

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan merupakan suatu proses pembentukan kepribadian yang mandiri dalam suatu masyarakat sampai terbentuknya suatu budaya yang beradab dan memiliki *skill*. Proses Pendidikan pada dasarnya memberikan tiga ranah yaitu: pengetahuan (kognitif), keterampilan (psikomotorik), dan sikap (afektif). Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah bagian dari sekolah yang setara dengan SMA/MA, setelah menempuh atau lulus Pendidikan di SMP/MTS. Dimana materi pengajarannya bukan hanya teori saja, melainkan lebih ditekankan kepada praktik agar mereka setelah lulus memiliki keterampilan (*life skill*). Hubungan sekolah dengan masyarakat adalah sarana yang begitu penting dalam membina ataupun mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik sekolah. Selain itu, yang semestinya dilakukan oleh sekolah sebagai sistem sosial merupakan bagian integral dari sistem sosial yang lebih besar, yaitu masyarakat.¹

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Indonesia menyatakan bahwa bahwa pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 mengamanatkan Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan,

¹ Peran Humas and others, 'DI SMK MAARIF NU 1 WANGON', 2022.

perdamaian abadi dan keadilan sosial. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 mengamanatkan Pemerintah mengusahakan dan menyelenggarakan satu sistem pendidikan nasional yang meningkatkan keimanan serta ketakwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa serta akhlak mulia dalam bangsa yang diatur oleh undang-undang.²

Hubungan masyarakat (Humas) dapat dipahami sebagai komunikasi antara organisasi dan masyarakat. Komunikasi sendiri sangat erat kaitannya dengan pesan yang akan disampaikan. Dalam hal ini terdapat enam prinsip penyampaian dalam al Qur'an, salah satunya yakni Qaulan Sadidan.

Qaulan Sadidan adalah konsep perkataan yang benar, tegas, jujur, lurus, *to the point* atau tidak berbelit-belit. Kata qaulan sadidan disebut dua kali dalam Al-Quran. Pertama, Allah menyuruh manusia menyampaikan qaulan sadidan dalam urusan anak yatim dan keturunan. Kedua, Allah memerintahkan qaulan sadidan sesudah takwa. Disebutkan dalam Al-Qur'an:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا
اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah

² Hazairin Habe and Ahiruddin Ahiruddin, ‘Sistem Pendidikan Nasional’, *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 2.1 (2017), 39–45 <<https://doi.org/10.24967/ekombis.v2i1.48>>.

mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”. (An Nisaa: 9).³

Menurut Puspita et all, humas adalah aktivitas komunikasi dua arah dengan publik (perusahaan/organisasi) yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu atau kerjasama. Menurut peneliti dengan adanya peran humas sangat penting, karena mereka membantu menjalankan rencana yang sudah dirancang untuk mencapai hubungan yang harmonis antara suatu badan/organisasi/lembaga dengan masyarakat setempat.⁴

Dengan memiliki humas dalam pendidikan, maka akan terjalin komunikasi antar semua pihak, baik warga sendiri, maupun masyarakat umum. Sehingga hubungan harmonis ini akan membentuk, (1) saling pengertian yang ada dimasyarakat termasuk dunia kerja, (2) saling membantu antar sekolah dan masyarakat karena mengetahui manfaat, arti dan pentingnya peran masing-masing, (3) kerjasama yang erat antar sekolah dengan berbagai pihak yang ada dimasyarakat dan mereka merasa bangga dan ikut bertanggung jawab atas suksesnya pendidikan di sekolah. Oleh karena itu, sekolah harus mengetahui tujuan maupun program-program, serta keadaan masyarakat lingkungan sekolah. Sekolah juga harus mengetahui dengan jelas kebutuhan, harapan serta tuntutan masyarakat

³ <http://www.halim.web.id/2017/08/konsep-dasar-humas-dalam-al-quran.html>

⁴ Yesi Puspita, Yayuk Lestari, and Revi Marta, 'Peran Humas Dalam Meningkatkan Elektabilitas Incumbent', *Seminar Besar Nasional Komunikasi*, 2014, 266–72.

terhadap sekolah. Dengan kata lain antara sekolah dan masyarakat harus dibina dan dikembangkan suatu hubungan yang harmonis.⁵

Humas sangat penting diterapkan pada pendidikan karena humas merupakan suatu kegiatan yang sangat diperlukan di sekolah atau lembaga pendidikan sebagai sarana yang resmi untuk dapat berhubungan dengan masyarakat luas serta menunjukkan kepada masyarakat mengenai kegiatan yang sudah terlaksana maupun apa yang telah dikerjakan. Selain itu, humas adalah organisasi yang mempunyai berbagai media untuk menyebarkan ide atau gagasannya kepada organisasi atau badan yang lain. Melalui humas, sekolah dapat meminta bantuan yang diperlukan dari organisasi atau badan lain. Humas mendorong usaha seseorang atau sekolah untuk memperkenalkan diri dan menjalin hubungan dengan organisasi lain sehingga dapat memenuhi kebutuhan seseorang untuk mengembangkan diri.

