

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Konteks Penelitian

Strategi komunikasi sangat penting bagi manusia dalam kehidupannya sehari-hari, sesuai dengan fungsi komunikasi yang bersifat persuasif, edukatif, dan informatif. Tanpa komunikasi maka tidak ada proses interaksi, saling tukar ilmu pengetahuan, pengalaman, pendidikan, persuasi, informasi, dan lain sebagainya. Proses penyampaian informasi atau pesan tersebut pada umumnya berlangsung melalui suatu media komunikasi, khususnya bahasa percakapan yang mengandung makna yang dapat dimengerti atau dalam lambang yang sama. Pengertian pemakaian bahasa dapat bersifat kongret atau abstrak.<sup>1</sup>

Menurut Robbert D. Ross, komunikasi merupakan alat yang penting dalam fungsi *Public Relations*. Publik mengakui dan menghargai suatu kinerja yang baik dalam kegiatan komunikasi secara efektif, dan sekaligus kinerja yang baik tersebut untuk menarik perhatian publik serta tujuan penting yang lainnya dari fungsi *Public Relations*.<sup>2</sup>

Kedua pola komunikasi yang berbeda tersebut merupakan dua dunia yang berbeda bagi anak. Keluarga adalah dunia referensi bagi anak

---

<sup>1</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007), 82.

<sup>2</sup> Ibid, 83.

untuk membangun nilai hidup dan cita-cita, sedangkan dunia sebaya yang relatif dalam kualifikasi kemampuan dan wawasan yang sama.

*Public Relations* merupakan salah satu usaha manajemen dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara badan atau organisasi manajemen itu dengan publiknya, melalui suatu program kerja yang positif. Jadi, usaha utama *Public Relations* adalah menciptakan hubungan kerja dengan semua pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan di mana *Public Relations* itu berada. Dengan kata lain, *Public Relations* harus melakukan komunikasi dengan publik perusahaan.<sup>3</sup>

Sesuai dengan adanya dua jenis publik yang harus dihadapi *Public Relations*, maka hubungan kerjanya pun akan meliputi hubungan (berkomunikasi) dengan publik internal dan publik eksternal dari perusahaan. *Public Relations* menghadapi publik yang terdiri dari para pekerja pelaksana yang berbeda-beda status, posisi, fungsi, tugas, wewenang, dan tanggung jawabnya.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat ditukar secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan

---

<sup>3</sup> Kustadi Suhandang, *Public Relations Perusahaan*, (Bandung: Yayasan Nuansa Cendeka, 2004), 180.

tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.<sup>4</sup>

Jenis citra perusahaan ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana meningkatkan citra perusahaan (*corporate image*) yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial (*social care*) dan sebagainya. Dalam hal ini pihak humas atau *public relations* berupaya atau bahkan ikut bertanggung jawab untuk meningkatkan citra perusahaan, agar mampu mempengaruhi harga sahamnya tetap bernilai tinggi (*liquid*) untuk berkompetisi di pasar bursa saham.<sup>5</sup>

Sebagai lingkungan pendidikan yang terorganisasi secara sistematis, sekolah merupakan wadah yang menempatkan anak dalam kelompok-kelompok tertentu berdasarkan tingkat kemampuan dan kesesuaian umur, sehingga anak mempunyai wilayah interaksi secara intens dengan teman sebaya yang sedikit banyak memiliki kesamaan wawasan dan kemampuan. Berbeda dengan sekolah, di dalam keluarga, anak menempati posisi subordinat di bawah kendali orang tua dan tidak mendapatkan dalam lingkungan sebaya di sekolah.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, 75.

<sup>5</sup> Ibid, 78.

<sup>6</sup> Abdul Kadir, *Dasar-dasar Pendidikan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012 ), 180.

Sekolah merupakan lingkungan pendidikan yang memiliki tujuan dan orientasi yang spesifik. Diantaranya adalah orientasi pendidikan ketrampilan untuk memenuhi tuntutan pasar kerja.<sup>7</sup> Identitas dan dinamika suatu masyarakat akan membawa pengaruh terhadap orientasi dan tujuan sekolah. Identitas masyarakat terhadap program-program pendidikan dapat dilihat dalam perbedaan program-program pendidikan sekolah berbagai negara yang masing-masing memiliki identitas yang berbeda-beda.

Sekolah mempunyai peran yang sangat strategis dalam membentuk manusia yang berkarakter. Agar pendidikan karakter dapat berjalan dengan baik memerlukan pemahaman yang cukup dan konsisten oleh seluruh personalia pendidikan. Di sekolah, kepala sekolah, pengawas, guru, dan karyawan, harus memiliki persamaan persepsi tentang pendidikan karakter bagi peserta didik. Setiap personalia pendidikan mempunyai perannya masing-masing. Kepala sekolah sebagai manajer, harus mempunyai komitmen yang kuat tentang pendidikan karakter. Kepala sekolah harus mampu membudayakan karakter-karakter unggul di sekolahannya.<sup>8</sup>

Revitalisasi peran-peran kepala sekolah menjadi hal mendesak agar mampu menjalankan peran-peran yang sesuai dengan kedudukannya, baik langsung maupun tidak langsung dapat berdampak positif dalam

---

<sup>7</sup> Ibid, 183.

