

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sekolah sebagai lembaga pendidikan formal memiliki tanggung jawab besar dalam membentuk generasi penerus bangsa. Peran sekolah tidak hanya terbatas pada proses pembelajaran di dalam kelas, melainkan juga mencakup upaya membangun komunikasi dan kerja sama yang baik dengan masyarakat. Dalam konteks ini, hubungan antara sekolah dan masyarakat menjadi sangat krusial. Sekolah membutuhkan dukungan masyarakat untuk menjalankan fungsinya secara optimal, sementara masyarakat membutuhkan sekolah sebagai sarana pendidikan dan pembinaan generasi muda.

Manajemen hubungan masyarakat (humas) di sekolah merupakan strategi penting yang bertujuan untuk membangun saling pengertian, menciptakan citra positif, dan meningkatkan daya tarik sekolah di mata masyarakat. Humas berfungsi sebagai penghubung antara sekolah dengan publik eksternal, terutama orang tua dan masyarakat luas, serta publik internal seperti guru dan siswa. Dalam era persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat, khususnya di wilayah pedesaan, strategi humas yang efektif menjadi kebutuhan mendesak.¹

¹ Muhammad Noor, "Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat (Humas) Di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Sahabat Alam Palangka Raya" (Skripsi Sarjana, IAIN Palangka Raya, 2017), 55

Dalam upaya menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anak-anaknya, sekolah dituntut tidak hanya mampu menyampaikan informasi yang jelas dan menarik, tetapi juga harus memiliki daya tarik substansial. Daya tarik sekolah dapat dibentuk melalui berbagai pendekatan, salah satunya adalah strategi humas yang tepat sasaran. Strategi ini mencakup perencanaan komunikasi, pelaksanaan kegiatan promosi yang inovatif, serta evaluasi berkala terhadap efektivitas pendekatan yang dilakukan.²

Sekolah-sekolah yang mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan adalah mereka yang tidak hanya mengandalkan status formal, tetapi juga melakukan inovasi secara berkelanjutan. Inovasi dalam bidang humas dapat berupa pemanfaatan media sosial untuk promosi, pengemasan kegiatan unggulan sekolah dalam bentuk konten menarik, melibatkan alumni sukses, hingga penyelenggaraan event terbuka untuk masyarakat. Pendekatan inovatif ini menjadikan sekolah lebih dikenal, diminati, dan dipercaya.³

Eksistensi sekolah sangat ditentukan oleh persepsi masyarakat terhadap mutu pendidikan yang ditawarkan. Sekolah yang dianggap berkualitas adalah sekolah yang memiliki visi jelas, tenaga pendidik kompeten, fasilitas memadai, serta program-program pembinaan karakter yang nyata. Oleh karena itu, manajemen humas juga harus mampu menonjolkan keunggulan sekolah melalui narasi yang jujur, kuat, dan meyakinkan. Mutu sekolah tidak hanya dilihat dari nilai akademik, tetapi juga dari bagaimana sekolah membentuk kebiasaan

² H. Enco Mulyasa, *Manajemen Dan Kepemimpinan Kepala Sekolah* (Bumi Aksara, 2022), 47

³ Mochammad Rizal Agus Hibatullah, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Sd Islam Al-Khoiriyah Bangsalsari Jember", (Skripsi Sarjana, UIN Khas Jember 2024), 40

positif melalui kegiatan pembiasaan seperti literasi pagi, budaya salam, menjaga kebersihan, serta kegiatan religius rutin.

SD Negeri Darungan 1 Pare Kediri adalah salah satu sekolah dasar negeri yang berada di kawasan pedesaan dan mengalami tantangan dalam mempertahankan eksistensinya. Sekolah ini harus bersaing dengan lembaga pendidikan lain di sekitar Pare yang menawarkan program-program unggulan. Berdasarkan data yang dihimpun, jumlah peserta didik baru mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun: tahun ajaran 2021/2022 sebanyak 107 siswa, tahun ajaran 2022/2023 sebanyak 103 siswa, tahun ajaran 2023/2024 sebanyak 102 siswa, dan tahun ajaran 2024/2025 mengalami penurunan menjadi 94 siswa. Fenomena ini menunjukkan bahwa diperlukan strategi baru dan terukur dalam manajemen humas sekolah.

