

**ANALISIS MANAJEMEN HUMAS DALAM MEMBANGUN
SCHOOL BRANDING DI SMK NEGERI 5 PALOPO**

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi salah satu syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Progam Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo



Oleh:

PILDA YANTI
1802060105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

ANALISIS MANAJEMEN HUMAS DALAM MEMBANGUN *SCHOOL BRANDING* DI SMK NEGERI 5 PALOPO

Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi salah satu syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Progam Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo



Oleh:

PILDA YANTI
1802060105

Pembimbing:

1. **Dr. Hilal Mahmud, M.M.**
2. **Dr. Hisbullah, S.Pd., M.Pd.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Pilda Yanti
NIM : 18.02.06.0105
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2022
Yang membuat pernyataan,



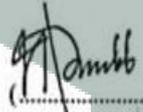
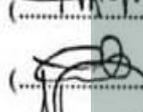
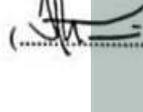
Pilda Yanti
NIM : 18 0206 0105

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Analisis Manajemen Humas dalam Membangun *School Branding* di SMK Negeri 5 Palopo" yang ditulis oleh Pilda Yanti (18 0206 0105), mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, 07 November 2022 telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).

Palopo, 07 November 2022

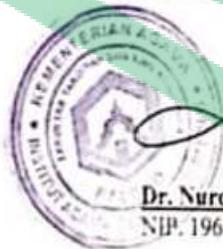
TIM PENGUJI

- | | | |
|----------------------------------|---------------|---|
| 1. Hj. Nursaeni, S.Ag., M.Pd. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Munir Yusuf, S.Ag., M.Pd. | Penguji I | () |
| 3. Tasdin Tahrim, S.Pd., M.Pd. | Penguji II | () |
| 4. Dr. Hilal Mahmud, M.M. | Pembimbing I | () |
| 5. Dr. Hisbullah, S.Pd., M.Pd. | Pembimbing II | () |

Mengetahui

Wakil Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Ketua Program Studi
Manajemen Pendidikan Islam



Dr. Nurdin K, M.Pd
NIP. 19681231 1999031 014



Hj. Nursaeni, S.Ag., M.Pd
NIP. 19690615 200604 2

PRAKATA

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis tujukan kepada Allah swt. yang telah menganugrahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Analisis Manajemen Humas dalam Membangun *School branding* di SMK Negeri 5 Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam bidang pendidikan manajemen pendidikan islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Bapak Rektor IAIN Palopo Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. Wakil Rektor I Bapak Dr. H. Muammar Arafat, M.H., Wakil Rektor II Bapak Dr. Ahmad Syarif Iskandar, M.M., dan Wakil Rektor III Bapak Dr. Muhaemin, M.A. yang telah mengurus dan mengembangkan perguruan tinggi IAIN Palopo sebagai tempat penulis menuntut ilmu pengetahuan.

2. Bapak Dr. Nurdin Kaso, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Palopo beserta Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan, Bapak Dr. Munir Yusuf, S.Ag., M.Pd., Wakil Dekan II Bidang Adminitrasi, Ibu Dr. Hj. Andi Ria Warda, M.Ag, Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan, Ibu Dra. Hj. Nursyamsi, M.Pd.
3. Ibu Hj. Nursaeni, S.Ag., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam di IAIN Palopo dan Bapak Sumardin Raupu, S.Pd., M.Pd. selaku Sekertaris Prodi Manajemen Pendidikan Islam beserta staf yang telah membantu dalam rangka penyelesaian skripsi.
4. Bapak Dr. Hilal Mahmud, M.M. dan Bapak Dr. Hisbullah, S.Pd., M.Pd, selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Bapak Munir Yusuf, S.Ag., M.Pd dan Bapak Tasdin Tahrim, S.Pd., M.Pd, selaku Penguji I dan Penguji II yang telah memberikan koreksian, arahan dan bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Drs. Nasaruddin, M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Madehang, S.Ag., M.Pd. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

9. Bapak Hajaruddin, ST., M.Pd. selaku Kepala Sekolah SMK Negeri 5 Palopo beserta Guru-Guru dan Staf, yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
10. Orang tua Siswa-siswi SMK Negeri 5 Palopo dan masyarakat yang telah bekerja sama dengan penulis dalam proses penyelesaian penelitian ini.
11. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Herman dan Alm. bunda Darmi, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta Saudaraku Andris dan keluargaku yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
12. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam IAIN Palopo angkatan 2018 (khususnya kelas C), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah swt.

Amin.

Palopo, Juli 2022

Pilda Yanti

NIM. 18 0206 0105

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|------|-------------|---------------------------|
| ا | Alif | - | - |
| ب | Ba' | B | Be |
| ت | Ta' | T | Te |
| ث | Ša' | Š | Es dengan titik di atas |
| ج | Jim | J | Je |
| ح | Ḥa' | Ḥ | Ha dengan titik di bawah |
| خ | Kha | Kh | Ka dan ha |
| د | Dal | D | De |
| ذ | Žal | Ž | Zet dengan titik di atas |
| ر | Ra' | R | Er |
| ز | Zai | Z | Zet |
| س | Sin | S | Es |
| ش | Syin | Sy | Esdan ye |
| ص | Šad | Š | Es dengan titik di bawah |
| ض | Ḍaḍ | Ḍ | De dengan titik di bawah |
| ط | Ṭa | Ṭ | Te dengan titik di bawah |
| ظ | Ža | Ž | Zet dengan titik di bawah |
| ع | 'Ain | ' | Koma terbalik di atas |
| غ | Gain | G | Ge |

| | | | |
|---|--------|---|----------|
| ف | Fa | F | Fa |
| ق | Qaf | Q | Qi |
| ك | Kaf | K | Ka |
| ل | Lam | L | El |
| م | Mim | M | Em |
| ن | Nun | N | En |
| و | Wau | W | We |
| ه | Ha' | H | Ha |
| ء | Hamzah | ' | Apostrof |
| ي | Ya' | Y | Ye |

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| اَ | <i>fathah</i> | a | a |
| اِ | <i>kasrah</i> | i | i |
| اُ | <i>dammah</i> | u | u |

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
| اَيّ | <i>fathah dan yā'</i> | ai | a dan i |
| اَوّ | <i>fathah dan wau</i> | au | a dan u |

Contoh:

كف : *kaifa*

هؤل : *haula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya zberupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harakat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|-------------------|----------------------------------|-----------------|---------------------|
| اَ اِ اِوْ | <i>fathah dan alif' atau ya'</i> | a | a dan garis di atas |
| اِىْ | <i>kasrah dan ya'</i> | ī | ī dan garis di atas |
| اِوْ | <i>dammah dan wau</i> | ū | ū dan garis di atas |

:*māta*

رمي : *rāmā*

قل : *qīla*

موت : *yamūtu*

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT. = *Subhanahu Wa Ta'ala*

SAW. = *Sallallahu 'Alaihi Wasallam*

AS = *'Alaihi Al-Salam*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

L = Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)

W = Wafat Tahun

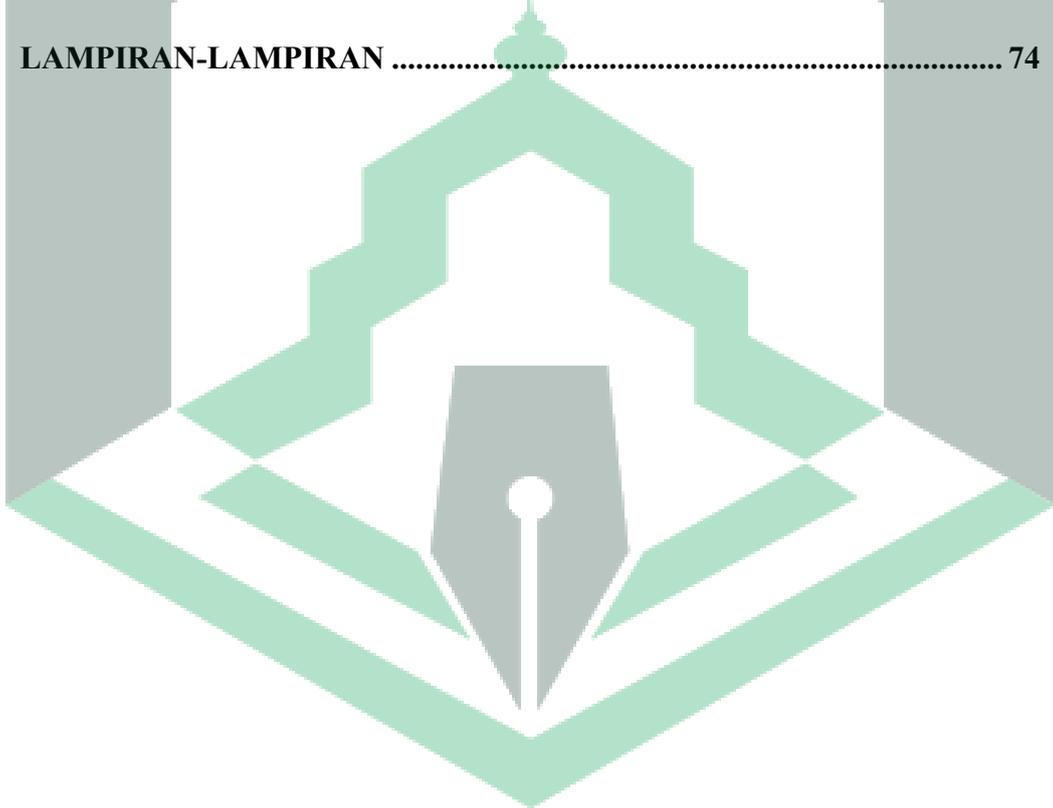
QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4

HR = Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN SAMPUL | |
| HALAMAN JUDUL | |
| KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | v |
| PRAKATA..... | vi |
| PEDOMAN LITERASI ARAB..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR AYAT..... | xiv |
| DAFTAR GAMBAR/BAGAN..... | xvi |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| ABSTRAK..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 8 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II KAJIAN TEORI..... | 10 |
| A. Penelitian Terdahulu yang Relevan..... | 10 |
| B. Kajian Teori..... | 14 |
| C. Kerangka Pikir..... | 34 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 36 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 36 |
| B. Fokus Penelitian..... | 36 |
| C. Definisi Istilah..... | 36 |
| D. Desain Penelitian..... | 37 |
| E. Data dan Sumber Data..... | 37 |
| F. Instrumen Penelitian..... | 38 |

| | |
|--|-----------|
| G. Teknik Pengumpulan Data..... | 41 |
| H. Pemeriksaan Keabsahan Data | 42 |
| I. Teknik Analisis Data..... | 43 |
| BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA..... | 45 |
| A. Gambaran Lokasi Penelitian | 45 |
| B. Hasil Penelitian | 52 |
| C. Pembahasan..... | 61 |
| BAB V PENUTUP..... | 69 |
| A. Kesimpulan | 69 |
| B. Saran..... | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 72 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 74 |



DAFTAR AYAT

| | |
|---|---|
| Kutipan Ayat QS. al-Hujarat/49: 13..... | 3 |
|---|---|



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3.2 Fokus Penelitian..... | 35 |
| Tabel 4.1 Keadaan Guru dan Kepala Sekolah | 47 |
| Tabel 4.2 Keadaan Sarana dan Prsarana | 48 |



DAFTAR BAGAN

| | |
|--------------------------------|----|
| Bagan 2.1 Kerangka Pikir | 34 |
|--------------------------------|----|



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Nota dinas pembimbing

Lampiran 2 Persetujuan pembimbing

Lampiran 3 Nota dinas penguji

Lampiran 4 Persetujuan penguji

Lampiran 5 Lembar obseevasi

Lampiran 6 Lembar validasi wawancara

Lampiran 7 Dokumentasi hasil wawancara

Lampiran 8 Surat Izin Meneliti

Lampiran 9 Surat Selesai Meneliti



ABSTRAK

Pilda Yanti, 2022 “Analisis Manajemen Humas dalam Membangun *School branding* di SMK Negeri 5 Palopo”. Skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Bapak Hilal Mahmud dan Bapak Hisbullah.

Penelitian ini mengkaji tentang Analisis Manajemen Humas dalam Membangun *School Branding* di SMK Negeri 5 Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wujud *School branding* SMK Negeri 5 Palopo, penerapan manajemen humas dalam membangun *branding* SMK Negeri 5 Palopo dan respon masyarakat terhadap *branding* di SMK Negeri 5 Palopo.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data primer dari penelitian ini diperoleh dari kepala sekolah, wakasek bagian humas, masyarakat dan orang tua siswa. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wujud *School branding* SMK Negeri 5 Palopo yaitu 1) sekolah parawisata unggul, 2) sekolah perhotelan unggul, 3) sekolah Teknik komputer dan jaringan. Penerapan manajemen humas dalam membangun branding sebagai berikut : 1) Humas melakukan pertemuan/rapat orang tua siswa dan masyarakat melalui komite, sekolah juga selalu menjalin komunikasi baik dengan masyarakat dan orang tua dengan cara melibatkan masyarakat dan orang tua dalam kegiatan sekolah seperti PSG begitupun dengan kegiatan masyarakat maka sekolah juga ikut berpartisipasi. 2) Kegiatan sosialisasi pencitraan sekolah dilakukan melalui sebuah promosi, mengikuti lomba sepak bola dan matematika, brosur atau langsung sekolah untuk melakukan sosialisasi. 3) Sekolah berusaha meningkatkan citra sekolah sehingga mendapat respon baik dari masyarakat dengan cara meningkatkan kualitas sekolah melalui lulusan atau alumni yang berkualitas yang dapat bekerja sesuai jurusan setelah lulus. 4) Dalam memelihara kerja sama dengan masyarakat dilakukan dengan menjalin silaturahmi yang baik. Setiap program sekolah, masyarakat selalu dilibatkan begitupun kegiatan yang dilakukan masyarakat, sekolah berusaha untuk berpartisipasi. Respon masyarakat terhadap branding SMK Negeri 5 Palopo yaitu 1) Pertimbangan orang tua dalam menyekolahkan anaknya di SMK Negeri 5 Palopo karena kualitas sekolah yang cukup baik dan pertimbangan lainnya dengan mengikuti kemauan anaknya. 2) Citra SMK Negeri 5 Palopo menurut orang tua dan masyarakat direspon dengan baik. Menurut masyarakat dan orang tua, SMK Negeri 5 Palopo merupakan sekolah yang sangat cocok bagi siswa yang ingin langsung bekerja setelah lulus. 3) Untuk meningkatkan citra sekolah untuk lebih baik dapat dilakukan dengan lebih giat dalam melakukan pemasaran sekolah dan tetap fokus untuk meningkatkan sekolah maupun siswa sehingga menciptakan alumni yang bermutu.

Kata Kunci : *Analisis, Manajemen Humas, School Branding*

ABSTRACT

Pilda Yanti, 2022 "Analysis of Public Relations Management in Building *School branding* at SMK Negeri 5 Palopo ". Thesis of Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Mr. Hilal Mahmud and Hisbullah.

This study examines the Analisis of Public Relations Management in Building School Branding at SMK Negeri 5 Palopo. This study aims to determine the form of School branding at SMK Negeri 5 Palopo, the application of public relations management in building branding at SMK Negeri 5 Palopo and the public's response to branding at SMK Negeri 5 Palopo.

The type of research used is descriptive with a qualitative approach. The primary data from this research are the principal, vice head of the public relations division, the community and parents of students. Data collection through observation, interviews and documentation.