<sup>8</sup> Zubaedi, *Desain Pendidikan Karakter "Konsepsi dan Aplikasinya Dalam Lembaga Pendidikan"*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 162.

membentuk karakter peserta didik atau siswa. Diperlukan revitalisasi berupa penyesuaian terhadap Permendiknas Nomor 13 Tahun 2007 agar memasukan pula kompetensi kepala sekolah terkait dengan peran dan tugas sebagai pendidik karakter bangsa sebagai salah satu dimensi kompetensi mengenai kepala sekolah.<sup>9</sup>

Hubungan Masyarakat (humas) berperan penting dalam proses penyelenggaraan pendidikan. Dalam hal ini, hubungan masyarakat (humas) berfungsi di dalam mendukung hubungan baik kepada masyarakat sehingga dengan adanya hubungan yang harmonis tersebut dapat membantu untuk memperoleh dukungan publik dalam menyiapkan lulusan-lulusan yang memiliki kemampuan profesional yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja dan siap bersaing memasuki dunia kerja serta bekerja sesuai dengan tujuan utama sekolah. Untuk itu dibutuhkan peran hubungan masyarakat (humas) untuk menjembatani antara sekolah dengan masyarakat.

Manajemen SMK didesain untuk mencapai tujuan utama SMK secara efektif dan efisien, yaitu menyiapkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja dan bekerja. Merencanakan dan melakukan program sedekat mungkin dengan kondisi di tempat kerja merupakan tugas penting SMK. Aktivitas kehumasan misalnya, sangat penting dalam mengkomunikasikan, menyebarluaskan, sebagai perantara dengan pihak

---

<sup>9</sup> Iskandar Agungdan Runtini, *Civil Society dan Pendidikan Karakter Bangsa* “*Dalam Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*”, (Jakarta: Balitbang Kemendiknas, 2010), 277.

luar dalam mempromosikan keunggulan-keunggulan yang dimiliki SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri. Aktivitas tersebut berfungsi untuk mempromosikan SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri kepada masyarakat melalui media secara langsung, maka keberadaan humas sangat diperlukan guna menerangkan daya tangkap masyarakat mengenai keunggulan SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri.

Permasalahan terkait dengan kepercayaan dari masyarakat terhadap SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri pernah dialami oleh lembaga ini. Dalam waktu 8 tahun ke belakang, jumlah siswa baru yang terdaftar di SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri yang awalnya muridnya sedikit lama kelamaan makin banyak. Pada tahun 2009, jumlah siswa baru tercatat sebanyak 245 anak. Pada tahun-tahun berikutnya, jumlah siswa terus menambah terjadi tahun 2017. Pada tahun tersebut, pencapaian jumlah siswa baru sebanyak 420 anak. Padahal kuota yang dibutuhkan adalah 350 anak. Namun, pencapaian jumlah murid baru pada tahun 2017 mengalami peningkatan. Jumlah kuota sebanyak 420 anak. Prosentase perolehan siswa meningkat jadi 100%. Pencapaian jumlah siswa yang begitu besar menunjukkan adanya peningkatan citra positif SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri.

Dengan adanya fenomena tersebut, SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri berusaha lebih keras lagi untuk meningkatkan citra sekolah. Untuk itu fungsi hubungan masyarakat (humas) dirasa sangat penting untuk dijadikan media dalam membangun kembali citra positif SMK Pawyatan

Daha 1 Kota Kediri. Selain itu fungsi hubungan masyarakat (humas) juga menjadi media sosialisasi sekolah kepada masyarakat serta menambah pengetahuan publik mengenai SMK Pawyatan Daha 1. Setelah mengenal SMK Pawyatan Daha diharapkan dapat tercipta opini publik yang positif terhadap sekolah, menambah keharmonisan antara sekolah dengan masyarakat dan terdorong untuk memberikan dukungan terhadap berbagai kegiatan yang dilaksanakan Sekolah.

Dari uraian di atas maka penelitian tentang peran humas dalam meningkatkan citra sekolah dilakukan, penelitian bagaimana sekolah telah meningkatkan citra lembaga di masyarakat.

Objek penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri, sebab merupakan salah satu institusi atau lembaga pendidikan swasta di wilayah Kota Kediri, tepatnya di Jl. Slamet Riyadi No.66 yang perlu terus-menerus meningkatkan citra lembaga agar mendapat kepercayaan dari masyarakat, sehingga kompetisi dalam menarik minat masyarakat agar mau bekerja sama dengan lembaganya tidak dapat dihindari.

## **B. Fokus penelitian**

Berdasarkan paparan yang disampaikan di atas, maka yang menjadi fokus penelitian dalam tulisan ini adalah bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra Sekolah SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri.

### **C. Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan citra Sekolah SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri.

### **D. Kegunaan penelitian**

#### 1. Kegunaan Teoritis

- a. Memberikan sumbangan bagi disiplin ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan ilmu kehumasan.
- b. Memberikan suatu gambaran empiris dari sebuah teori komunikasi yang membahas tentang peran humas.
- c. Dapat membangkitkan minat para peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan seputar peran humas dalam meningkatkan citra.

#### 2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan maupun rujukan untuk penelitian sejenis atau penelitian lanjutan dan sebagai bahan masukan bagi Humas SMK Pawyatan Daha 1 Kota Kediri dalam upaya meningkatkan citra lembaga.