Strategi humas di SD Negeri Darungan 1 Pare Kediri mencakup dua pendekatan utama: publikasi langsung dan tidak langsung. Publikasi tidak langsung dilakukan melalui media sosial, pamflet, dan brosur. Sementara publikasi langsung dilakukan melalui kegiatan door to door, keterlibatan dalam event masyarakat desa seperti karnaval, jalan sehat, pawai budaya, serta promosi melalui rapat wali murid. Kegiatan ini dirancang untuk menjalin hubungan emosional dengan masyarakat sekaligus memperkenalkan keunggulan sekolah.

Selain promosi eksternal, strategi humas yang kuat harus didukung oleh substansi internal yang bermutu. SD Negeri Darungan 1 telah berupaya membangun daya tarik melalui kegiatan unggulan seperti drumband, gerak jalan, pawai Ramadhan, Persami, dan upacara rutin. Di samping itu, pembiasaan

positif seperti literasi pagi, budaya 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun), serta pembiasaan keagamaan juga menjadi ciri khas pembentukan karakter siswa. Inilah kekuatan sekolah yang perlu disinergikan dengan strategi humas agar dapat menciptakan daya tarik yang berkelanjutan.

Dalam era digital dan masyarakat yang semakin selektif dalam memilih lembaga pendidikan, sekolah tidak cukup hanya “dikenal”, tetapi harus “diminati”. Oleh karena itu, peran humas semakin strategis sebagai ujung tombak dalam menyampaikan nilai-nilai unggul yang dimiliki sekolah. Inovasi dalam penyampaian informasi, kedekatan emosional dengan masyarakat, serta kemampuan membangun citra yang autentik akan menjadi kunci keberhasilan humas.⁴

Dengan demikian, strategi humas tidak hanya bersifat teknis atau operasional, melainkan juga bersifat strategis dan terintegrasi. Perencanaan yang matang, pelaksanaan yang kreatif, dan evaluasi yang reflektif menjadi pilar utama dalam membangun kepercayaan masyarakat serta meningkatkan daya tarik sekolah secara berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam mengenai: **“Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Daya Tarik di SD Negeri Darungan 1 Pare Kediri.”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka di kemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

⁴ Ahmad Yani, “Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Dan Lembaga Pendidikan: Bahasa Indoensia,” *Jurnal Mumtaz* 3, no. 2 (2023), 150–158.

1. Bagaimana perencanaan strategi humas dalam meningkatkan daya tarik sekolah di SD Negeri Darungan 1 Pare Kediri?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi pelaksanaan humas dalam meningkatkan daya tarik sekolah di SD Negeri Darungan 1 Pare Kediri?
3. Bagaimana evaluasi strategi evaluasi humas dalam meningkatkan daya tarik sekolah di SD Negeri Darungan 1 Pare Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang telah dirumuskan diatas, penulis mempunyai tujuan yang akan dicapai, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan perencanaan strategi humas dalam meningkatkan daya tarik sekolah di SD Negeri Darungan 1 Pare Kediri.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pelaksanaan strategi humas dalam meningkatkan daya tarik sekolah di SD Negeri Darungan 1 Pare Kediri.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis evaluasi strategi humas dalam meningkatkan daya tarik sekolah di SD Negeri Darungan 1 Pare Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan sebelumnya, maka manfaat dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan di bidang manajemen pendidikan, khususnya dalam konteks strategi humas di tingkat sekolah dasar negeri, serta menjadi referensi akademik dalam pengkajian daya tarik sekolah melalui pendekatan hubungan masyarakat.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis: Memberikan pemahaman mendalam tentang penerapan strategi humas di sekolah dasar, serta menjadi pengalaman akademik yang aplikatif.
- b. Bagi Sekolah: Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai acuan dalam merumuskan strategi humas yang lebih efektif untuk meningkatkan daya tarik sekolah dan memperkuat eksistensinya di tengah persaingan.
- c. Bagi Peneliti Lain: Memberikan referensi dan bahan perbandingan dalam penelitian yang berkaitan dengan strategi promosi dan hubungan masyarakat di lembaga pendidikan.

E. Definisi Konsep

Dalam Dalam rangka menghindari adanya perbedaan penafsiran serta potensi ambiguitas makna dalam pelaksanaan penelitian ini, maka beberapa istilah yang digunakan perlu dijelaskan secara rinci sebagaimana berikut:

1. Strategi

Strategi merupakan perencanaan menyeluruh yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien, dengan memanfaatkan sumber daya yang ada serta menyesuaikan diri terhadap kondisi lingkungan. Strategi mencakup pengambilan keputusan, penetapan langkah-langkah operasional, dan adaptasi terhadap perubahan, sehingga menjadi kunci utama dalam mencapai keberhasilan individu, kelompok, maupun organisasi.