Suryosubroto menjelaskan bahwa humas merupakan aktivitas guna untuk menumbuhkembangkan pengertian, *support* atau dukungan, serta komitmen masyarakat dan lembaga lainnya.⁶ Prioritas pendidikan membuat kerjasama lembaga dengan masyarakat sebagai kebutuhan primer. Kerjasama ini digunakan untuk kelancaran proses pendidikan disekolah dan guna meningkatkan kualitas prestasi belajar peserta didik khususnya, hubungan masyarakat dan pengetahuan yang sedang dibutuhkan

⁵ Afif Alfiyanto and others, 'Peran Humas Dalam Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Di Ma Almu' Awanah Pamulutan Ogan Ilir', *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10.1 (2022), 468–71.

⁶ Suryosubroto, *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat (School Public Relations)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012).

masyarakat sehingga bertujuan untuk menumbuhkan citra lembaga yang baik di masyarakat.

Pemasaran sekolah dan humas merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Pemasaran merupakan salah satu tugas wajib yang harus dilaksanakan oleh seorang humas sekolah. Pemasaran adalah salah satu kegiatan untuk menjalin komunikasi kepada masyarakat dengan cara mengenalkan sekolah dengan menggunakan strategi tertentu. Penyusunan strategi yang tepat merupakan kunci kesuksesan sekolah dalam 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 peningkatan jumlah peserta didik setiap tahunnya.

Tihalimah dan Agusna menyatakan pemasaran lembaga penyelenggara pendidikan salah satunya sekolah sangatlah dibutuhkan untuk menarik siswa agar dapat belajar di sekolah tersebut.⁷ Pertama sekolah merupakan lembaga *non-profit* yang memiliki tujuan untuk memasarkan layanan pendidikan serta guna menarik meyakinkan minat masyarakat serta pihak yang terkait didalamnya.⁸ Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah salah satu upaya atau strategi sekolah untuk menarik perhatian siswa agar dapat belajar di sekolah tersebut, karena

⁷ Tihalimah and Chairi Agusna, 'Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Pelanggan Di SMKN 1 Pasie Raya Aceh Jaya', *Jurnal Intelektualita Prodi MPI FTK UIN Ar-Raniry*, 10.1 (2021), 55–74.

⁸ Zuhriyo dwi yazid zamkhasyah Supriyanto, 'Peran Humas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru', *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 08 (2020), 332–43.

dengan cara tersebut para wali murid atau siswa dapat mengetahui atau lebih mengenal sekolah yang ingin dituju.

Manajemen pemasaran bagi lembaga pendidikan diperlukan seiring dengan adanya persaingan antar sekolah yang semakin atraktif. Pemasaran dibutuhkan bagi lembaga pendidikan dalam membangun citranya yang positif. Apabila lembaga sekolah memiliki citra yang baik di mata masyarakat, maka akan besar kemungkinan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Jadi, pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh madrasah untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap Lembaga agar mampu bersaing.⁹

Pemasaran tersebut dapat dilihat dari adanya berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan dari sekolahnya agar semakin dibutuhkan dan diminati oleh para pengguna jasa pendidikan. Untuk menarik calon peserta didik diperlukan strategi pemasaran yang bukan saja menjual jasa pendidikan secara apa adanya melainkan bagaimana mendekati pendekatan sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen. Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan dalam menghadapi persaingan, harus mempraktekkan pemasaran dengan baik secara terus menerus.

⁹ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan; Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 98

Peneliti mengambil atau memilih penelitian di SMK Al-Huda Kota Kediri dikarenakan sekolah tersebut memiliki persentase yang cukup baik dalam penerimaan peserta didik baru dan peran humas dalam memasarkan sekolah tersebut cukup efektif dilihat dari peserta didik baru yang masuk ke sekolah SMK Al-Huda Kota Kediri. SMK Al-Huda Kota Kediri berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Islam Kota Kediri memiliki enam program keahlian, diantaranya adalah teknik instalasi tenaga listrik, teknik komputer dan jaringan, teknik bisnis sepeda motor, teknik kendaraan ringan, komputer multimedia, dan teknik pemesinan. Semua program keahlian tersebut telah terakreditasi “A”. Selain itu SMk Al-Huda Kota Kediri juga telah memiliki sertifikat ISO 9001:2015 dan menjalin kerjasama dengan beberapa industri untuk mendirikan kelas industri, yang diantaranya adalah:

1. Axioo Class Program

Axioo Class Program adalah kelas khusus yang bergerak di bidang Hardware dan Software di bidang perangkat komputer dan jaringan.