The results showed that the form of school branding at SMK Negeri 5 Palopo was 1) a superior tourism school, 2) a superior hospitality school, 3) a computer and network engineering school. The application of public relations management in building branding is as follows: 1) Public Relations holds meetings/meetings for parents of students and the community through committees, schools also always maintain good communication with the community and parents by involving the community and parents in school activities such as PSG as well as activities community, the school also participates. The results showed that the form of school branding at SMK Negeri 5 Palopo was 1) a superior tourism school, 2) a superior hospitality school, 3) a computer and network engineering school. The application of public relations management in building branding is as follows: 1) Public Relations holds meetings/meetings for parents of students and the community through committees, schools also always maintain good communication with the community and parents by involving the community and parents in school activities such as PSG as well as community activities, the school also participates. 4) In maintaining cooperation with the community, it is carried out by establishing good friendships. In every school program, the community is always involved as well as activities carried out by the community, the school tries to participate. The community's response to the branding of SMK Negeri 5 Palopo is 1) Consideration of parents in sending their children to SMK Negeri 5 Palopo because the quality of the school is quite good and other considerations are following their child's wishes. 2) According to parents and society, the image of SMK Negeri 5 Palopo is well received. According to the community and parents, SMK Negeri 5 Palopo is a very suitable school for students who want to work immediately after graduation. 3) To improve the school's image for the better, this can be done by being more active in conducting school marketing and staying focused on improving schools and students so as to create quality alumni.

Keywords: Analysis, Public Relations Management, School Branding

نبذة مختصرة

يأتي بيلدا ، “2022 تحليل إدارة العلاقات العامة في تحسين العلامة التجارية للمدارس في المدرسة الثانوية المهنية 5 بالوبو الحكومية”. أطروحة برنامج دراسة إدارة التربية الإسلامية، كلية التربية وتدريب المعلمين ، معهد بالوبو الحكومي الإسلامي. بإشراف السيد هلال محمود والسيد حزب الله .

تبحث هذه الدراسة في تحليل إدارة العلاقات العامة في تحسين العلامة التجارية للمدارس في المدرسة الثانوية المهنية 5 بالوبو الحكومية. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد شكل العلامة التجارية للمدرسة في المدرسة الثانوية المهنية 5 بالوبو الحكومية ، وتطبيق إدارة العلاقات العامة في تحسين العلامة التجارية لمدرسة ولاية بالوبو الثانوية المهنية 5 واستجابة الجمهور للعلامة التجارية في 5 ولاية بالوبو المهنية العليا المدرسة. نوع البحث المستخدم هو نوعي وصفي مع منهج ظاهري. تم الحصول على البيانات الأولية من هذه الدراسة من مدير ونائب مدير قسم العلاقات العامة والمجتمع وأولياء أمور الطلاب. مع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق. وأظهرت النتائج أن شكل العلامة التجارية لمدرسة ولاية بالوفو الثانوية المهنية هنية 5 وهي (1 مدرسة السياحة العليا ، 2 مدرسة فندقية متفوقة ، 3 مدرسة كمبيوتر ، . يتم تنفيذ إدارة العلاقات العامة في تحسين العلامة التجارية على النحو التالي: (1 تجري العلاقات العامة مع نماعات الوالدين والمجتمع من خلال اللجان ، كما تقوم المدارس أيضًا دائمًا بإنشاء اتصال بين يد مع المجتمع وأولياء الأمور من خلال إشراك المجتمع وأولياء الأمور في الأنشطة المدرسية مثل التعليم بنظام مزدوج بالإضافة إلى الأنشطة المجتمعية ، تشارك المدرسة أيضًا. (2 يتم تنفيذ أنشطة التنشئة الاجتماعية للتصوير المدرسي من خلال الترويج للمجتمع ، والمشاركة في المسابقات ، وإعلانات الصحف ، والكتيبات أو الذهاب مباشرة إلى الميدان لإجراء التنشئة الاجتماعية. (3 تحاول المدرسة تحسين صورة المدرسة بحيث تحصل على استجابة جيدة من المجتمع من خلال تحسين ودة المدرسة حتى يتمكن المجتمع المحيط من معرفة ودة كل مدرسة بحيث يعتقد أولياء الأمور أنه يتم إرسال أطفالهم إلى المدرسة الثانوية المهنية بالوفو 5 الحكومية. (4 يتم الحفاظ على التعاون مع المجتمع من خلال إقامة علاقات جيدة. كل برنامج مدرسي ، يشارك المجتمع دائمًا بالإضافة إلى الأنشطة التي يقوم بها المجتمع ، تحاول المدارس المشاركة. استجابة الجمهور للعلامة التجارية لمدرسة ولاية بالوبو الثانوية المهنية 5 ، أي (1 اعتبارات أولياء الأمور في إرسال أطفالهم إلى 5 مدرسة ثانوية مهنية بولاية بالوبو لأن ودة المدرسة جيدة دًا واعتبارات أخرى من خلال اتباع رغباتهم الأطفال. (2 صورة المدرسة الثانوية المهنية 5 بالوفو الحكومية وفقًا للوالدين والمجتمع تم الاستجابة بشكل جيد. وفقًا للمجتمع وأولياء الأمور ، 5 مدرسة ثانوية مهنية حكومية هي مدرسة مناسبة دًا للطلاب الذين يرغبون في العمل مباشرة بعد التخرج. (3 لتحسين صورة المدرسة للأفضل ، يمكن القيام بذلك بشكل أكثر فاعلية في تسويق المدرسة والاستمرار في التركيز على تحسين المدرسة والطلاب من أجل خلق خريجين يديين .

الكلمات المفتاحية: التحليل ، إدارة العلاقات العامة ، العلامات التجارية للمدرسة

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu dari tahun ke tahun dunia pendidikan pun mengalami banyak fenomena, salah satunya bermunculan sekolah-sekolah baru yang ini pastinya memunculkan adanya persaingan antar sekolah baru tersebut maupun sekolah yang sudah lama berdiri dan masing-masing sekolah berebut untuk membuat citra positif di tengah masyarakat. Untuk itu di perlukan berbagai macam strategi dari sekolah dalam mengenalkan sekolah pada publik.

Brand alias merek bagi sekolah bukan sekedar nama dan lokasi melainkan sebuah identitas untuk dikenal dan dapat dibedakan mutu pelayanannya dari sekolah lain. Strategi branding sekolah menjadi sangat penting bagi sekolah-sekolah utamanya pada sekolah swasta.¹ Karena itu sekolah harus mampu menampilkan proses pelayanan pendidikan melalui atribut kegiatan belajar mengajar yang unik, meliputi mutu KBM, kepuasan belajar siswa, prestasi siswa dan mutu *outcome*.

Sekolah juga mampu memberi kesan yang mendalam kepada siswa dan masyarakat tentang manfaat bersekolah di tempat tersebut. Siswa dan masyarakat mendapatkan “*value*” bersekolah (*brand value*), bukan hanya akademik, namun juga daya saing dan akhlak mulia. Sekaligus sekolah dapat membidik “*customer*” yang menjadi target *market*-nya.¹ Humas mutlak ada dalam sebuah institusi atau

¹ Wahyudi. Inilah Brand Sekolah Muhammadiyah; Hafal Beberapa Juz Al-Quran dan Berakhlak Mulia. Jurnal 2015. <http://almuflihun.com/inilah-brand-sekolah-muhammadiyah-hafalbeberapa-juz-al-quran-dan-berakhlak-mulia/>.

lembaga pendidikan, karena keberadaan humas tersebut adalah untuk membangun branding dan reputasi sekolah.²

Menurut Triwiyanto, pencitraan sekolah (*School branding*) bukan dimaksudkan untuk mengemas ketidakbaikan sekolah menjadi terkesan baik, melainkan untuk mengemas dengan baik apa yang sudah dikerjakan oleh sekolah untuk dikomunikasikan kepada publik.¹ Diharapkan, hal-hal positif yang sudah diperbuat tersebut, diketahui oleh publik dengan keadaan yang senyatanya. Dengan demikian, efek positif pencitraan publik sekolah dasar yang dikehendaki menurut Imron dalam Triwiyanto adalah: 1) Publik mengetahui program, implementasi program, dan apa saja yang telah dilakukan oleh sekolah. 2) Publik mempersepsi positif terhadap program, implementasi program, dan apa saja yang telah dilakukan oleh sekolah. 3) Publik percaya (*trust*) terhadap amanat untuk mendidik anak yang dilakukan oleh sekolah. 4) Publik merasa memiliki (*sens of belongingness*) terhadap apa saja yang telah dilakukan oleh sekolah. 5) Publik memberikan respon positif, kritik konstruktif, dan masukan berharga bagi kemajuan sekolah. 6) Publik bersedia memberikan dukungan (*support*) dan bantuan baik material maupun moral untuk kemajuan sekolah. 7) Publik akan secara terus menerus mengawal sekolah agar berkinerja sesuai dengan yang diharapkan.³

² Setyanto, Y., Anggarina, P. T., & Valentina, A." Branding yang Dilakukan Humas pada Perguruan Tinggi Swasta". *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(January 1, 2017). <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/view/347>.

³ Teguh Triwiyanto, *Manajemen Kurikulum dan Pembelajaran*, (Jakarta: Bumi Aksara.2015), 23.

UU No. 20/ 2003 tentang Sisdiknas, pada Bab XV Pasal 54 dinyatakan bahwa: (1) Peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan. (2) Masyarakat dapat berperan serta sebagai sumber, pelaksana, dan pengguna hasil pendidikan. (3) Ketentuan mengenai peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dan ayat (2) diatur lebih lanjut dengan Peraturan Pemerintah.¹

Sekolah yang mampu melakukan hubungan kerjasama baik dengan pihak lain, dapat bertahan dan berkembang dengan baik pula. Semakin banyak hubungan dengan pihak lain, maka akan semakin meningkatkan popularitas madrasah tersebut. Kemampuan manajerial menjadi faktor penentu atas mundur dan majunya madrasah tersebut. Daya tarik ini semakin kuat, jika madrasah mampu menunjukkan kualitasnya kepada masyarakat. Madrasah tersebut semakin terkenal, besar dan maju.⁴ Dalam Q.S. Al-Hujurat/49: 13 terdapat juga anjuran untuk melakukan hubungan dengan sesama manusia (masyarakat), yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَعَلَيْنَا شُكْرًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ۝

Terjemahnya:

Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal.¹

⁴ Made Pidarta, *Manajemen Pendidikan Indonesia*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), 184

Berdasarkan ayat tersebut dapat dimaknai bahwa seorang manusia sebagai individu tidak akan berarti apaapa apabila ia tidak hidup bersama dengan orang lain. Manusia sebagai pribadi sosial sesuai dengan kodratnya memerlukan bantuan orang lain dalam menjalani dilema dan tantangan kehidupan. Begitupun dengan citra sekolah perlu ditingkatkan dengan melakukan reposisi dalam layanan humasnya. Dalam hadits juga dijelaskan tentang pentingnya saling menolong seperti Hadits Hurairah.

Dari Anas RA berkata: Rasulullah SAW bersabda: “Tolonglah saudaramu yang menganiaya atau yang dianiaya. Dikatakan ya Rasulullah ini kami menolongnya yang dianiaya, bagaimana menolongnya yang dianiaya? Rasulullah menjawab: peganglah di atas kedua tangannya.” (HR. Muslim) (Muslim, t.th: 247).⁵

Hadits di atas pada dasarnya mendorong umat Muslim untuk saling mencintai dan peduli terhadap orang lain. Sebagaimana seseorang melihat wajahnya di depan cermin, begitu pulalah seseorang harus melihat saudaranya sehingga seandainya saudaranya bahagia, orang tersebut harus merasa bahagia.

Manajemen humas hendaknya dirancang dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi secara periodik. Perencanaan seharusnya menggambarkan program yang akan dilaksanakan untuk periode waktu tertentu dalam menjawab tantangan zaman berupa kondisi masyarakat yang semakin cerdas dan memiliki banyak pilihan akses informasi sehingga perlu mendapat respons yang proporsional pesantren dengan memberikan layanan yang mudah, cepat, menarik, dan praktis terhadap informasi yang dibutuhkannya. Perencanaan memuat definisi masalah, merencanakan dan memprogram, aksi dan

⁵ Hatis Riwayat Muslim. *Ensiklopedia HadisI*. diakses dari <https://hadits.in/>.

mengkomunikasikan, serta evaluasi. Dalam tahapan pelaksanaan, manajemen humas di pesantren perlu menyusun *frame of work* seperti menjadwalkan kegiatan, menyusun materi kegiatan, media komunikasi yang digunakan, tujuan dan sasaran kegiatan, sumber daya yang diperlukan, dan prinsip - prinsip Islam yang melandasi kegiatan. Sedangkan evaluasi perlu menyeluruh yang meliputi evaluasi persiapan, evaluasi dampak, dan evaluasi hasil.

Hubungan masyarakat atau humas mempunyai peranan penting dalam manajemen. Dalam bahasa Inggris disebut "*public relation*" atau "PR". Hubungan masyarakat adalah suatu usaha yang disengaja, direncanakan dan diteruskan untuk menjalin dan membina saling pengertian diantara organisasi dan masyarakatnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa keterlibatan masyarakat mempunyai peran yang cukup besar bagi perkembangan organisasi di masa yang akan datang. Begitu pula dengan sekolah atau madrasah dapat dikatakan sukses jika mampu mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Bagaimanapun juga pendidikan adalah tanggungjawab bersama antara orang tua, sekolah dan masyarakat.¹ Oleh sebab itu, humas merupakan pusat kegiatan yang meliputi banyak bidang, meliputi hubungan kerja antar lingkup manusia di sekolah, hubungan manusia dengan alat dan media sosial, keahlian menggunakannya dan memilih alat komunikasi dan media massa yang tepat.

Penelitian tentang citra sekolah telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Rachmawati, meneliti tentang strategi *brand image* sekolah dan dampaknya.⁶ Setyaningsih juga melakukan penelitian yang sama mengenai strategi humas dalam menciptakan *school branding* dan respon masyarakat.¹ Penelitian ini didasarkan pada argumen bahwa citra sekolah/*school branding* dapat ditingkatkan melalui penerapan manajemen humas yang baik. Penelitian yang sama juga dilakukan Sholihah yang melakukan penelitian tentang strategi manajemen humas dalam membangun *School branding*.⁷ Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya tersebut jika dikaitkan dengan penelitian peneliti, penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana wujud *school branding* di SMK Negeri Palopo. Selain itu, hubungan manajemen humas dan *school branding* diungkap melalui penerapan manajemen humas dalam meningkatkan *school branding* serta respon masyarakat terhadap *school branding* di SMK Negeri 5 Palopo.

Salah satu fungsi yang mempunyai peranan penting dalam manajemen adalah hubungan masyarakat atau humas, dalam bahasa Inggris disebut “public relation” atau “PR”. Tidak dapat dipungkiri bahwa keterlibatan masyarakat mempunyai peran yang cukup besar bagi perkembangan organisasi di masa yang akan datang. Begitu pula dengan sekolah. Madrasah dapat dikatakan sukses jika mampu mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Sebab bagaimanapun juga

⁶ Dewi Putri Rahkmawati. Strategi Brand Image (Studi Kasus di Sekolah Menengah Pertama (SMP) Tamadun Afkar Sidoarjo. *Skripsi*, Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020.

⁷ Sholihah, “Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan School Branding pada Sekolah Islam Terpadu”, *Jurnal Manajemen* Vol. 3 No. 2, (Desember 2018) JMPI homepage: <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/jmpi/inde>.

pendidikan adalah tanggungjawab bersama antara orang tua, sekolah dan masyarakat.¹ Oleh sebab itu, humas merupakan pusat kegiatan yang meliputi banyak bidang dan upaya yang membaaur dengan masyarakat. Meliputi hubungan kerja antar lingkup manusia di sekolah, hubungan manusia dengan alat dan media sosial, keahlian menggunakannya dan memilih alat komunikasi dan media massa yang tepat.

