengadakan penelitian di SMK Ma'arif NU 1 Wangon sejak 7 April 2022 s/d 13 Mei 2022 guna melengkapi data pada penyusunan Skripsi yang berjudul : “Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Ma'arif NU 1 Wangon”.

Demikian surta keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Wangon, 24 Mei 2022

Kepala SMK Ma'arif NU 1 Wangon


 Drs. M. Kartarom, M.SI.

Lampiran 8

Surat Keterangan Wakaf



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
UPT PERPUSTAKAAN**

Jalan Jenderal A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
Website: <http://lib.uinsaizu.ac.id>, Email: lib@uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN WAKAF

Nomor : B-894/Un.19/K.Pus/PP.08.1/5/2022

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama : TRIANA IDA LESTARI
NIM : 1817401086
Program : SARJANA / S1
Fakultas/Prodi : FTIK / MPI

Telah menyerahkan wakaf buku berupa uang sebesar **Rp 40.000,00 (Empat Puluh Ribu Rupiah)** kepada Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Demikian surat keterangan wakaf ini dibuat untuk menjadi maklum dan dapat digunakan seperlunya.



Purwokerto, 23 Mei 2022
Kepala,

[Signature]
Aris Nurohman



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
 Telp. (0281) 635624, 6282507; fax: (0281) 636553, www.iainpurwokerto.ac.id

BLANGKO BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Triana Ida Lestari
 NIM : 1817401086
 Fakultas/Jurusan : FTIK/MPI
 Pembimbing : Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd.
 Nama Judul : Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di SMK Maarif NU 1 Wangon

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	
			Pembimbing	Mahasiswa
1	Selasa, 12 Oktober 2021	Konsultasi Hasil Seminar Proposal Skripsi Yang Sudah Direvisi		
2	Senin, 13 Desember 2021	Bimbingan Skripsi Bab 2		
3	Selasa, 15 Februari 2022	Bimbingan Perbaikan Bab 2 (Penambahan teori pada point peran humas)		
4	Kamis, 17 Maret 2022	Bimbingan Skripsi Bab 3		
5	Jumat, 25 Maret	Bimbingan Perbaikan Skripsi Bab 3		



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A, Purwokerto 53126
Telp. (0281) 635624, 628250; Fax: (0281) 636553, www.iainpurwokerto.ac.id

2022		
6 Jumat, 1 April 2022	Bimbingan Skripsi Bab 4-5	
7 Rabu, 6 April 2022	Bimbingan Perbaikan Skripsi Bab 4	
8 Kamis, 25 April 2022	Bimbingan Skripsi Bab 1-5 (Penambahan Rumusan Masalah)	
9 Jumat, 20 Mei 2022	Bimbingan Pembuatan Abstrak, Lampiran dan Daftar Isi	
10 Senin, 23 Mei 2022	ACC untuk munaqasyah	

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 23 Mei 2022
Dosen Pembimbing

Dr. Rohmat M. Ag., M.Pd.

NIP.19720420 200312 1 001

Lampiran 10

Rekomendasi Munaqosyah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
 Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
 www.uinsaizu.ac.id

REKOMENDASI MUNAQOSYAH

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Triana Ida Lestari
 NIM : 1817401086
 Semester : VIII/8
 Jurusan/Prodi : Pendidikan Islam/Manajemen Pendidikan Islam
 Angkatan Tahun : 2018
 Judul Skripsi : Peran Humas dalam Kegiatan Pemasaran Sekolah di
SMK Maarif NU 1 Wangon

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk dimunaqosyahkan setelah mahasiswa yang bersangkutan memenuhi persyaratan akademik yang ditetapkan.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk menjadikan maklum dan mendapatkan penyelesaian sebagaimana mestinya.


Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Dibuat di : Purwokerto
 Tanggal : 23 Mei 2022

Mengetahui,
 Koordinator Prodi MPI


Dr. Novan Ardy Wiyani, M.Pd.I
 NIP. 198505252015031004

Dosen Pembimbing


Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd.
 NIP. 197204202003121001

Lampiran 11

Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنرال احمد باتي رقم: ٤٠، بوروكرتو ٥٣١٢٦ هاتف ٠٢٨١ - ٢٦٥٦٢٤ www.iaipurwokerto.ac.id

الشهادة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠٢١/٩٧٥٢

منحت الى	الاسم	: تريانا إدا لستاري
المولودة	الاسم	: بيانوماس. ٢٧ أبريل ٢٠٠٠
	الذي حصل على	فهم المسموع
	فهم العبارات والتراكيب	٥١ :
	فهم المقروء	٤٩ :
	النتيجة	٤٨٥ :



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ١١
ديسمبر ٢٠١٨

ديان عس رئيس الوحدة لتنمية اللغة،
٧ أكتوبر ٢٠٢١

الدكتورة أدي روسواتي، الماجستير
رقم التوظيف: ١٩٨٦٠٧٠٤٢٠١٥٠٣٢٠٠٤



ValidationCode

Lampiran 12

Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/9752/2021

This is to certify that :

Name : **TRIANA IDA LESTARI**
 Date of Birth : **BANYUMAS, April 27th, 2000**

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on December 10th, 2018, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension	: 48
2. Structure and Written Expression	: 46
3. Reading Comprehension	: 47


Obtained Score : **471**



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, October 7th, 2021
 Head of Language Development Unit,
The acting of

Dr. Ade Ruswatie, M. Pd.
 NIP: 198607042015032004

Lampiran 13

Sertifikat BTA/PPI



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT
Nomor: In.17/UPT.MAJ/9482/01/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : TRIANA IDA LESTARI
NIM : 1817401086

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	77
# Tartil	:	70
# Imla'	:	85
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	70

Purwokerto, 10 Jan 2020



ValidationCode



Lampiran 14

Sertifikat KKN




SERTIFIKAT

Nomor: 565/K.LPPM/KKN.48/08/2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : **TRIANA IDA LESTARI**
 NIM : **1817401086**
 Fakultas/Prodi : **FTIK / MPI**

TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-48 Tahun 2021
dan dinyatakan **LULUS** dengan Nilai **94 (A)**.

Purwokerto, 29 Oktober 2021
 Ketua LPPM,


 D. H. Ansori, M.Ag.
 NIP. 19650407 199203 1 004



 **KEMENTERIAN AGAMA**
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
LABORATORIUM FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Telp. (0281). 635624 Psw. 121 Purwokerto 53126

Sertifikat

Nomor : B. 017 / Un.19/K. Lab. FTIK/ PP.009/ III/ 2022
Diberikan Kepada :

TRIANA IDA LESTARI
1817401086

Sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan kegiatan
Praktik Kerja Lapangan (PKL) Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022
pada tanggal 24 Januari sampai dengan 5 Maret 2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan


Dr. H. Suwito, M.Ag.
NIP. 19710424 199903 1 002



Purwokerto, 21 Maret 2022
Laboratorium FTIK
Kepala,


Dr. Nurfuadi, M.Pd.I.
NIP. 19711021 200604 1 002

SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA

Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/7047/XII/2021

Diberikan Kepada:

TRIANA IDA LESTARI
NIM: 1817401086

Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 27 April 2000

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	75 / B
Microsoft Excel	79 / B+
Microsoft Power Point	80 / B+





Purwokerto, 27 Desember 2021
Kepala UPT TIPD



Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Triana Ida Lestari
2. NIM : 1817401086
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banyumas, 27 April 2000
4. Alamat Rumah : Desa Cirahab RT 3 RW 1 Kec. Lumbir
5. Nama Ayah : Hadi Prayitno
6. Nama Ibu : Salimah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. SD/MI, tahun lulus : SD Negeri 1 Cirahab, tahun 2012
- b. SMP/MTs, tahun lulus : SMP Negeri 2 Lumbir, tahun 2015
- c. SMA/MA, tahun lulus : SMA Negeri 1 Wangon, tahun 2018
- d. S1, tahun lulus : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto, tahun 2022

2. Pendidikan Non-Formal

- a. Pondok Pesantren Darul Abror Purwokerto, tahun 2018-2019

C. Pengalaman Organisasi

1. Dewan Ambalan Pramuka SMA Negeri 1 Wangon tahun 2016-2017
2. Anggota IPNU IPPNU IAIN Purwokerto 2019-2020

Purwokerto, 23 Mei 2022



Triana Ida Lestari
NIM. 1817401086