2. DNA Evercoss

DNA Evercoss adalah Kelas Khusus yang Bergerak dibidang Assembly dan Dissambly Perangkat Handphone dimana kelas khusus ini adalah kelas khusus untuk menambah keterampilan semua peserta didik dari semua program keahlian agar pada waktu anak lulus dari sekolah SMK Al-Huda Anak mempunyai bekal yang

lain selain di bidang keahliannya agar siswa dapat bersaing di dunia luar jika anak sudah lulus.

3. TSM Honda

TSM Honda adalah Kelas Khusus yang bergerak dibidang perbaikan sepeda motor jenis Honda.

4. Samsung Tech Institute

Samsung Tech Institute adalah Kelas khusus yang bergerak dibidang Assembly dan Dissambly perangkat Handphone Khususnya HP Samsung.¹⁰

Pemasaran di SMK Al-Huda Kota Kediri banyak melalui dari berbagai media. Contohnya seperti media sosial, mereka menggunakan *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*. Sedangkan melalui digital mereka mempromosikannya melalui Radar Jawa Timur, JTV, koran, dll. Mereka juga memasarkan melalui brosur yang dibagikan kepada masyarakat setempat agar masyarakat setempat bersama-sama untuk memasukkan anaknya ke sekolah SMK Al-Huda Kota Kediri. Dari penjelasan yang dijelaskan sebelumnya, hal tersebut mendorong keinginan untuk meneliti lebih jauh tentang bagaimana **“STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN SMK AL-HUDA KOTA KEDIRI”**.

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang telah dijabarkan, penulis dapat merumuskan rumusan masalah utama yang dapat dirumuskan agar sesuai

¹⁰ <https://smkalahudakdr.sch.id/portal>

dengan alur topik pembahasan. Dimana dari rumusan masalah yang dirumuskan akan menjadi topik pembahasan pada penelitian ini. Sehingga penulis fokus kepada 4 rumusan, yakni:

1. Bagaimana Strategi Humas dalam Meningkatkan Perencanaan Pemasaran SMK Al-Huda Kota Kediri?
2. Bagaimana Pengorganisasian dalam Meningkatkan Pemasaran SMK Al-Huda Kota Kediri?
3. Bagaimana Pelaksanaan dalam Meningkatkan Pemasaran SMK Al-Huda Kota Kediri?
4. Bagaimana Pengawasan dalam Meningkatkan Pemasaran SMK Al-Huda Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dirumuskan, penulis dapat menarik tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan perencanaan pemasaran SMK Al Huda Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui pengorganisasian dalam meningkatkan pemasaran SMK Al Huda Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan dalam meningkatkan pemasaran SMK Al Huda Kota Kediri.
4. Untuk mengetahui pengawasan dalam meningkatkan pemasaran SMK Al Huda Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang peran humas dalam strategi pemasaran yang dihasilkan guna dapat menjadi sebagai salah satu bahan kajian dan acuan dalam penerapan manajemen humas dan manajemen pemasaran.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang dapat diterima dalam upaya untuk meningkatkan mutu pendidikan yang bermanfaat bagi:

- a) Bagi Sekolah, penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumbangan dan pemikiran dalam meningkatkan kualitas atau kompetensi individu madrasah dalam pengembangan sumber daya manusia.
- b) Peneliti lainnya, yang mana hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dari referensi yang berguna bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih dalam dengan topik dan fokus yang lain sehingga dapat menemukan titik perbandingan yang dapat memperkaya temuan-temuan penelitian lainnya yang bermanfaat bagi siswa dan dunia pendidikan.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tentu bukan penelitian pertama kali dan penulis menyadari bahwa penelitian ini menggunakan acuan penelitian terdahulu

dalam melakukan suatu penelitian. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Salman Alfarezi, yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa MTs Swasta Lunto Kota Sawahlunto.”¹¹

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas manajemen humas. Namun pada penelitian terdahulu memfokuskan pada manajemen humas dalam meningkatkan jumlah siswa, yang mana fokus penelitiannya mengkaji perencanaan, aksi kerja humas dan faktor pendukung humas. Sedangkan penelitian ini lebih berfokus pada melaksanakan atau peran humas dalam memasarkan atau mempromosikan SMK.