Sekolah secara kreatif dan inovatif dalam melakukan upaya-upaya promosi melalui humas yang telah dirancang sebaik mungkin untuk menarik perhatian sekaligus untuk membedakan antara SMK negeri 5 Palopo dengan yang lainnya. Hasil obervasi awal yang calon peneliti lakukan bahwa masih banyak siswa yang berdomisili di sekitar SMK Negeri 5 Palopo bersekolah di luar wilayah tersebut. Sehingga peneliti menduga bahwa warga tidak mengetahui dengan baik sistem manajemen sekolah yang ada di SMK Negeri 5 Palopo melalui pihak humas. Pihak humas SMK Negeri 5 Palopo selalu giat mempromosikan sekolah. Namun, masih ada beberapa masyarakat belum mengetahui bahwa sekolah SMK Negeri 5 Palopo tidak beda jauh dengan SMK Negeri lain.

Selain itu, untuk menunjang tercapainya *School branding*, SMK negeri 5 Palopo terus melakukan upaya pengembangan dan pembangunan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah. Hal ini dilakukan karena semakin meningkatnya kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SMK negeri 5 Palopo. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik melakukan

penelitian dengan judul “Analisis Manajemen Humas dalam Membangun *School branding* di SMK Negeri 5 Palopo.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun rumusan masalah penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana wujud *School branding* di SMK Negeri 5 Palopo?
2. Bagaimana penerapan manajemen humas dalam Membangun *branding* SMK Negeri 5 Palopo?
3. Bagaimana respon masyarakat terhadap *branding* di SMK Negeri 5 Palopo?

C. Tujuan Penelitian

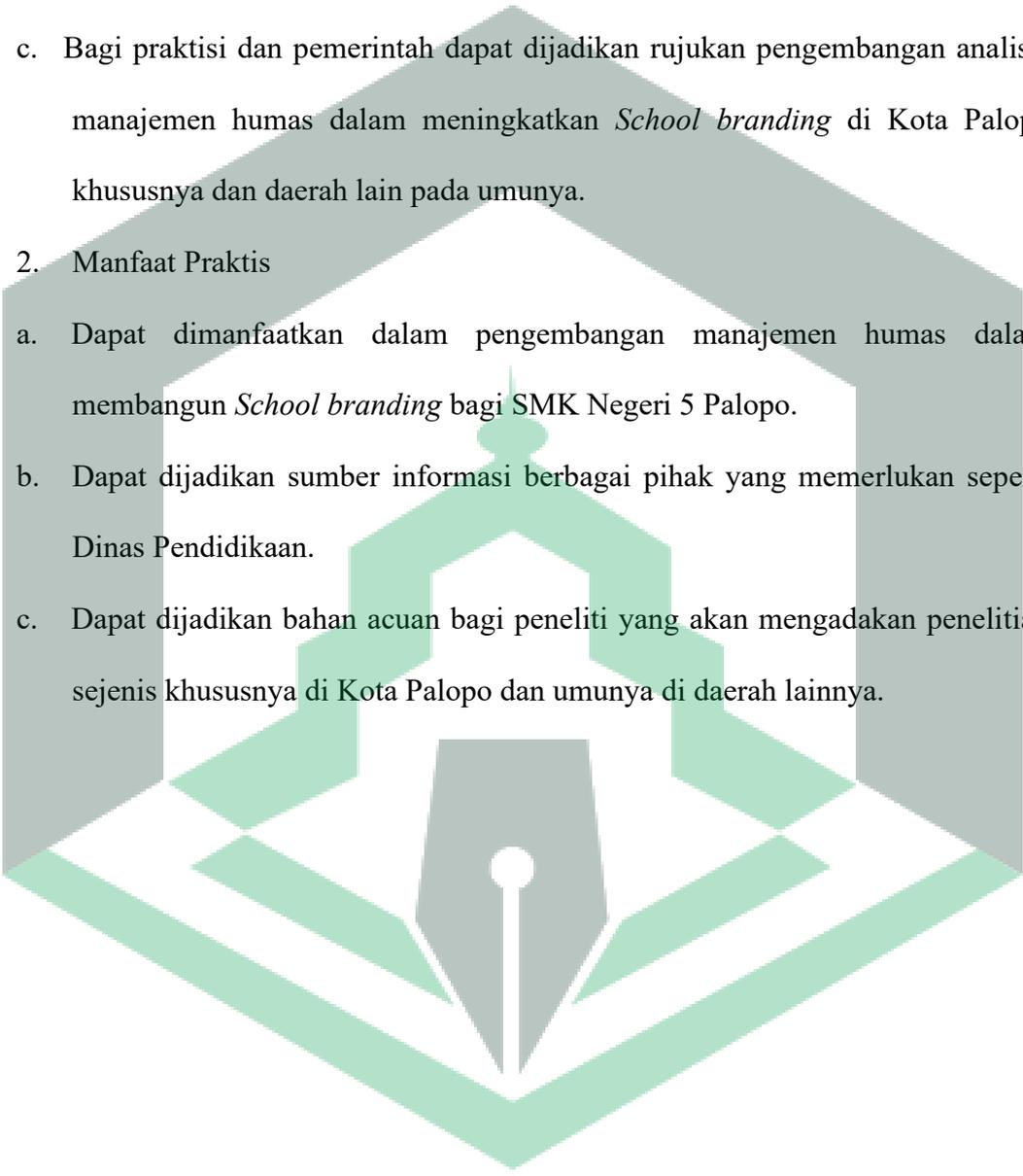
Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Wujud *School branding* SMK Negeri 5 Palopo.
2. Penerapan manajemen humas dalam Membangun *branding* SMK Negeri 5 Palopo.
3. Respon masyarakat terhadap *branding* di SMK Negeri 5 Palopo

D. Manfaat Penelitian

Penelitian tentang analisis manajemen humas ini penulis harapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat pada :

1. Manfaat Teoretis
 - a. Diharapkan dapat menjadi tambahan referensi khazanah ilmu pengetahuan yang menyangkut analisis manajemen humas.

- b. Penulis harapkan dapat berkontribusi dalam pemikiran terkait analisis manajemen humas dalam membangun *School branding* di Kota Palopo khususnya dan daerah lain pada umumnya.
 - c. Bagi praktisi dan pemerintah dapat dijadikan rujukan pengembangan analisis manajemen humas dalam meningkatkan *School branding* di Kota Palopo khususnya dan daerah lain pada umumnya.
2. Manfaat Praktis
- a. Dapat dimanfaatkan dalam pengembangan manajemen humas dalam membangun *School branding* bagi SMK Negeri 5 Palopo.
 - b. Dapat dijadikan sumber informasi berbagai pihak yang memerlukan seperti Dinas Pendidikan.
 - c. Dapat dijadikan bahan acuan bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian sejenis khususnya di Kota Palopo dan umumnya di daerah lainnya.
- 

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Setelah peneliti mencari penelitian yang secara langsung berkaitan dengan “Analisis Manajemen Humas dalam Membangun *School Branding* di SMK Negeri 5 Palopo”, peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan.

Sholihah dengan judul “Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan *School branding* pada Sekolah Islam Terpadu”. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan serta menganalisa perencanaan strategi manajemen humas, implementasi dari startegi manajemen humas tersebut dan bagaimana hasil dari penerapannya dalam meningkatkan *School branding* di SDIT Al-Furqan dan SMPIT Al-Gazali Palangka Raya, serta untuk menawarkan sebuah konsep model strategi manajemen humas dalam meningkatkan *School branding* pada sekolah Islam Terpadu. Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Subjek utama adalah kepala sekolah, humas, orang tua siswa, kepala tata usaha, para guru, dan masyarakat. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa : 1) Perencanaan strategi manajemen humas di rancang dan di susun bersama dengan kepala sekolah, divisi dan humas dengan mempertimbangkan semua aspek hingga brand sekolah bisa sampai pada masyarakat, 2) Implementasi dari strategi manajemen humas dilakukan humas sesuai jadwal yang telah di susun dengan melakukan promosi dan publikasi ke media cetak, media elektronik, dan sosial media, serta berkomunikasi dan sosialisasi ke publik secara langsung, 3) Hasil

dari strategi manajemen humas tersebut terlihat dengan adanya indikator keberhasilan sekolah menjadi terkenal di masyarakat, tercipta image positif bagi sekolah, peserta didik bertambah setiap tahun ajaran baru, menjadi sekolah favorit dan unggulan.⁸

Adapun persamaan penelitian tersebut dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang manajemen humas dalam meningkatkan *school branding*. Perbedaannya terletak pada variabel pertama yaitu pada penelitian peneliti akan melakukan analisis sedangkan penelitian sebelumnya untuk mengetahui strategi yang akan digunakan dalam meningkatkan *school branding*.

Tukijan dengan judul tesis “Implementasi Manajemen Humas Di Pondok Pesantren Islam Nurul Huda Dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Islam Nurul Huda dan Pondok Pesantren An Nahl - Karangreja Kabupaten Purbalingga mengimplementasikan manajemen humas yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan mengangkat prinsip – prinsip Islam yaitu nilai – nilai yang bersumber dari Al Qur’an dan Al Hadits antara lain ta’aruf, tarahum, tafahum, tasyawur, ta’awun, dan tafakul dalam kegiatan seperti ta’aruf (tabligh akbar, majalah, buletin), tarahum (santunan santri, kegiatan kesantrian OPPINDA, Gemapenta), tafahum (praktik dakwah lapangan, tata tertib, pengajian umum), tasyawur (seminar, rapat, diskusi), ta’awun (PHBI, panitia

⁸ Sholihah, “Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan School Branding pada Sekolah Islam Terpadu”, *Jurnal Manajemen* Vol. 3 No. 2, (Desember 2018) JMPI homepage: <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/jmpi/inde>.

seminar, pelatihan, kerja sama antarlembaga), takaful (kerja bhakti bedah rumah, kegiatan sosial).

Adapun persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti yaitu melakukan penelitian pada manajemen humas. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian sebelumnya hanya berfokus pada manajemen humas sedangkan penelitian peneliti berfokus pada dua variabel yaitu manajemen humas dan *school branding*.

Akbar dengan judul skripsi “Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat Di Madrasah Aliyah Pesantren Pembangunan Majenang Kabupaten Cilacap”. Hasil penelitian dapat ditemukan bahwa implementasi manajemen Humas di Madrasah Aliyah Pesantren Pembangunan Majenang sudah berjalan dengan baik. Sebab unsur-unsur yang terkait dengan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dapat dilakukan secara proporsional berdasarkan disiplin kerja dan waktu. Proses Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan, Pengawasan dan Penilaian dilakukan sesuai dengan prosedur manajemen yang benar.

Adapun persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti yaitu melakukan penelitian pada manajemen humas. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian sebelumnya hanya berfokus pada manajemen humas sedangkan penelitian peneliti berfokus pada dua variabel yaitu manajemen humas dan *school branding*.

Nugraha dengan judul “Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Hubungan Baik Antara Sekolah Dengan Wali Siswa Di Sd It

Harapan Bunda Semarang Jawa Tengah". Hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka sampailah kepada kesimpulan bahwasannya strategi yang dilakukan manajemen Humas SD IT Harapan Bunda Semarang yaitu go public, bekerjasama dengan kesiswaan, penyusunan struktur organisasi, menggerakkan anggota-anggota organisasi dan berkoordinasi dalam mencapai tujuan yang ditetapkan lembaga, pengarahan dan pengawasan kepada personel sekolah, bekerjasama dengan tokoh masyarakat, bekerjasama dengan orang tua/ wali siswa, bekerjasama dengan komite sekolah, bekerjasama dengan organisasi masyarakat dan publikasi. Kemudian implementasi manajemen humas di SD IT Harapan Bunda yaitu hampir seluruh strategi yang direncanakan ada kerjasama antara pihak internal maupun eksternal, akan tetapi ada beberapa program yang tidak terealisasi secara optimal yaitu pengelolaan website dikarenakan kesibukan dari penanggungjawab program tersebut. Implikasi manajemen humas dalam meningkatkan hubungan baik antara sekolah dengan orang tua/ wali siswa SD IT Harapan Bunda berjalan dengan sangat baik hal ini ditunjukkan dengan data rerata skala tanggapan responden dengan jumlah 4,27. Selain itu banyaknya kegiatan-kegiatan bersama ortu/ wali siswa dalam meningkatkan hubungan baik.

Adapun persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti yaitu melakukan penelitian pada manajemen humas. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian, penelitian sebelumnya hanya berfokus pada manajemen humas dan hubungan yang baik antara sekolah dan wali sekolah sedangkan penelitian peneliti berfokus pada dua variabel yaitu manajemen humas dan *school branding*.

B. Tinjauan Pustaka

1. Manajemen Humas

a. Pengertian

Manajemen berasal dari kata *manus* yang memiliki arti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Kemudian kata itu digabungkan menjadi *managere* yang berarti menangani. Secara bahasa manajemen berarti memimpin, menangani, mengatur atau membimbing. Sedangkan secara istilah, Morisan dalam Hasriadi mengemukakan bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.¹

Menurut George R. Terry manajemen adalah "Suatu proses yang membedakan atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan dengan memanfaatkan baik ilmu maupun seni demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya". Dari definisi tersebut Terry bisa dilihat fungsi manajemennya sebagai POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Penempatan manusia (*staffing*) sangat penting dalam penyelenggaraan kegiatan manajemen humas. *The right man in the right place*, penempatan orang yang tepat pada tempat yang tepat dalam organisasi, membuat kelangsungan aktivitas organisasi tersebut akan terjamin. Sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara produktif, efektif dan efisien.

Sedangkan istilah hubungan masyarakat (humas) dikenalkan pertama kali oleh Thomas Jefferson (mantan Presiden Amerika Serikat) pada tahun 1807. Humas pada waktu itu dikaitkan dengan istilah “foreign relations” yang berarti hubungan kerjasama luar negeri atau antar bangsa. Secara etimologis, “hubungan masyarakat” diterjemahkan dari perkataan bahasa Inggris public relation, yang berarti hubungan sekolah dengan masyarakat ialah hubungan timbal balik antara suatu organisasi (sekolah) dan masyarakat.

Manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat adalah menilai sikap masyarakat agar tercipta keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan organisasi. Karena mulai dari aktivitas program humas, tujuan dan sasaran yang hendak dicapai oleh organisasi tidak terlepas dari dukungan, serta kepercayaan citra positif dari masyarakat. Pada prinsipnya secara struktural fungsi humas dalam organisasi merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari suatu kelembagaan atau organisasi. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila berada langsung di bawah pimpinan tertinggi pada organisasi tersebut. Fungsi manajemen humas dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah organisasi yang diwakilinya dengan masyarakat sebagai sasaran pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh organisasi yang bersangkutan. Hal tersebut sesuai dengan intisari definisi kerja humas.

Manajemen humas menurut Ruslan yang dikutip oleh Zulkarnain Nasution adalah suatu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasional

dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya.⁹ Untuk merealisasikan itu semua banyak hal yang harus dilakukan oleh humas dalam suatu lembaga pendidikan. Manajemen hubungan masyarakat merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik (masyarakat) secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama.¹ Humas dalam pengertian umumnya merupakan serangkaian alat untuk promosi sebagai penunjang bagian yang terpenting dalam meningkatkan suatu lembaga pendidikan, dan memiliki fungsi manajemen yang berlangsung secara terus menerus dan dirancang melalui organisasi masyarakat, lembaga yang berusaha menjalin dan memelihara saling pengertian peraturan dan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk kepentingan bersama.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen humas difungsikan untuk mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan publiknya. Hubungan masyarakat dapat didefinisikan sebagai komunikasi dua arah secara timbal balik antara organisasi dengan publik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan memenuhi kepentingan bersama. Jadi hubungan masyarakat pada prinsipnya merupakan kegiatan komunikasi antara organisasi dengan masyarakat dalam arti luas.