2. Manajemen Hubungan Masyarakat

Manajemen Hubungan Masyarakat adalah suatu fungsi dalam manajemen yang bertugas untuk membangun, memelihara, dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Publik yang dimaksud adalah pihak-pihak yang memiliki pengaruh terhadap keberhasilan maupun kegagalan suatu organisasi, sehingga keberadaan hubungan tersebut menjadi sangat vital dalam kelangsungan operasional organisasi.

3. Daya Tarik Sekolah

Merupakan persepsi positif masyarakat terhadap kualitas, fasilitas, kegiatan unggulan, dan budaya sekolah yang menjadikan sekolah tersebut dipilih sebagai tempat pendidikan bagi anak-anak mereka.⁵

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bentuk penelusuran terhadap karya-karya ilmiah yang telah dilakukan oleh peneliti lain, yang memungkinkan memiliki kesamaan atau keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan beberapa penelitian yang memiliki relevansi dengan tema yang diangkat dalam penelitian ini, antara lain:

1. Felinda Karela. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Felinda Karela menunjukkan bahwa perencanaan strategi pemasaran di MTs. Mazra'atul Ulum merupakan suatu proses penyusunan perencanaan pemasaran yang dilaksanakan oleh pimpinan sekolah. Implementasi strategi pemasaran

⁵ Salman Alfarezi, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Mts Swasta Lunto Kota Sawahlunto", (Skripsi Sarjana, IAIN Batusangkar, 2020), 12

merupakan realisasi dari program yang telah dirancang sebelumnya, dengan metode promosi melalui media brosur, pamflet, perantara wali murid, teman, dan yang paling dominan adalah melalui masyarakat itu sendiri. Sedangkan evaluasi strategi pemasaran dilakukan dengan menerapkan berbagai strategi, yang secara keseluruhan telah dilaksanakan secara optimal oleh seluruh elemen sekolah.⁶

2. Muhammad Afyfy Masyhuda. Dari hasil Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Afyfy Masyhuda mengungkapkan bahwa strategi yang diterapkan oleh humas dalam upaya meningkatkan citra lembaga terdiri atas strategi internal dan strategi eksternal. Strategi internal mencakup kegiatan menjalin hubungan dengan wali murid, peningkatan kompetensi tenaga pendidik di bidang keagamaan, serta evaluasi bersama tenaga pendidik dan kependidikan. Sementara itu, strategi eksternal dilakukan dengan memperkuat kerja sama dengan masyarakat serta instansi lain, serta mempublikasikan berbagai kegiatan madrasah secara luas.⁷
3. Choirul Affandi. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Choirul Affandi, fokus utama terletak pada pelaksanaan, upaya, serta hasil program humas dalam membangun hubungan dengan masyarakat di SMP Negeri 2 Sumbermanjing. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa posisi humas di SMP Negeri 2 Sumbermanjing berperan dalam menciptakan suasana

⁶ Felinda Karela, "Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik Di Madrasah Tsanawiyah Mazra'atul Ulum Paciran Lamongan," (Skripsi Sarjana, UIN Maulana Malik Ibrahim, 2020)

⁷ Muhammad Afyfy Masyhuda, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu" (PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2019),

kondusif di lingkungan pendidikan melalui pembinaan komunikasi yang efektif. Upaya yang dilakukan sekolah dalam membangun hubungan dengan masyarakat adalah dengan menggunakan berbagai teknik dan media, seperti pemasangan spanduk serta pelaksanaan kegiatan bakti sosial. Hasil dari pelaksanaan manajemen humas mencakup peningkatan secara kuantitatif dan kualitatif, meliputi pembangunan fisik serta peningkatan prestasi akademik dan non-akademik.⁸