2. Suci Hariyati yang berjudul “Manajemen Humas dalam menarik minat calon peserta didik di MTs Islamiyah Belongkut Kecamatan Marbau Kabupaten Labuhanbatu Utara”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen humas dalam menarik minat calon peserta didik, untuk mengetahui metode yang dilakukan manajemen humas MTs Islamiyah Belongkut, Untuk mengetahui penerapan metode manajemen humas.¹²

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu

¹¹ Salman Alfarezi, Skripsi : “*Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa MTs Swasta Lunto Kota Sawah Lunto*” (Batusangkar: Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, 2020).

¹² Suci Hariyati, Skripsi: “*Manajemen Humas Dalam Menarik Minat Calon Peserta Didik Baru di MTs Islamiyah Balongkut Kecamatan Merbau Kabupaten Labuhanbatu Utara*” (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2020).

metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas manajemen humas. Yang membedakan yaitu lokasi penelitian ini berfokus pada pelaksanaan manajemen humas dalam promosi penerimaan peserta didik baru.

3. Irrodhatus Salamah, yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MA Darul Ma’Arif Pringapus.”¹³

Tujuan penelitian terdahulu yaitu untuk mengetahui perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Hasil penelitian ini diketahui bahwa perencanaan manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat yaitu dengan diadakan rapat kerja, pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi yaitu diwujudkan dengan beberapa kegiatan, adapun evaluasi yang dilakukan humas MA Darul Ma’arif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat yaitu dengan melakukan pemanfaatan.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas manajemen humas, yang membedakan yaitu lokasi penelitian dan penelitian ini berfokus pada pelaksanaan atau peran

¹³ Irrodhatus Salamah, Skripsi: “*Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MA Darul Ma’Arif Pringapus*” (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2020).

humas dalam memasarkan atau mempromosikan SMK Al Huda Kota Kediri.

4. Luthfi Khoirunniswah, yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang”.¹⁴

Rumusan Masalah dalam penelitian terdahulu yaitu untuk memenuhi konsep manajemen humas di MTsN 3 Jombang, untuk mengetahui citra lembaga pendidikan di MTsN 3 Jombang, dan untuk mengetahui manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan di MTsN 3 Jombang.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konsep manajemen humas di MTsN 3 Jombang dilakukan dengan tahap evaluasi untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dan kendala dalam pelaksanaan manajemen humas. Citra MTsN 3 Jombang sudah dikatakan baik, hal ini dilihat dari jumlah pendaftar dan jumlah pendidik mengalami peningkatan. Adapun bentuk manajemen humas dalam membangun citra dilakukan dengan promosi melalui brosur, website, bazar, lomba atau olimpiade juga dengan upaya menjadikan madrasah yang unggul dalam proses belajar mengajar, rekrutmen guru, dan rekrutmen peserta didik.

Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas manajemen humas, yang membedakan yaitu lokasi penelitian dan penelitian ini berfokus pada peran atau pelaksanaan

¹⁴ Luthfi Khoirunniswah, Skripsi: “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang” (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019).

humas dalam memasarkan atau mempromosikan SMK Al Huda Kota Kediri.

5. Siti Nur Azizah, yang berjudul “Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di MI Salafiyah Bangilan Tuban”.¹⁵

Berdasarkan kesimpulan tersebut bahwa Madrasah tersebut melalui empat kegiatan pemasaran yaitu yang pertama product mengenai lulusan yang berkompeten, pendidik yang profesional, dan lain-lain. Price, di awal berdirinya tidak mematok biaya untuk peserta didik baik untuk uang gedung maupun SPP setiap bulannya. Place, untuk perencanaan tempat madrasah awalnya berada di depan pasar Bangilan dan sekarang berada ditengah-tengah Kecamatan Bangilan.

Promotion, untuk perencanaan promosi melalui sosialisasi kegiatan. Dari masing-masing kegiatan tersebut membawa peningkatan peserta didik untuk madrasah yang awalnya hanya 1 kelas 1 rombongan belajar, namun sekarang satu (1) kelas bisa tiga rombongan belajar.

¹⁵ Siti nurazizah, *skripsi manajemen pemasaran pendidikan dalam meningkatkan kuantitas peserta didik di MI salafiyah bangilan tuban*, (universitas islam negeri sunan ampel : surabaya), 2021