⁹ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2010), 11.

b. Tujuan dan Fungsi Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan

Tujuan humas sendiri bisa dirumuskan secara berbeda oleh setiap sekolah. Namun Sutisna memberikan penjelasan yang dikutip oleh Yosol Irianta bahwa tujuan humas adalah :

- 1) Mengembangkan pemahaman tentang maksud-maksud dan sasaran-sasaran dari sekolah.
- 2) Menilai progam sekolah dalam kata-kata kebutuhan-kebutuhan yang terpenuhi.
- 3) Mempersatukan orang tua murid dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik.
- 4) Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya pendidikan sekolah dalam era pembangunan.
- 5) Membangun dan memelihara kepercayaan terhadap sekolah.
- 6) Memberitahu masyarakat tentang pekerjaan sekolah.
- 7) Mengerahkan bantuan dan dukungan bagi pemeliharaan dan peningkatan progam sekolah.¹⁰

Mengenai fungsi dan peran humas, Effendy mengutip Bertrand R. Cranfield yang dikutip oleh Yosol Irianta menyebutkan fungsi humas adalah:

- 1) Mengabdikan pada kepentingan umum
- 2) Memelihara komunikasi yang baik
- 3) Menekankan pada moral dan perilaku yang baik.¹

¹⁰ Yosol Irianta, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 28.

Fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam manajemen meliputi: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengarahan, dan pengawasan dalam konteks kegiatan di lembaga pendidikan.

a) Fungsi Perencanaan

Perencanaan meliputi kegiatan menetapkan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapai, berapa lama, berapa orang yang diperlukan, dan berapa jumlah biayanya. Perencanaan ini dibuat sebelum suatu tindakan dilaksanakan.

Perencanaan menurut Gibson mencakup kegiatan menentukan sasaran dan alat sesuai untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Perencanaan pada fungsi manajemen humas di lembaga pendidikan merupakan kesepakatan dan pengertian di antara personil lembaga pendidikan tentang apa yang harus dicapai organisasi.

Menurut jangkauan waktunya perencanaan dapat dibagi menjadi 3 (tiga) tahapan, yakni: (a) perencanaan jangka pendek (satu minggu, satu bulan, dan satu tahun), (b) perencanaan jangka menengah (perencanaan yang dibuat untuk jangka waktu 2 sampai 5 tahun), dan (c) perencanaan jangka panjang (perencanaan yang dibuat lebih dari 5 tahun). Dalam menyusun perencanaan harus melibatkan banyak orang, yang harus menghasilkan program-program lembaga pendidikan, meliputi: program yang berpusat pada siswa, kurikulum, pembelajaran, supervisi: keuangan, sarana dan prasarana, kepegawaian, layanan khusus, hubungan masyarakat, dan lain-lainnya.

b) Fungsi Pengorganisasian

Pengorganisasian diartikan sebagai kegiatan membagi tugas-tugas pada orang yang terlibat dalam kerjasama di lembaga pendidikan. Kegiatan

pengorganisasian bertujuan menentukan siapa yang akan melaksanakan tugas sesuai dengan prinsip manajemen lembaga pendidikan. Fungsi perorganisasian di sini meliputi: pembagian tugas kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan, serta menetapkan wewenang dan tanggungjawab, sistem komunikasi, serta mengkoordinir kerja setiap karyawan di dalam suatu tim kerja yang solid dan terorganisir.

Langkah-langkah mendasar dalam mengorganisasi program-program di lembaga pendidikan menurut Gorton yaitu menentukan tugas, parameter waktu dan kebutuhan, jabatan dan tanggung jawab, merinci hubungan kewenangan, hubungan kepengawasan, hubungan komunikasi. Sedangkan prinsip pengorganisasian adalah organisasi lembaga pendidikan mempunyai tujuan yang jelas, tujuan lembaga pendidikan dapat dipahami dengan jelas dan diterima setiap tenaga pengajar dan karyawan, termasuk siswa dan orang tua siswa.

c) Fungsi Penggerakan

Menggerakkan dalam hal ini merangsang anggota-anggota organisasi melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan yang baik. Menurut Davis menggerakkan adalah kemampuan pemimpin membujuk orang-orang mencapai tujuantujuan yang telah ditetapkan dengan penuh semangat. Jadi, pemimpin lembaga pendidikan menggerakkan dengan semangat, pengikut juga bekerja dengan semangat.

d) Fungsi Pengarahan

Pengarahan dilakukan agar kegiatan yang dilakukan bersama tetap melalui jalur yang ditetapkan, tidak terjadi penyimpangan yang dapat menimbulkan

terjadinya pemborosan. Menurut Sagala kegiatan pengarahan antara lain: (a) memberikan petunjuk dalam melaksanakan suatu kegiatan, (b) memberikan dan menjelaskan perintah, (c) memberikan kesempatan meningkatkan pengetahuan kepada pegawai agar dapat lebih efektif dalam melaksanakan tugas, (d) memberikan kesempatan ikut serta menyumbangkan tenaga dan pikiran, (e) memberikan koreksi agar setiap personil melaksanakan tugastugasnya secara efisien. Sebagai pengarah para pimpinan lembaga pendidikan tersebut berada pada tingkat pimpinan eksekutif tertinggi pada lembaga pendidikan tersebut.

e) Fungsi Pengawasan

Pengawasan dapat diartikan sebagai salah satu kegiatan untuk mengetahui realisasi perilaku tenaga pengajar dan karyawan dalam organisasi lembaga pendidikan. Secara umum pengawasan dikaitkan dengan upaya mengendalikan, membina dan pelurusan sebagai upaya pengendalian kualitas pendidikan.¹¹

Fungsi komunikasi timbal balik (dua arah) di dalam suatu kegiatan manajemen pada suatu lembaga pendidikan sekarang ini biasanya diserahkan kepada pihak hubungan masyarakat (humas). Fungsi-fungsi manajemen humas dalam kegiatan pada lembaga pendidikan antara lain: 1) 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) 2) Mendukung dan menunjang kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan mempublikasi lembaga

¹¹ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2010), 11

pendidikan. Hal ini humas bertindak sebagai pengelola informasi kepada publik intern dan publik ekstern, seperti: menyampaikan informasi kepada pers, dan promosi. 3) Meningkatkan suatu citra yang positif terhadap lembaga pendidikannya.¹

Humas merupakan salah satu fungsi sebagai unsur pimpinan. Dengan demikian fungsinya adalah untuk menumbuhkan hubungan yang baik dan serasi antara public intern dan public ekstern dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Eksistensi humas pada setiap lembaga/instansi merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka memperkenalkan kegiatan dan aktivitas kepada masyarakat.

Manajemen hubungan masyarakat merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik (masyarakat) secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama.¹² Sedangkan menurut Ruslan, manajemen humas adalah suatu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya.¹

Menurut Wahjosumidjo, manajemen humas adalah suatu proses pengembangan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang bertujuan memungkinkan orangtua dan warga wilayah berpartisipasi aktif dan penuh arti di

¹² Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2018), 119

dalam kegiatan pendidikan di sekolah.¹³ Dari beberapa definisi di atas, bahwa manajemen humas yaitu difungsikan untuk mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dengan publiknya. Hubungan masyarakat dapat didefinisikan sebagai komunikasi dua arah secara timbal balik antara organisasi dengan publik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan memenuhi kepentingan bersama.

c. Peran Humas di Lembaga Pendidikan

Peran humas di lembaga pendidikan ke depan antara lain :

- 1) Membina hubungan harmonis kepada public internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan, seperti dosen/ guru, tenaga administrasi, dan siswa), dan hubungan kepada public 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/instanti, 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.

¹³ Wahjosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah: Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), 334.

- 4) Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang terdapat di dalam masyarakat.
- 5) Bersikap terampil dalam menterjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan yang baik.¹

Dalam study Frinadyani yang dikutip oleh Yosol Irianta humas di sekolah menjalankan peran sebagai : 1) Penasihat ahli (expert presciber) 2) Fasilitator proses pemecah masalah (problem solving process fasilitator) 3) Fasilitator komunikasi (communication fasilitator) 4) Teknisi komunikasi (communication technician).¹⁴

d. Progam Humas

Sesuai peranannya sebagai pengabdikan untuk kepentingan umum, sebagai mediator antara pimpinan dengan publik, dan sebagai dokumentator, maka program humas dititikberatkan pada :

- 1) Program pelayanan Program ini berupa pelayanan data/informasi baik secara lisan maupun tertulis, termasuk penyelenggaraan display tetap dan pameran.
- 2) Program mediator Program ini berupa penerbitan berbagai media massa, penyelenggaraan konferensi pers, wisata pers, menjawab surat pembaca, menanggapi tajuk rencana yang negatif dan lain-lain.
- 3) Program dokumentator Program ini berupa pembuatan dokumentasi film, foto rekaman (kaset audio dan video), transkrip pidato dan lain-lain.

e. Implementasi Program Humas Sekolah

¹⁴ Yosol Irianta, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 140

Ketika semua yang sudah direncanakan secara strategis itu, maka perlu diimplementasikan. Dalam mengimplementasikan rencana strategis kehumasan akan ada dua hal yang penting yaitu rencana aksi dan pelaksanaan rencana aksi yang sudah ditetapkan. Selain itu diperlukan sumberdaya yang dimiliki sekolah, seperti sumberdaya manusia dan sumberdaya finansial. Dengan demikian, implementasi rencana strategis berarti menjalankan berbagai tindakan yang perlu dilakukan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Dalam implementasi rencana strategis akan diperlukan rencana aksi, keterlibatan pimpinan, komitmen terhadap implementasi rencana, alokasi sumberdaya yang dibutuhkan untuk menjalankan rencana dan keterlibatan segenap warga organisasi.

Komitemen kepala sekolah dan segenap warga sekolah dalam menjalankan rencana strategis itu merupakan hal yang sangat diperlukan. Smith menunjukkan beberapa pertanyaan yang penting dijawab dalam implementasi program/kegiatan kehumasan ini yang dikutip oleh Yosol Irianta. Ada 3 (tiga) hal yang mesti diperhatikan, yaitu: (1) bagaimana penjadwalan program/kegiatan, (2) bagaimana anggaran yang disediakan untuk menjalankan program, (3) siapa yang menjadi penanggung jawab pelaksanaan program/kegiatan tersebut.¹

Pada penjadwalan misalnya persoalan yang hendak diatasi adalah masalah keterlibatan orang tua dalam upaya meningkatkan mutu pembelajaran di sekolah yang mengharuskan sekolah banyak berkomunikasi dan menjalin relasi dengan orang tua/wali siswa, juga dengan guru dan tenaga kependidikan di sekolah. Maka disusunlah jadwal kegiatan berkomunikasi dengan orang tua/ wali siswa serta jadwal berkomunikasi dengan pendidik dan tenaga kependidikan. Setelah itu

dilakukan penunjukkan siapa yang akan bertanggung jawab terhadap kegiatan komunikasi yang dilakukan. Misalnya guru yang akan bertanggung jawab untuk berkomunikasi dan menjalin relasi dengan sesama pendidik dan tenaga kependidikan, ditetapkan pula guru lain untuk yang bertanggung jawab untuk memimpin proses komunikasi dengan orang tua/ wali siswa. Bila komunikasi dengan orang tua/wali siswa dilakukan melalui pertemuan, diperlukan juga biaya untuk menyediakan konsumsi bagi peserta.

e. Strategi Humas

Untuk menentukan strategi dalam kegiatan humas pada lembaga pendidikan yang akan dilakukan terlebih dahulu memperhitungkan:

- 1) Apa “tujuan” yang hendak dicapai sesuai dengan perencanaan yang telah diperhitungkan dengan baik oleh pihak-pihak yang terlibat dalam manajemen lembaga pendidikan.
- 2) Kemudian “strategi” apa dan bagaimana yang dipergunakan dalam perencanaan.
- 3) Setelah itu apa “program kerjanya” yang akan dilakukan dan dijabarkan sesuai langkah-langkah yang telah dijadwalkan.
- 4) Terakhir adalah menentukan “anggaran” atau “dana” yang sudah dipersiapkan, serta “daya” sebagai pendukung yang bersifat khusus.

Strategi humas dalam hal ini adalah suatu cara alternatif optimal yang dipilih untuk melaksanakan atau ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas. Guna mengkokohkan atau mendapat dukungan dari pimpinan agar strategi operasional humas mengenai sasaran dalam suatu

tujuan lembaga pendidikan, tentu kegiatan humas secara operasional seharusnya berada pada posisi yang sedekat mungkin dengan pimpinan lembaga pendidikan, dan diharapkan kegiatan humas tersebut akan tercapai. Untuk melaksanakan strategi tersebut menurut Ruslan harus diupayakan sebagai berikut:

- a) Menempatkan posisi humas dekat dengan lembaga pendidikan agar humas mengetahui secara jelas dan rinci mengenai pola perencanaan, kebijakan, keputusan yang diambil, visi dan arah tujuan lembaga pendidikan bersangkutan, agar tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian pesan dan informasi yang berasal dari lembaga pendidikan kepada masyarakat.
- b) Humas dalam memberikan informasi mewakili lembaga pendidikan tersebut dapat dipertegas tentang batas-batas wewenang dan tanggungjawab dalam memberikan keterangan (sebagai guru bicara). Sehingga humas akan selalu mengetahui informasi secara jelas mengenai pelaksanaan dari keputusan atau kebijaksanaan pimpinan lembaga pendidikan tersebut.
- c) Pimpinan atau staf humas selalu diikutsertakan menghadiri setiap rapat atau pertemuan pada tingkat pimpinan agar dapat mengetahui secara langsung dengan tepat tentang latar belakang suatu proses perencanaan, kebijaksanaan, arah dan hingga tujuan organisasi yang hendak dicapai, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.
- d) Agar humas diberi fungsi koordinasi berhubungan secara langsung dan segera dengan pimpinan puncak, tanpa melalui perantara pejabat/ bagian lain, sehingga fungsi kehumasan berlangsung secara optimal, antisipatif dan dapat melaksanakan berbagai macam perencanaan peranan komunikasi atau dengan

kewenangan yang ada mampu mengatasi berbagai masalah yang mungkin akan timbul tanpa diduga sebelumnya.

- e) Humas harus bertindak secara proaktif dan dinamis, serta fleksibel atau mengatur seluruh komunikasi baik ke dalam maupun ke luar untuk menghindarkan sikap reaktif dalam menghadapi berbagai masalah atau tantangan yang dihadapi.
- f) Humas berperan melaksanakan tindakan mulai dari memonitor, merekam, menganalisis, menelaah hingga mengevaluasi setiap reaksi feed back, khususnya dalam upaya penilaian sikap tindak serta mengetahui persepsi masyarakat.
- g) Humas dapat memberikan sumbangsaran, ide dan rencana atau program kerja kehumasan untuk memperbaiki atau mempertahankan nama baik, kepercayaan dan citra perusahaan ataupun sekolah.¹⁵

2. Konsep *School branding*

a. Pengertian

Sebuah merek (*brand*) adalah sebuah nama, istilah, symbol, desain atau kombinasi semua itu yang mengidentifikasi produk dari pihak penjual dan membedakannya dengan produk pesaing. Sebuah nama merek adalah bagian dari merek yang dapat diucapkan, termasuk huruf, kata-kata, serta angka. Elemen sebuah merek yang tidak dapat diucapkan disebut tanda merek (*brand mark*).

Pengertian brand sendiri menurut UU Merek No.15 Tahun 2001 Pasal 1 Ayat 1; brand atau merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf,

¹⁵ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2010), 29.

angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Pada dasarnya elemen ini berguna untuk menunjukkan value yang akan ditawarkan ke pasar.¹

American Marketing Association, Kotler mendefinisikan, brand sebagai simbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Sebuah brand juga memberikan tanda atau petunjuk pada pelanggan mengenai sumber-sumber produk dan melindungi konsumen dari pesaing yang mencoba menyediakan produk yang terlihat identic.¹⁶

Brand terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang dari pihak eksternal dari dirinya. Brand erat kaitannya dengan suatu penilaian, tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi atau simbol-simbol tertentu terhadap bentuk pelayanan, nama perusahaan, dan merek suatu produk barang atau jasa dari pihak publik sebagai khalayak sasarannya. Penilaian pada brand dari suatu produk, jasa atau personalitas merupakan kebutuhan penting bagi perusahaan jika ingin mendapatkan perhatian di mata publik.