4. Adi Darma, Dari hasil Penelitian oleh Adi Darma membahas mengenai perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, serta strategi humas dalam upaya membangun partisipasi masyarakat. Dalam tahap perencanaan, dilakukan rapat dinas pada awal tahun ajaran secara terbuka. Pelaksanaan program humas dilakukan melalui realisasi terhadap program kerja yang telah disusun. Evaluasi dilaksanakan secara berkala, yakni setiap enam bulan sekali, disertai monitoring terhadap kinerja humas. Strategi yang digunakan oleh humas terdiri dari strategi tertulis, strategi lisan, dan strategi elektronik.⁹
5. Fajarrotus Safa'at, Dari hasil Penelitian oleh Fajarrotus Safa'at mengkaji tentang manajemen hubungan masyarakat dalam upaya meningkatkan partisipasi masyarakat. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa perencanaan yang dilakukan oleh pihak sekolah telah berjalan dengan baik, ditandai dengan adanya perencanaan awal dan perencanaan akhir. Pelaksanaan yang

⁸ Choirul Affandi, "Manajemen Humas Lembaga Pendidikan Sekolah Dalam Membangun Hubungan Dengan Masyarakat Di SMP Negeri 2 Sumbermanjing" (PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2007), 44.

⁹ Adi Darma, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Partisipasi Masyarakat Di MAN 1 Medan" (PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019), 13

dilakukan oleh MTs Al-Amien berjalan sesuai rencana dan didukung oleh program unggulan yang berkolaborasi dengan Pondok Pesantren Al-Amien. Evaluasi juga dilakukan secara rutin setiap akhir bulan sebagai bentuk tindak lanjut terhadap pelaksanaan program humas.¹⁰

Dari beberapa pemaparan penelitian terdahulu diatas peneliti menyajikan persamaan dan perbedaan penelitian yang akan dilakukan ini dengan penelitian terdahulu diatas dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Judul, Tahun Terbit	Persamaan	Perbedaan
1	Felinda Karela, “Strategi Manajemen Pemasaran dalam Peningkatan Penerimaan Peserta Didik di Madrasah Tsanawiyah Mazra’atul Ulum Paciran Lamongan”, 2020. (Skripsi Sarjana, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang).	Penelitian Sama-sama meneliti strategi promosi lembaga pendidikan, sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Penelitian ini lebih berfokus pada pemasaran, bukan strategi humas, Lokasi objek penelitian.
2	Muhammad Afyfy Masyhuda, “Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Kota Batu”, 2019. (Skripsi Sarjana, UIN Maulana Malik Ibrahim).	Penelitian sama-sama membahas tentang manajemen humas sekolah, sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Lokasi objek penelitian, Fokus pada citra, bukan daya tarik dan strategi promosi sekolah dasar
3	Choirul Affandi, “Manajemen Humas Lembaga Pendidikan Sekolah Dalam Membangun Hubungan Dengan Masyarakat di	Penelitian Sama-sama membahas strategi humas, menggunakan pendekatan kualitatif	Penelitian ini hanya Fokus pada hubungan masyarakat, bukan strategi menarik peserta

¹⁰ Fajarrotus Safa’at, “Aplikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Madrasah Tsanawiyah Al-Amien Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember”, (Skripsi Sarjana, STAIN Jember, 2014)

	SMP Negeri 2 Sumbermanjing”, 2009. (Skripsi Sarjana, STAIN Jember).		didik, lokasi objek penelitian, tujuan penelitian.
4	Adi Darma, “Manajemen Humas dalam Membangun Partispasi Masyarakat di MAN 1 Medan”, 2019. (Skripsi Sarjana, UIN Sumatera Utara).	Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, sama-sama berfokus pada manajemen humas.	Penelitian ini Tidak fokus pada strategi peningkatan daya tarik, lokasi objek penelitian
5	Fajarrotus Safa’at, “Aplikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Madrasah Tsanawiyah Al-Amien Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember”, 2014. (Skripsi Sarjana, STAIN Jember)	Penelitian ini berfokus pada manajemen humas, sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif	Lokasi objek penelitian, tujuan penelitian, Konteks sekolah menengah berbasis pesantren, bukan SD negeri

Berdasarkan perbandingan dengan lima penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini Penelitian ini mengisi celah kajian strategi humas pada tingkat sekolah dasar negeri di daerah pedesaan dengan konteks peningkatan daya tarik dan eksistensi lembaga. Fokus utamanya adalah pada bagaimana humas dikembangkan secara strategis melalui pendekatan internal (pembiasaan, kegiatan unggulan) dan eksternal (komunikasi masyarakat) dalam konteks persaingan penerimaan peserta didik baru.