Brand merupakan identitas dari sebuah produk, jasa, atau sesuatu yang sifatnya personalitas. Sedangkan brand berbeda dengan branding. Menurut Amalia E. Maulana pengertian branding adalah kumpulan kegiatan komunikasi

¹⁶ Philip Kotler & Hermawan K., *Repositioning ASIA from Ibubble to Sustainable Economy*, (Singapore: John Wiley & Sons, 2000), 460

yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka proses membangun dan membesarkan brand. Tanpa dilakukannya kegiatan komunikasi kepada konsumen yang disusun dan direncanakan dengan baik, maka sebuah merek tidak akan dikenal dan tidak mempunyai arti apa-apa bagi konsumen atau target konsumennya.¹

Sehingga sebuah brand butuh melakukan yang namanya branding untuk mendapatkan kekuatan pada perhatian konsumen atas brand yang disandangnya, karena dengan brand yang kuat di mata publik akan menghasilkan kemudahan untuk tetap mempertahankan produktivitas atas produk atau jasa dari brand tersebut. Tanpa adanya perhatian yang kuat dari konsumen brand akan kesulitan untuk mendapatkan hati konsumen agar menggunakan produk atau jasanya.

Berdasarkan beberapa teori tersebut dapat disimpulkan bahwa *School branding* adalah usaha yang dilakukan oleh sekolah untuk menjadikan sekolah lebih dikenal, diingat dan memiliki penilaian tersendiri pada masyarakat umum.

b. Pengelolaan identitas pada brand sekolah

Pengelolaan identitas pada sebuah organisasi memiliki perbedaan dengan pengelolaan identitas pada sebuah produk atau jasa. Pada dasarnya sebuah organisasi berdiri memiliki tujuan dan gerak yang berbeda-beda dengan organisasi lain. Meskipun terkadang tujuan utama sama, namun ada perbedaan pada pergerakan yang dilakukan masing-masing organisasi. Pada pengelolaan identitas ini mencoba mengkonstruksi identitas merek.

Secara teoritis manajemen identitas brand adalah keselarasan dari banyak identitas pada perusahaan. Kerangka kuncinya adalah brand perusahaan berfokus

pada keselarasan antara visi budaya / organisasi yang tergambar.¹⁷ Keberhasilan dari brand untuk dikenal dan mendapat hati konsumen adalah ketika keselarasan informasi tentang organisasi sesuai atau tidak jauh berbeda dengan kenyataan keadaan organisasi sebenarnya.

Menurut Triwiyanto banyak upaya atau strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan *School branding* atau pencitraan publik terhadap sekolah. Upaya atau strategi pencitraan sekolah tersebut adalah sebagai berikut:¹

- 1) Peningkatan kerja kepala sekolah, pendidik, dan tenaga kependidikan.
- 2) Keikutsertaan sekolah dalam kegiatan-kegiatan lomba sekolah dan siswa.
- 3) Membangun jaringan kerja (network) dengan orang tua murid dan masyarakat.
- 4) Peningkatan layanan akademik dan non-akademik yang prima.
- 5) Kepemilikan peringkat akreditasi sekolah yang baik.

Sedangkan menurut Gunawan dalam Triwiyanto, ada banyak teknik yang dapat dipergunakan oleh sekolah dalam melakukan pencitraan publik maupun stakeholders-nya, yaitu: (1) pameran sekolah; (2) publikasi kegiatan positif sekolah; (3) pertemuan sekolah dengan orang tua dan tokoh masyarakat; (4) jurnalisme warga sekolah (*school citizen journalist*); (5) konferensi pers; (6) website sekolah; (7) gelar prestasi sekolah; (8) testimoni elit tentang prestasi sekolah; (9) pelibatan warga sekolah dalam kepemimpinan publik (masyarakat); (10) bakti sosial sekolah; dan (11) membuat berbagai event dan kegiatan yang mampu memobilisasi masyarakat. Pencitraan sekolah (*School branding*) bukan dimaksudkan untuk mengemas ketidakbaikan sekolah menjadi terkesan baik,

¹⁷ Tilde Heding, dkk, *Brand Management*, (New York: Routledge, 2009), 64

melainkan untuk mengemas dengan baik apa yang sudah dikerjakan oleh sekolah untuk dikomunikasikan kepada publik. Diharapkan, hal-hal positif yang sudah diperbuat tersebut, diketahui oleh publik dengan keadaan yang senyatanya. Dengan demikian, efek positif pencitraan publik sekolah dasar yang dikehendaki menurut Imron dalam Triwiyanto adalah: 1) Publik mengetahui program, implementasi program, dan apa saja yang telah dilakukan oleh sekolah. 2) Publik mempersepsi positif terhadap program, implementasi program, dan apa saja yang telah dilakukan oleh sekolah. 3) Publik percaya (trust) terhadap amanat untuk mendidik anak yang dilakukan oleh sekolah. 4) Publik merasa memiliki (sens of belongingness) terhadap apa saja yang telah dilakukan oleh sekolah. 5) Publik memberikan respon positif, kritik konstruktif, dan masukan berharga bagi kemajuan sekolah. 6) Publik bersedia memberikan dukungan (support) dan bantuan baik material maupun moral untuk kemajuan sekolah. 7) Publik akan secara terus menerus mengawal sekolah agar berkinerja sesuai dengan yang diharapkan.¹⁸

c. Manfaat merek

Merek bermanfaat bagi produsen dan konsumen. Bagi produsen, merek berperan penting sebagai:

- 1) Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian sediaan dan pencatatan akuntansi.

¹⁸ Teguh Triwiyanto, *Manajemen Kurikulum dan Pembelajaran*, (Jakarta: Bumi Aksara.2015), 23

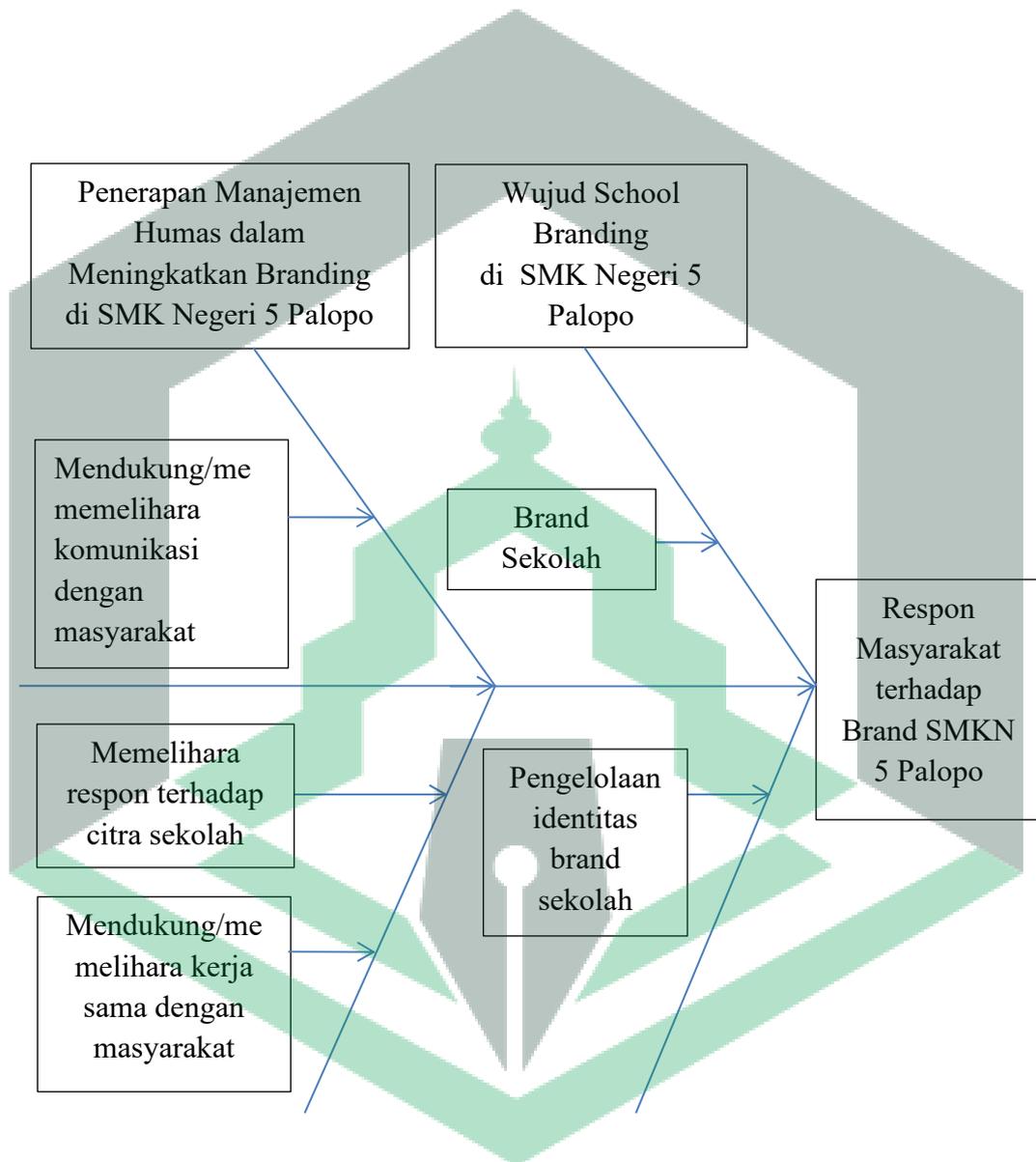
- 2) Bentuk proteksi hukum terhadap fitur atau aspek produk yang unik. Merek bisa mendapatkan perlindungan seperti intelektual. Nama merek bisa diproteksi melalui merek dagang terdaftar, proses pemanufakturan bisa dilindungi melalui hak paten, dan kemasan bisa diproteksi melalui hak cipta dan desain. Hak-hak property intelektual ini memberikan jaminan bahwa perusahaan dapat berinvestasi dengan aman dalam merek yang dikembangkannya dan meraup manfaat dari asset bernilai tersebut.
- 3) Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi di lain waktu. Loyalitas merek seperti ini menghasilkan predictability dan security permintaan bagi perusahaan dan meningkatkan hambatan masuk yang menyulitkan perusahaan lain untuk memasuki pasar.
- 4) Sarana meningkatkan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.
- 5) Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang terbentuk dalam benak konsumen.
- 6) Sumber financial returns, terutama menyangkut pendapatan masa datang. Bagi konsumen, merek bisa memberikan beraneka macam nilai melalui sejumlah fungsi dan manfaat potensial.¹

C. Kerangka Pikir

Penerapan manajemen humas dalam membangun *branding* di SMK Negeri 5 Palopo menjadi sangat penting, karena itu SMK Negeri 5 Palopo harus mampu menampilkan proses penerapan manajemen humas sekolah dalam membangun

branding sekolah sebagai atribut yang unik, yang dapat menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan putra-putri mereka di SMK Negeri 5 Palopo. Wujud *school branding* di SMK Negeri 5 Palopo masih belum mampu memberikan kesan yang mendalam kepada calon siswa dan masyarakat sekitar sehingga masih ditemukan siswa yang berdomisili di sekitar SMK Negeri 5 Palopo bersekolah ditempat lain, padahal sekolah kejuruan yang sama. Wujud *school branding* harus mampu menampilkan dan memberikan kesan yang baik kepada siswa atau calon siswa dan masyarakat untuk bisa memilih SMK Negeri 5 Palopo. Oleh sebab itu pencitraan sekolah (*school branding*) diharapkan mampu dikemas dengan baik sehingga ketidakbaikan atau hal-hal buruk sekolah bisa terkesan lebih baik. Dengan citra positif sekolah inilah diharapkan mampu menarik minat masyarakat dan bisa melahirkan respon positif dan baik terhadap *brand* SMK Negeri 5 Palopo.

Adapun alur manajemen humas dalam membangun *school branding* dengan menciptakan brand sekolah melalui pemeliharaan komunikasi dengan masyarakat. Kemudian mengelola identitas brand sekolah dengan memelihara respon terhadap citra sekolah dan memelihara kerja sama dengan masyarakat. Adapun kerangka pikir penelitian ini sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu memberikan gambaran secara lebih rinci terhadap fokus penelitian. Penelitian ini akan mendiskripsikan manajemen humas di SMK Negeri 5 Palopo.

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2 Fokus Penelitian

| No | Fokus Penelitian | Deskripsi |
|----|---|--|
| 1 | Wujud <i>School branding</i> di SMK Negeri 5 Palopo | 1. Brand sekolah : - Pernyataan (kalimat sebagai citra sekolah) - Tindak/praktek |
| 2 | Penerapan manajemen humas dalam Membangun <i>School branding</i> di SMK Negeri 5 Palopo | 1. Mendukung/memelihara komunikasi. 2. Mendukung/memelihara respon/penarimaan terhadap citra sekolah. 3. Mendukung/memelihara kerjasama dengan masyarakat. |
| 3 | Respon masyarakat terhadap branding sekolah di SMK Negeri 5 Palopo | 1. Sikap masyarakat terhadap branding sekolah 2. Tindakan masyarakat terhadap branding sekolah |

C. Definisi Istilah

Untuk menghindari kekeliruan dalam menafsirkan penelitian ini maka peneliti merumuskan definisi istilah penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Manajemen humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dan publik dalam rangka untuk mengelola penyebaran informasi antara organisasi dan masyarakat.
2. *School branding* adalah usaha yang dilakukan sekolah untuk menjadikan sekolah dikenal, diingat dan memiliki penilaian tersendiri pada masyarakat umum.

D. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus yaitu penelitian yang dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi sebagai teknik pengumpulan datanya.

E. Data dan Sumber Data

Untuk memperoleh data, disamping perlu menggunakan metode yang tepat dan relevan juga menggunakan teknik dan alat pengumpul data yang tepat. Maka akan diperoleh data yang objektif. Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.¹⁹ Jenis data yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari 2 yaitu:

1. Data primer yaitu data utama yang akan diolah dan dianalisa yang bersumber dari observasi dan wawancara langsung dengan kepala sekolah,

¹⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010) hal. 172

Wakil Kepala Sekolah, Masyarakat dan Orang Tua Siswa yang berkaitan dengan manajemen humas dalam membangun *school branding* di SMK Negeri 5 Palopo.

2. Data sekunder, yaitu data pelengkap yang masih ada hubungan dan kaitan dengan penelitian yang dimaksud. Data sekunder bersumber dari dokumentasi sekolah dan catatan-catatan tentang apa saja yang berhubungan dengan masalah ini khususnya yang dimiliki SMK Negeri 5 Palopo.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen adalah sebuah alat yang akan digunakan untuk mengambil data baik itu berupa foto, gambar, sketsa dan lain-lain. Dalam penelitian, instrument penelitian sangat penting dikarenakan peneliti dapat mengambil sebuah gambar atau foto untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan bagi peneliti. Adapun alat-alat yang digunakan ialah sebagai berikut :

1. *Handphone* Sebagai Alat Perekam

Alat perekam yang digunakan ialah *handphone* sebagai alat untuk membantu peneliti mendapatkan informasi yang peneliti butuhkan agar bisa dijadikan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan yang ada dilapangan. Alat perekam ini digunakan sesuai dengan keinginan responden. Peneliti juga menggunakan catatan sebagai alat bantu selama proses wawancara.

2. Kamera

Penelitian ini menggunakan kamera sebagai alat bantu pada saat penelitian. Kamera ini berguna sebagai alat dokumentasi berupa foto.¹

3. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara ini digunakan sebagai proses penelitian untuk mendapatkan informasi yang ingin digali dan ingin mengetahui atau apa yang belum peneliti tanyakan. Dengan adanya pedoman wawancara dapat mempermudah peneliti mendapatkan data atau informasi yang ingin diambil dan juga di dasari kerangka teori yang ada, demi menghindari penyimpangan dari tujuan penelitian yang dilakukan. Adapun pedoman wawancara dapat dilihat pada tabel berikut.

| NO | FOKUS PENELITIAN | ASPEK | PERTANYAAN | NARASUMBER |
|----|--|------------------------------|--|--|
| 1. | Wujud <i>School branding</i> Di SMK Negeri 5 Palopo | Wujud <i>School Branding</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja pernyataan yang dibuat untuk menggambarkan citra sekolah (<i>School Branding</i>)? 2. Apa saja tindakan/ praktek akademik/non akademik yang dilakukan pihak sekolah untuk mengenalkan citra sekolah (<i>school branding</i>) kepada masyarakat? dan apakah selama kegiatan tersebut dilakukan melalui (praktek <i>guide/pemandu</i>)? | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepala Sekolah 2. Wakil Kepala sekolah |
| 2. | Penerapan Manajemen Humas dalam meningkatkan <i>School branding</i> Di | Penerapan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang dilakukan Humas mendukung/memelihara komunikasi dengan masyarakat? 2. Respon masyarakat | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pihak Humas |

| | | | |
|---------------------------|---|--|-------------------------------------|
| SMK Negeri 5 Palopo | terhadap citra sekolah(School Branding) | a) Apa saja yang dilakukan sekolah agar citra sekolah itu direspon dengan bagus oleh masyarakat?(sosialisasi kegiatan kesiswaan yang melibatkan masyarakat luas, praktek yang melibatkan masyarakat luas) | 1. Masyarakat 2. Orang tua siswa |
| 3. | Respon masyarakat terhadap branding sekolah SMK Negeri 5 Palopo | 3. Apa saja dilakukan humas dalam mendukung/memelihara kerja sama dengan masyarakat? | |
| | | 1. Sikap | |
| | | a) Apa pertimbangan bapak/ibu menyekolahkan/tidak menyekolahkan anaknya di SMK Negeri 5 Palopo? | |
| | | b) Apa pendapat bapak/ibu tentang citra sekolah(school branding) tersebut? | |
| | | c) Apa yang bapak/ibu pikirkan ketika mendengar tentang | |

SMK Negeri 5
Palopo?

Respon
masyarakat

2. Tindakan

- a) Apakah bapak/ibu menyekolahkan anak tersebut karena citra sekolah atau bukan?
- b) Apa saran untuk memperbaiki citra sekolah agar diminati?

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Observasi (Observation)

Observasi dilakukan untuk mengetahui gambaran secara langsung terkait manajemen humas pada SMK Negeri 5 Palopo. Instrument yang digunakan dalam observasi yaitu lembar observasi yang dilakukan untuk mendapatkan data tentang wujud *School branding* di SMK Negeri 5 Palopo dan penerapan manajemen humas dalam membangun branding SMK Negeri 5 Palopo.

2. Wawancara (Interview)

Wawancara yang dilakukan yaitu wawancara mendalam mengenai pokok permasalahan penelitian yaitu manajemen humas dalam mengembangkan *School branding* di SMK Negeri 5 Palopo. Wawancara dilakukan dengan kepala sekolah, wakil kepala sekolah, masyarakat dan orang tua siswa. Untuk mendapatkan data tentang wujud *School branding* di SMK Negeri 5 Palopo, penerapan manajemen

humas dalam mengembangkan *branding* SMK Negeri 5 Palopo dan respon masyarakat terhadap *branding* SMK Negeri 5 Palopo. Instrument yang digunakan yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat pokok-pokok pertanyaan untuk mendapatkan data secara lebih akurat, lebih mendalam, lebih terperinci dan secara utuh mengenai manajemen humas dan respon masyarakat dalam mengembangkan *school branding* di SMK Negeri 5 Palopo.

3. Studi dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data tentang wujud *School branding* di SMK Negeri 5 Palopo dan penerapan manajemen humas dalam mengembangkan *branding* SMK Negeri 5 Palopo SMK Negeri 5 Palopo yang dapat diperoleh dari buku atau literature mengenai SMK Negeri 5 Palopo.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Peneliti akan melakukan validitas data melalui pengambilan semua data dari subjek yang telah diwawancara baik itu dari konsumen atau produsen sebagai sumber penetapan kepastian pengambilan keputusan. Pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan melakukan pengecekan ulang dan memastikan data yang diambil sesuai di lapangan dengan melibatkan masyarakat disekitar dan yang memiliki wewenang di bidang tersebut.

Triangulasi ialah teknik pemeriksaan keabsahan suatu data untuk memanfaatkan sesuatu yang lain dari diluar data, demi keperluan pengecekan atau pembandingan untuk data tersebut. Dengan demikian triangulasi bukan hanya

sekedar kebenaran/keabsahan akan data/informasi yang diperoleh, melainkan dapat meningkatkan pemahaman individu tentang apa yang sedang ditelitinya.²⁰

Triangulasi dalam penelitian ini dilakukan untuk menggali kebenaran informasi yang dilakukan dengan metode, sumber data dan waktu tertentu. Metode triangulasi yang digunakan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda dari sumber yang sama. Peneliti menggunakan sumber data berupa observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk sumber data yang serempak. Waktu triangulasi dilakukan sebelum dan sesudah penelitian untuk mengetahui ketetapan dan konsistensi jawaban para responden.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif, yaitu analisis data dengan menggunakan data melalui bentuk kata-kata, atau kalimat dan dipisahkan sesuai dengan kategori yang ada untuk memperoleh keterangan yang jelas dan terinci.¹

Adapun langkah-langkah yang diterapkan penulis dalam menganalisa data yaitu:

1. Kondensasi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka data perlu dicatat secara teliti dan rinci. Kemudian data dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting dan dicari tema serta polanya. Data

²⁰ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), 178

yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah. Berdasarkan data yang dimiliki, peneliti akan mencari data, tema, dan pola mana yang penting, sedangkan data yang dianggap tidak penting akan dibuang.

2. Display Data

Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Display data dapat dalam bentuk table, atau bentuk kumpulan kalimat. Melalui penyajian data dalam bentuk display, maka data dapat terorganisir, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Display data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Penyajian data dengan menggunakan teks yang bersifat naratif.²¹

Hasil dari reduksi kemudian disajikan dalam bentuk display data. Untuk penyajian data, peneliti menggunakan uraian secara naratif, dengan tujuan agar dapat mengetahui sejauh mana implementasi manajemen humas yang diterapkan di SMK Negeri 5 Palopo dalam upaya meningkatkan *school branding*.

3. Penarikan Kesimpulan

Merupakan proses mengambil sebuah konklusi dari sebuah data untuk dijadikan sebuah temuan yang original dan belum pernah ada. Penarikan kesimpulan yang diperoleh harus diverifikasi terlebih dahulu agar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

²¹ M.B. Miles dan A.M. Huberman, *An Expanded Source Book: Qualitative Data Analysis, Analysis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI-Press, 1992), 19

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

Secara keseluruhan SMK Negeri Kota Palopo terdapat enam sekolah, namun diantara sekolah tersebut hanya satu sekolah yang fokus dalam penelitian yakni SMK Negeri 5 Palopo. Kota Palopo dijuluki sebagai kota jasa dan kota pendidikan. Sebagai kota pendidikan, maka posisi sekolah kejuruan, letaknya strategis dalam pengembangan kota dan sekaligus sebagai aset dalam memberikan kontribusi yang sangat tinggi nilainya diantara kota yang ada dengan harapan bahwa output dari berbagai sekolah kejuruan dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi orang banyak khususnya masyarakat Kota Palopo dan Masyarakat keseluruhan.

Seiring dengan pengembangan dan pembangunan kota, pemerintah Kota Palopo mendirikan tiga sekolah Kejuruan yang awalnya hanya tiga sekolah. adapun sekolah kejuruan yang dibangun yakni SMK Negeri 4 berbasis komputer, SMK 5 berbasis Parawisata dan SMK 6 berbasis Seni dan Musik. Keenam sekolah ini memiliki potensi yang sangat besar dalam melahirkan kader pemimpin di masa mendatang. Khususnya bagi siswa yang ingin melanjutkan sekolah di keparawisataan maka SMK Negeri 5 Kota Palopo dapat menjadi solusinya.

a. Visi dan Misi

Visi

Menjadi Lembaga Pendidikan dan Pelatihan yang Bermutu dan Profesional serta Mampu Berprestasi Berwawasan Internasional Sejalan dengan Tuntutan Ilmu Pengetahuan dengan Teguh pada Nilai-nilai Luhur dan Budaya.

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan di bidang pariwisata secara konsisten sehingga menghasilkan tamatan yang memiliki kompetensi tinggi, mampu bersaing di pasar tenaga kerja industri nasional dan internasional.
2. Mengupayakan hasil tamatan yang memiliki kepribadian dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan memiliki kesadaran terhadap kebutuhan, serta keharmonisan lingkungan.
3. Meningkatkan mutu tamatan yang berbudi pekerti luhur dan profesional.
4. Selalu mengusahakan peningkatan sumber daya manusia para pendidik dan pelatih.

b. Keadaan Tenaga Pendidik

Pendidik dalam undang-undang sistem pendidikan nasional No.20 tahun 2003 adalah tenaga kependidikan berkualifikasi atau (pendidikan khusus untuk memperoleh suatu keahlian) sebagai guru,dosen,konselor,pamong belajar dan sebutan yang lain yang sesuai kekhususannya, serta berpartisipasi dalam penyekenggaraan pendidikan.

Tabel 4.1 Keadaan Guru dan Kepala Sekolah

| No | Nama Kepala Sekolah dan Guru | Jenis Kelamin | Status Kepegawaian | Tahun Mulai Bertugas Sbg. Guru WKS.KS |
|----|---|---------------|--------------------|---------------------------------------|
| 1 | Hajaruddin, ST.M.Pd. | L | PNS | 2018 |
| 2 | Dra. SuryatiMatalitti, M.Pd | P | PNS | 2017 |
| 3 | Lestari Pabiri, S.S. | P | PNS | 2014 |
| 4 | Dra. Decyana Pasorong | P | PNS | 2015 |
| 5 | Arif Rahman Idrus, A.Ma. S.Pd. M.Pd | P | PNS | 2021 |
| 6 | Indra Rukmana, S.Si | P | GTT | 2014 |
| 7 | Nirmala S.Pd. | P | GTT | 2014 |
| 8 | Risna Ibrahim, SE.Sy | P | GTT | 2014 |
| 9 | Cysilia Embang Katili, A.Md.Par | P | GTT | 2014 |
| 10 | Nirwana, S.Pd | P | GTT | 2016 |
| 11 | Natalia Ary Shandi Gala, S.Th.M.Pd.K | P | GTT | 2014 |
| 12 | Asdar | L | PTT | 2014 |
| 13 | Roi Ratuk, S.S.T, Par | L | GTT | 2016 |
| 14 | Nirmalasari Usman, S.Pd | P | GTT | 2016 |
| 15 | Anastasia Daun Sampe, S.Pd, M.Pd | P | GTT | 2019 |
| 16 | Meyrani Mustain, S.Pd | P | GTT | 2014 |
| 17 | Riska Amalia, S.Pd | P | GTT | 2019 |
| 18 | Surya Dewi Bungawara, A.Md.Par | P | GTT | 2019 |

| | | | | |
|----|--------------------------------------|---|-----|------|
| 19 | Herda Bosa', S.Kom | P | GTT | 2015 |
| 20 | Riska Amiruddin, S.Sn | P | GTT | 2020 |
| 21 | Ikmal | L | GTT | 2021 |
| 22 | Agustina Taruk, A.Md., Par, S.Pd. | L | GTT | 2021 |

Tugas seorang pendidik adalah membantu dan menjaga dan memelihara fitrah (potensi) peserta didik, mengembangkan dan mempredeksikan segala potensi yang dimilikinya, dan mengarahkan potensi tersebut menuju kebaikan dan kesempurnaa serta merealisasikan program tersebut secara bertahap.

Guru merupakan faktor yang sangat penting dalam pendidikan sebagai subjek ajar, guru merupakan peranan penting dalam menjalankan tugasnya sebagai kepala sekolah dalam mendidik, salah satu fungsi yang dimiliki oleh seorang ekapal sekolah dan guru y akni fungsi moral, dalam menjalankan semua aktifitas pendidikan dan fungsi moral harus senantiasa dijalankan dengan baik. Guru sebagai faktor penentu pendidikan, dan seorang pegawai juga ikut menentukan kelancaran proses belajar mengajar karena dimana pegawai tersebut bertugas mempersiapkan sarana dan prasarana penunjang interaksi belajar mengajar.

c. Keadaan Sarana dan Prasarana

Selain guru dan peserta didik, sarana dan prasarana merupakan suatu alat atau bagian yang memiliki peran sangat penting bagi keberhasilan dan kelancaran suatu proses, termasuk juga dalam lingkup pendidikan. Sarana dan prasarana

adalah fasilitas yang mutlak dipenuhi untuk memberikan kemudahan dalam menyelenggarakan suatu kegiatan walaupun belum bisa memenuhi sarana dan prasarana dengan semestinya.

Secara fisik SMK Negeri 5 Palopo telah memiliki berbagai sarana dan prasarana yang menunjang pelaksanaan pendidikan di sekolah. Dengan adanya sarana dan prasarana tersebut merupakan suatu aset yang berdiri sendiri dan dijadikan suatu kebanggaan yang perlu dijaga dan dilestarikan keberadaanya. Berikut diberikan rincian sarana dan prasarana yang ada di SMK Negeri 5 Palopo.

Tanah sekolah sepenuhnya milik Negara. Luas areal seluruhnya 8351m². Adapun keadaan tanah SMKN 5 Palopo sebagai berikut :

Tabel 4.2. Keadaan Tanah

| Status | Milik Negara |
|--------------------|---------------------|
| Luas Tanah | 8351 m ² |
| Luas Bangunan | 2256 m ² |
| Luas Halaman | 5013 m ² |
| Luas Lap. Olahraga | 800 m ² |
| Luas Kebun | 110 m ² |
| Lain-lain | 172 m ² |

Sumber data : *papan rekapitulasi inventaris di ruang Tata Usaha SMKN 5 Palopo, 2022*

Sarana pendidikan merupakan salah satu aspek yang dapat memperlancar proses pembelajaran, fasilitas pembelajaran yang tersedia dapat menunjang pencapaian tujuan pengajaran secara efektif dan efisien. Apalagi di Zaman sekarang ini kita senantiasa dituntut untuk menggunakan fasilitas mengajar yang memadai, karena situasi dan kondisi yang semakin modern akibat perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Berikut ini penulis akan mengemukakan keadaan sarana prasarana SMK

Negeri 5 Palopo:

Tabel 4.2 Keadaan Sarana dan Prsarana

| No | Ruangan | Jumlah |
|----|----------------------|--------|
| 1 | Ruang Kelas | 6 |
| 2 | Lab TKJ | 1 |
| 3 | Lapangan Upacara | 1 |
| 4 | Lapangan Olahraga | 1 |
| 5 | Toilet Umum | 2 |
| 6 | Toilet Guru | 1 |
| 7 | Perpustakaan | 1 |
| 8 | Hotel | 1 |
| 9 | Lab UPW | 1 |
| 10 | Ruang Staff | 1 |
| 11 | Ruang Kepala Sekolah | 1 |
| 12 | Ruang Osis | 1 |
| 13 | Ruang Wakasek | 1 |
| 14 | Ruang BK/UKS | 1 |
| 15 | Ruang Tata Usaha | 1 |
| 16 | Ruang Guru | 1 |
| 17 | Aula | 1 |
| 18 | Gudang | 1 |

Data tersebut memberikan gambaran bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki SMKN 5 Palopo dibandingkan dengan potensi siswa yang sudah memenuhi standar sebagai suatu lembaga pendidikan yang sudah sangat mampu memberikan pelayanan yang memadai kepada siswa dalam proses pembelajaran di SMKN 5 Palopo.

d. Keadaan Siswa SMK Negeri 5 Palopo

Sejak pertama dibuka, SMK Negeri 5 Palopo telah menerima serangkaian siswa dan siswa yang berasal dari latar belakang keluarga yang berbeda, dan tentunya mempunyai keinginan yang sama yakni menimba Ilmu di SMK Negeri 5 Palopo yang kita ketahui mempunyai Visi dan Misi yang tentunya sangat membanggakan.

Peserta didik merupakan faktor penentu dalam proses terbentuknya suatu karakter pada dirinya. Peserta didik adalah subyek sekaligus obyek pembelajaran, sebagai subyek karena peserta didik yang menentukan hasil belajar, sebagai obyek karena peserta didik menerima pembelajaran dari guru. Peserta didik merupakan bagian sekaligus pelaku dalam belajar mengajar yang harus benar-benar mendapatkan perhatian khusus, agar mereka dapat melaksanakan amanah sebagai generasi penerus agama, bangsa, dan Negara dengan baik. Berikut rincian peserta didik SMK Negeri 5 Palopo tahun ajaran 2022-2023:

Tabel 4.4 Peserta Didik SMK Negeri 5 Palopo

| Kelas | Jenis Kelamin | | Jumlah |
|---------------|---------------|-----------|-----------|
| | Laki-laki | Perempuan | |
| X PHT | 10 | 1 | 11 |
| X UPW | 2 | 1 | 3 |
| X TKJ | 5 | 8 | 13 |
| XI PHT | 8 | 4 | 12 |
| XI UPW | 3 | 5 | 8 |
| XII PHT | 15 | 12 | 27 |
| XII UPW | 2 | 4 | 6 |
| Jumlah | 45 | 35 | 80 |

Sumber Data : Tata Usaha SMK Negeri 5 Palopo

Berdasarkan rincian data diatas dapat dilihat dari segi kuantitas peserta didik SMK Negeri 5 Palopo pada tahun ajaran 2022-2023 sangat kurang. Hal ini di sebabkan adanya covid yang dengan terpaksa pihak sekolah tidak dapat menerima siswa diluar dari daerah dan hanya menerima siswa yang berdomisili daerah sekitar SMK Negeri 5 Palopo. Dalam wawancara peneliti dengan Bapak Hajaruddin Selaku Kepala Sekolah SMK Negeri 5 Palopo mengemukakan bahwa:

“Pada tahun ini jumlah siswa sangat mengalami penurunan bukan karena kualitas atau brand dari sekolah ini tapi karena keadaan sekarang dalam kondisi Covid maka sekolah tidak menerima siswa diluar dari daerah, beda pada tahun sebelum-sebelumnya bahkan siswa diluar sulawesi selatan juga ada sekolah ini, seperti dari Sulawesi Tenggara karena sementara ini masih

dalam keadaan covid maka kami pihak sekolah tidak menerima siswa diluar dari daerah dan hanya menerima siswa sekitar daerah SMK Negeri 5 Palopo“¹

B. Hasil Penelitian

1. Wujud *School Branding* di SMK Negeri 5 Palopo

Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 5 Kota Palopo sebagai salah satu lembaga pendidikan atas formal, terdepan dalam mengembangkan pendidikan berbasis pariwisata dan perhotelan yang bertujuan untuk membentuk keterampilan siswa melalui proses pembelajaran dan kegiatan-kegiatan pengembangan yang simultan. Dalam hal ini humas memiliki strategi sendiri dalam mengkomunikasikan branding terhadap masyarakat, agar branding atau merek yang telah dirintis dari awal dapat berkembang dan dikenal oleh masyarakat Palopo.

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa pernyataan yang menggambarkan *school branding* di SMK Negeri 5 Palopo adalah: 1) Mencetak pengelola dan pemandu wisata yang unggul; 2) Mencetak pekerja perhotelan yang unggul; 3) Sekolah Komputer

a. Mencetak Pengelola dan Pemandu Wisata yang Unggul

Berdasarkan wawancara dengan Kepala SMK Negeri 5 Palopo menjelaskan bahwa untuk mencetak pengelola dan pemandu wisata yang unggul, pihak sekolah melakukan pembelajaran melalui pelatihan yang maksimal. Pelatihan yang dilakukan berupa *tour guiding* dan *conducting* serta meningkatkan kompetensi dan keahlian siswa. hal ini bertujuan untuk membekali siswa dengan keterampilan, pengetahuan dan sikap agar kompeten dalam hal-hal melakukan pekerjaan di

lingkup penguasaan proses dan penerbitan tiket perjalanan domestik. Melaksanakan perencanaan perjalanan dan program wisata, serta kemampuan pemandu wisata.²²

Berdasarkan wawancara dengan wakil kepala sekolah bagian kurikulum SMK Negeri 5 Palopo merupakan kompetensi keahlian dibawah program studi keahlian parawisata yang menekankan keahlian pada bidang pengelolaan perjalanan wisata, pemandu wisata, maupun layanan kehumasan yang bertujuan untuk menyiapkan peserta didiknya untuk bekerja pada bidang yang berhubungan dengan lingkup ticketing, tour planning, tour guiding dan tour leader¹

b. Mencetak Pekerja Perhotelan yang Unggul

Berdasarkan wawancara dengan kepala SMK Negeri 5 Palopo mengemukakan bahwa sekolah selalu berupaya meningkatkan kualitas siswa sehingga mampu menciptakan alumni dan calon pekerja yang unggul hal ini juga dilakukan di jurusan perhotelan. Untuk meningkatkan kompetensi dan keahlian siswa, siswa mengikuti PSG yang dirancang sekolah sebagai pelatihan bagi siswa.²³

c. Sekolah Teknik Komputer dan Jaringan

²² Hajaruddin (45 Tahun), Kepala SMK Negeri 5 Palopo, *Wawancara*, tanggal 10 Juni 2022.

²³ Hajaruddin (45 Tahun), Kepala SMK Negeri 5 Palopo, *Wawancara*, tanggal 10 Juni 2022.

Jurusan lain yang ada di SMK Negeri 5 Palopo yaitu jurusan teknik komputer dan jaringan. SMK Negeri 5 Palopo juga membuka kesempatan bagi siswa yang ingin ahli di bidang komputer.¹

Berdasarkan hasil wawancara tentang tindakan yang dilakukan pihak sekolah dalam mengenalkan citra sekolah adalah melakukan promosi baik melalui media cetak seperti spanduk dan langsung ke sekolah membawa brosur yang akan dibagikan oleh panitia khusus ditugaskan langsung ke sekolah untuk membawa brosur, selanjutnya tindakan akademik yang dilakukan SMK Negeri 5 Palopo dalam mengenalkan *school branding* nya yaitu dengan mengadakan kegiatan disebut PSG dimana siswa melakukan praktek diluar sekolah atau magang selama 3 bulan dengan beberapa industry perhotelan, dinas pariwisata baik di Makassar dan Palopo, sedangkan tindakan non-akademik yang dilakukan dengan cara ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan oleh masyarakat seperti lomba pertandingan sepak bola²⁴

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa wujud *school branding* SMK Negeri 5 Palopo adalah : 1) Mencetak pengelola dan pemandu wisata yang unggul; 2) Mencetak pekerja perhotelan yang unggul; 3) sekolah teknik komputer dan jaringan dalam memperkenalkan brand sekolah SMK Negeri 5 Palopo pihak sekolah melakukan promosi melalui social media facebook, instagram dan media cetak berupa brosur dan spanduk.

Tabel 4.1 Wujud *School Branding* SMK Negeri 5 Palopo

²⁴ Lestari Pabiri (40 Tahun), Wakil kepala Sekolah bagian Kurikulum dan Humas SMK Negeri 5 Palopo, *Wawancara*, tanggal 10 Juni 2022.

| Pengkodean | Pernyataan Informan | Informan |
|--|--|----------------|
| Pernyataan tentang Citra Sekolah | <p>Berbicara tentang brand sekolah, SMK Negeri 5 Palopo ini dikenal sebagai sekolah Parawisata tapi sebenarnya dalam sekolah ini bukan hanya jurusan Parawisata tapi ada juga jurusan perhotelan dan baru-baru ini sekolah kami mengeluarkan jurusan baru yaitu teknologi komputer jaringan bagi siswa yang ingin ahli dalam bidang komputer dapat mengambil jurusan ini, lalu untuk menggambarkan citra sekolah kami pihak sekolah selalu berusaha membuat program-program yang bagus yang betul-betul meningkatkan mutu dan citra sekolah seperti mencetak lulusan atau alumni menjadi pengelola dan pemandu wisata yang unggul dengan cara melakukan pembelajaran dengan mengikutkan siswa <i>tour guiding</i> dan <i>conducting</i> dan kami selalu berusaha untuk meningkatkan keahlian siswa sehingga siswa memiliki keterampilan, pengetahuan dan sikap serta merancang program wisata dan menjadi pemandu wisata yang ahli, mencetak lulusan menjadi pekerja hotel yang unggul dengan cara meningkatkan kualitas siswa, meningkatkan kompetensi dan keahlian siswa dengan mengikuti PSG yang dirancang sekolah sebagai pelatihan bagi siswa.</p> | Hajaruddin |
| | <p>SMK Negeri 5 Palopo adalah kompetensi keahlian dibawah program studi keahlian pariwisata karena memang ini sekolah Parawisata di mana dalam proses pembelajarannya menekankan keahlian pada bidang pengelolaan perjalanan wisata, pemandu wisata, maupun layanan keumasan. Keahlian ini bertujuan untuk menyiapkan peserta didiknya untuk berkerja pada bidang yang berhubungan dengan lingkup <i>ticketing</i>, <i>tour planning</i>, <i>tour guiding</i>, dan <i>tour leader</i>, tapi walaupun sekolah ini adalah sekolah berbaris Parawisata namun memiliki sekolah ini juga terdapat jurusan yang yaitu perhotelan bagi siswa yang ingin mengembangkan ilmu dalam bidang perhotelan bagi yang ingin bekerja di dunia industri perhotelan, selain itu ada juga jurusan Teknologi Jaringan Komputer yaitu TKJ.</p> | Lestari Pabiri |
| Tindakan Akademik yang dilakukan untuk Mengenalkan Citra sekolah | <p>Kami selaku pihak sekolah tindakan atau kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan sekolah dengan melakukan promosi baik melalui sosiaal media seperti facebook dan instagram, media cetak seperti spanduk atau langsung ke sekolah membawa brosur yang akan dibagikan oleh panitia yang memang ditugaskan untuk terjun langsung ke sekolah untuk membagikan brosur, selanjutnya mengenai tindakan akademik yang dilakukan kami pihak mengadakan kegiatan disebut PSG dimana siswa melakukan praktek diluar sekolah atau magang selama 3 bulan dengan beberapa industry perhotelan, dinas pariwisata baik di Makassar dan Palopo.</p> | Lestari Pabiri |

| | | |
|--|---|----------------|
| Tindakan Akademik yang dilakukan untuk Mengenalkan Citra sekolah | Non yang dilakukan oleh masyarakat pernah mengikuti lomba matematika yang diadakan di kampus IAIN Palopo. | Lestari Pabiri |
|--|---|----------------|

2. Penerapan Manajemen Humas dalam Membangun *Branding* SMK Negeri 5 Palopo

Dari pelaksanaan program di SMK Negeri 5 Palopo, ada strategi tersendiri bagi lembaga sekolah untuk mengkomunikasikan branding yang telah dimiliki kepada masyarakat. Karena salah satu tujuan dari branding sendiri adalah untuk memberikan suatu identitas yang berbeda dengan sekolah yang lainnya. Dalam pelaksanaan ini ada beberapa tahap yang telah diterapkan untuk memperkenalkan branding di SMK Negeri 5 Palopo.

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa penerapan manajemen humas SMK Negeri 5 Palopo mendukung dan memelihara komunikasi dengan masyarakat adalah : 1) Melibatkan masyarakat dan orang tua siswa dalam kegiatan pertemuan atau rapat, di dalam rapat tersebut membahas mengenai kegiatan-kegiatan sekolah seperti rapat kegiatan PSG yang akan dilakukan oleh siswa-siswi SMK Negeri 5 Palopo agar masyarakat dan orang tua siswa mengetahui apa-apa saja yang dilakukan siswa-siswi SMK Negeri 5 Palopo selama kegiatan tersebut, 2) ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat seperti mengikuti pertandingan sepak bola yang diadakan oleh masyarakat setempat dan lomba matematika yang diadakan di kampus IAIN Palopo. ¹

Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara terkait penerapan humas dalam memelihara respon baik masyarakat terhadap citra sekolah SMK Negeri 5 Palopo

yaitu dengan cara meningkatkan kualitas sekolah agar masyarakat sekitar dapat mengetahui kualitas sekolah sehingga orang tua mempercayai anaknya disekolahkan di SMK Negeri 5 Palopo. Sekolah meningkatkan kualitas sekolah melalui lulusan atau alumni yang berkualitas. Alumni di SMK Negeri 5 Palopo lulusannya selalu langsung bekerja sesuai jurusan (Parawisata, Perhotelan dan Teknik Jaringan Komputer)²⁵

Humas dalam mendukung/memelihara kerja sama dengan masyarakat dilakukan dengan silataruhmi apabila masyarakat melakukan kegiatan sekolah mengusahakan untuk hadir begitupun dengan kegiatan sekolah.¹

Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan bahwa penerapan manajemen humas dalam membangun *School Branding* di SMK Negeri 5 Palopo adalah :1) mendukung dan memelihara komunikasi dengan masyarakat dengan melibatkan masyarakat dan orang tua siswa dalam kegiatan pertemuan atau rapat yang didalam rapat tersebut membahas mengenai kegiatan-kegiatan sekolah, 2) ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat seperti mengikuti pertandingan sepak bola yang diadakan oleh masyarakat dan lomba matematika yang diadakan di Kampus IAIN Palopo, 3) Memelihara respon baik masyarakat terhadap citra sekolah SMK Negeri 5 Palopo dengan cara meningkatkan kualitas sekolah melalui lulusan atau alumni yang berkualitas yang setelah lulus langsung dapat bekerja sesuai jurusan mereka, 4) Mendukung/memelihara kerja sama dengan masyarakat dilakukan dengan silataruhmi.

²⁵ Lestari Pabiri (40 Tahun), Wakil kepala Sekolah bagian Kurikulum dan Humas SMK Negeri 5 Palopo, Tanggal 10 Juni 2022.

Tabel 4. 2 Hasil Wawancara tentang Penerapan Manajemen Humas dalam Membangun *Branding* SMK Negeri 5 Palopo

| Pengkodean | Pernyataan Informan | Informan |
|---|--|----------------|
| Memelihara komunikasi dengan masyarakat | Kami selalu menjalin komunikasi baik dengan masyarakat dan orang tua dengan cara melibatkan masyarakat dan orang tua dalam pertemuan atau rapat kegiatan sekolah seperti PSG maka beberapa masyarakat dilibatkan untuk diikutkan rapat mengenai kegiatan tersebut supaya dapat mengetahui apa saja kegiatan sekolah. begitupun dengan kegiatan masyarakat maka sekolah juga berpartisipasi misalkan kegiatan sepak bola, sekolah juga diikutkan. | Lestari pabiri |
| Memelihara respon masyarakat | Dengan cara meningkatkan kualitas sekolah agar masyarakat sekitar dapat mengetahui kualitas masing-masing sekolah sehingga orang tua mempercayai anaknya disekolahkan disini. Bagaimana meningkatkan kualitas, kami selalu meningkatkan kualitas sekolah melalui lulusan atau alumni yang berkualitas. Alhamdulillah alumni di SMK Negeri 5 Palopo lulusannya selalu langsung kerja di perhotelan yang biasanya dulu mereka melakukan PSG di hotel tersebut. Jurusannya perhotelan, UPW (Usaha Perjalanan Wisata) dan TKJ (Teknik Komputer Jaringan)". | Lestari Pabiri |
| Memelihara kerjasama dengan masyarakat | Begitupun humas dalam mendukung/memelihara kerja sama dengan masyarakat dilakukan dengan silataruhmi apabila masyarakat melakukan kegiatan sekolah mengusahakan untuk hadir begitupun dengan kegiatan sekolah. | Lestari pabiri |

3. Respon Masyarakat Terhadap *Branding* di SMK Negeri 5 Palopo

Branding merupakan penetapan merek yang digunakan untuk membuat kemajuan sekolah, termasuk sekolah dasar formal SDMT Ponorogo. Salah satu

harapan sekolah adalah dengan adanya respon positif yang mampu mengembangkan eksistensi serta kemajuan sekolah. Dari berbagai program yang telah ditetapkan dalam visi misi diharapkan mampu memberikan kualitas yang baik untuk sekolah ataupun masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara yang ditemukan terkait beberapa respon masyarakat terhadap *branding* SMK Negeri 5 Palopo rata-rata masyarakat merespon atau menanggapi dengan baik dengan cara menyekolahkan anaknya di SMK Negeri 5 Palopo karena melihat dari kualitas sekolah yang mampu mencetak lulusan yang mudah mendapatkan pekerjaan khususnya bagi yang mempunyai cita-cita bekerja di industri perhotelan, walaupun sekolah itu tidak hanya mengedikan lulusan perhotelan namun juga mencetak lulusan menjadi pengelola dan pemandu wisata dan bisa bekerja dikantor bagi lulusan teknik komputer.²⁶

Berdasarkan hasil wawancara juga ditemukan orang tua memiliki alasan yang berbeda-beda dalam menyekolahkan anaknya di SMK Negeri 5 Palopo. Berdasarkan hasil wawancara sebelumnya bahwa orang tua mengikuti kemauan anak tetapi tetap mempertimbangkan kualitas sekolah yang disukai anak. Salah satu orang tua memberikan saran agar SMK Negeri 5 Palopo lebih diminati masyarakat luas yaitu sekolah dapat lebih meningkatkan proses promosinya diusahakan para alumni juga dilibatkan agar masyarakat lebih mengenal sekolah SMK Negeri 5 Palopo¹

²⁶ Rahmat (35 Tahun), Orang Tua siswa, Pada tanggal 14 Juni 2022

Berdasarkan uraian tentang respon masyarakat terhadap *branding* SMK Negeri 5 Palopo, maka dapat disimpulkan bahwa respon positif terhadap *branding* SMK Negeri 5 Palopo sampai saat ini diterima baik oleh masyarakat. Adapun respon masyarakat terhadap *branding* SMK Negeri 5 Palopo yaitu 1) Pertimbangan orang tua dalam menyekolahkan anaknya di SMK Negeri 5 Palopo karena kualitas sekolah yang cukup baik dan pertimbangan lainnya dengan mengikuti kemauan anaknya. 2) Citra SMK Negeri 5 Palopo menurut orang tua dan masyarakat direspon dengan baik. Menurut masyarakat dan orang tua, SMK Negeri 5 Palopo merupakan sekolah yang sangat cocok bagi siswa yang ingin langsung bekerja setelah lulus. 3) Untuk meningkatkan citra sekolah untuk lebih baik dapat dilakukan dengan lebih giat dalam melakukan pemasaran sekolah dan tetap fokus untuk meningkatkan sekolah maupun siswa sehingga menciptakan alumni yang bermutu.

Tabel 4.3 Hasil Wawancara tentang Respon Masyarakat Terhadap *Branding* di SMK Negeri 5 Palopo

| Pen gkodean | Pernyataan Informan | Informan |
|------------------|---|-----------|
| Sikap (Pendapat) | Pertimbangan saya menyekolahkan anak saya karena SMK Negeri 5 Palopo termasuk sekolah yang kualitasnya bagus karna banyak siswa lulusan sana sudah bekerja setelah tamat sekolah. | Kasmiati |
| | Saya hanya mengikuti kemauan anak saya, untuk menyekolahkan anak saya pribadi sebagai orang tua juga perlu melihat kualitas sekolah yang sukai anak. | Mama kiki |
| | Adapun yang menjadi pertimbangan saya untuk menyekolahkan anak di SMK Negeri 5 Palopo karena pertama karena keinginan anak serta saya melihat sekolah tersebut cukup bagus apalagi sudah sesuai dengan cita-cita anak yang ingin bekerja menjadi staff hotel. | Hasnia |
| | SMK Negeri 5 Palopo saya kira cukup bagus meskipun terbilang sekolah baru. Fasilitas dan bangunan sekolah juga cukup memadai dan bagusnya sekolah tersebut selalu | Rahmawati |

| | | |
|----------|---|-----------|
| | melibatkan kami masyarakat sekitar setiap ada kegiatan begitupun jika masyarakat ada kegiatan SMK Negeri 5 Palopo juga selalu berpartisipasi. | |
| Tindakan | Iya,saya menyekolahkan anak saya di sekolah tersebut karena citra sekolah sudah terbilang bagus dan saya juga belum pernah mendengar hal-hal tidak baik sekolah tersebut. | Kasmawati |
| | Anak saya tahun ini baru masuk SMA dan belum tau nantinya lanjut di SMK Negeri 5 atau sekolah lain terhubung saya belum terlalu mengenal sekolah tersebut karena saya memang jarang mengikuti kegiatan yang diadakan sekolah karena kadang ada kegitan berpapasan dengan waktu kerja saya yang sebagai buruh pabrik di pabrik pambli. | Mama Kiki |
| | Saran saya sekolah lebih meningkatkan proses untuk mengenalkan sekolah ke masyarakat lebih ditingkatkan biar banyak masyarakat tau bahwa sekolah SMK Negeri 5 Palopo ini bagus | Hasnia |

C. Pembahasan

1. Wujud *School branding* SMK Negeri 5 Palopo

Yosal Iriantara dalam bukunya yang dijelaskan oleh Olusegun mendefinisikan humas dengan mengutip rumusan dari British Institute of Public Relations yaitu upaya yang disengaja dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan publik-publiknya. Definisi ini menunjukkan bahwa humas berkaitan dengan membangun atau memelihara saling pengertian antara organisasi atau publiknya. Di samping itu, humas merupakan kegiatan terencana dan dirancang dengan melalui tahapan-tahapan tertentu. Olusegun juga mengutip pakar kehumasan inggris, Frank Jefkins, yang merumuskan humas itu dibangun dengan semua bentuk komunikasi yang terencana, baik komunikasi ke dalam maupun ke luar organisasi, antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan saling pengertian.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan, jelas humas bukan soal bagaimana berkomunikasi yang memberi manfaat pada organisasi dengan cara menyampaikan informasi palsu atau hanya menunjukkan yang baik-baik saja. Komunikasi dibentuk untuk membangun relasi yang memberi manfaat baik organisasi maupun publiknya. Humas tidak pernah berkaitan dengan tindakan yang hanya menguntungkan dan memberikan manfaat pada organisasi maupun merugikan publik.²⁷ Dalam konteks itulah, berdasarkan hasil deskripsi data sebelumnya, dapat diketahui bahwa humas SMK Negeri 5 Palopo merupakan upaya yang disengaja dan berkelanjutan untuk membangun dan memelihara saling pengertian antara sekolah dengan masyarakat, khususnya dalam pengkomunikasian branding yang telah ditetapkan sekolah untuk masyarakat. Hal ini digunakan untuk menarik perhatian masyarakat dalam memilihkan sekolah untuk anaknya. Mulai dari pengkomunikasian branding yang diterapkan dan diperkenalkan melalui sosial media, baik dari facebook, instagram, twitter, ataupun youtube. Komunikasi digunakan untuk membangun relasi bersama masyarakat agar lebih mengenal SDMT secara mudah. Hal ini dilihat dari maraknya perkembangan zaman yang semakin pesat dalam dunia teknologi.

Adapun wujud *School branding* SMK Negeri 5 Palopo adalah sebagai berikut : 1) Mencetak pengelola dan pemandu wisata yang unggul; 2) Mencetak pekerja perhotelan yang unggul; 3) sekolah teknik komputer dan jaringan, dalam memperkenalkan brand sekolah SMK Negeri 5 Palopo pihak sekolah melakukan

²⁷ Yosai Iriantara, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018), 7.

promosi melalui sosial media facebook, instagram dan media cetak berupa brosur dan spanduk.

2. Penerapan Manajemen Humas Dalam Membangun *Branding* di SMK Negeri 5 Palopo

Pemasaran dalam bidang pendidikan menghasilkan kepuasan peserta didik serta kesejahteraan stakeholder lembaga pendidikan dalam jangka panjang. Secara umum strategi pemasaran jasa pendidikan diterapkan dalam konteks lembaga pendidikan secara keseluruhan. Dalam hal ini humas sangat berperan penting dalam tujuan pemasaran lembaga pendidikan. Hubungan masyarakat (humas) atau public relations adalah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalahpahaman dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga. Sebagai sebuah profesi seorang humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.¹

Adapun pelaksanaan dalam pengkomunikasian *branding* yang dilakukan oleh SMK Negeri 5 Palopo tersebut, tidak terlepas dari proses ataupun strategi yang digunakan untuk memperkenalkan dengan cara pengkomunikasian. Teknik berkomunikasi adalah cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan seorang komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan. Pesan yang disampaikan komunikator adalah pernyataan sebagai paduan pikiran dan sasaran, dapat berupa ide, informasi, keluhan, keyakinan,

imbauan, anjuran dan sebagainya. Proses komunikasi adalah setiap langkah mulai dari saat meningkatkan informasi sampai dipahami oleh komunikan.

Komunikasi adalah sebuah proses, sebuah kegiatan yang berlangsung kontinue. Joseph De Vito mengemukakan komunikasi adalah transaksi. Hal tersebut dimaksudkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses, dimana komponen-komponen saling terkait. Bahwa para pelaku komunikasi beraksi dan beraksi sebagai satu kesatuan dan keseluruhan.²⁸ Pelaksanaan pengkomunikasian branding tersebut, cara yang sekolah lakukan adalah dengan melakukan sebuah promosi terhadap masyarakat, rela mengeluarkan anggaran untuk memperkenalkan produk, mengikuti lomba, iklan dikoran, dan anggaran mulai difikirkan agar tercapai tujuan yang diinginkan. Selain itu strategi humas lebih mengarah kepada pencapaian branding, yaitu keterampilan yang harus dimaksimalkan.

Penerapan manajemen humas dalam membangun *branding* sebagai berikut:

- a. Mendukung dan memelihara komunikasi dengan masyarakat dengan melibatkan masyarakat dan orang tua siswa dalam kegiatan pertemuan atau rapat yang didalam rapat tersebut membahas mengenai kegiatan-kegiatan sekolah.
- b. Ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat seperti mengikuti pertandingan sepak bola yang diadakan oleh masyarakat dan lomba matematika yang diadakan di kampus IAIN Palopo.

²⁸ Tommy Suprpto, *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*, (Yogyakarta: MedPress, 2019), 5.

- c. Memelihara respon baik masyarakat terhadap citra sekolah SMK Negeri 5 Palopo dengan cara meningkatkan kualitas sekolah melalui lulusan atau alumni yang berkualitas yang setelah lulus dapat bekerja sesuai jurusan yang ditekuni.
- d. Mendukung/memelihara kerja sama dengan masyarakat dilakukan dengan silataruhmi.

Keberhasilan ini tidak lepas dari peran kepala sekolah sebagai leader, divisidivisi yang menyusun program kerja, para guru yang terlibat dalam mensukseskan setiap kegiatan dan tata usaha yang mengurus masalah administrasi, hingga terlaksananya strategi humas dalam mewujudkan *School branding* pada sekolah kejuruan. Sejalan dengan Sholihah, melalui perencanaan strategi, di implementasikan sesuai dengan perancangan, maka akan menghasilkan atau berdampak pada kemajuan sekolah itu sendiri.¹

Branding (identitas merek) menjadi sangatlah penting. Branding tidak hanya berlaku bagi perusahaan atau produk tapi juga bagi lembaga pendidikan. Bagi lembaga pendidikan, *branding* bisa juga berfungsi sebagai kekuatan dan pembeda. Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah (Dikdasmen) Pengurus Wilayah Muhammadiyah (PWM) Jawa Timur menyadari hal itu, dari 996 lembaga pendidikan dasar dan menengah yang berada di bawahnya ditekankan untuk membranding lembaganya. Ketua Majelis Dikdasmen PWM Jatim, Arba'iyah Yusuf mengatakan *branding* bagi lembaga pendidikan mutlak dibutuhkan. Biasanya, *branding* itu apa yang melekat pada institusi itu atau keunggulan dari

sekolah yang bersangkutan.²⁹ Dalam hal ini jelas bahwa pentingnya *branding* bagi lembaga pendidikan selain untuk persuasi siswa juga digunakan untuk kekuatan dan pembeda dari lembaga pendidikan yang lain. Kalau semua lembaga pendidikan sama tidak akan menarik masyarakat lagi. Untuk itu, *branding* yang diharapkan atau diinginkan dalam setiap lembaga pendidikanpun juga berbeda.

3. Respon masyarakat terhadap branding SMK Negeri 5 Palopo

Menurut Jalaludin Rahmad secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan.¹ Ahmad Subandi mengemukakan respon dengan istilah balik (*feedback*) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu komunikasi. Dengan adanya respon yang disampaikan dari komunikan kepada komunikator maka akan menetralkan kesalahan penafsiran dalam sebuah proses komunikasi.³⁰

Istilah respon dalam komunikasi adalah kegiatan komunikasi yang diharapkan mempunyai hasil atau dalam setelah komunikasi dinamakan efek. Suatu kegiatan komunikasi itu memberikan efek berupa respon dari komunikasi terhadap pesan yang dilancarkan oleh komunikator. Tanggapan menurut indera yang mengamati yaitu : Tanggapan auditif, yakni tanggapan terhadap apa-apa

²⁹ Amirullah, *Branding School*, diakses dari <https://duta.co/branding-akan-jadi-kekuatan-dan-pembeda-bagi-lembaga-pendidikan/>. 14 Februari 2018, diakses tanggal 11 Juli 2022 pukul 8:06.

³⁰ Ahmad Subandi, *Sikologi Sosial cetakan 11*, (Jakarta: Bulan Bintang, 2015), 50.

yang telah didengarnya, baik berupa suara, kekuatan dan lain-lain. Tanggapan visual, tanggapan terhadap sesuatu yang lihat. Tanggapan perasa, yakni tanggapan terhadap sesuatu yang dialaminya. Tanggapan menurut terjadinya, yaitu: Tanggapan ingatan, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang diingatnya. Tanggapan fantasi, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang dibayangkan. Tanggapan pikiran, yaitu tanggapan terhadap sesuatu yang dipikirkannya. Tanggapan menurut lingkungannya yaitu: Tanggapan benda, yaitu tanggapan terhadap benda yang menghampirinya atau berada didekatnya.¹

Di SMK Negeri 5 Palopo hasil atau kesan (respon) yang didapat dari pengamatan atau kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh *branding* kepada masyarakat sangat diterima, karena masyarakat melihat dari kebutuhan-kebutuhan tentang masa depan anak. *Branding* yang ditawarkan adalah keterampilan dan pengetahuan di bidang hotel, pariwisata dan teknik komputer jaringan untuk siswa SMK Negeri 5 Palopo. Hal ini diterima baik oleh masyarakat. Respon sangat berpengaruh besar dalam menentukan baik atau tidaknya suatu penetapan *branding* yang ditawarkan atau diterapkan oleh masyarakat. Terbentuknya suatu anggapan respon adalah alat pertama dalam kemajuan sekolah, karena dapat memberikan kesan atau dukungan-dukungan untuk SMK Negeri 5 Palopo. Sekolah menunjukkan dengan tanggapan ingatan dan tanggapan lingkungan yang diperoleh.

Adapun respon masyarakat terhadap *branding* SMK Negeri 5 Palopo yaitu

- 1) Pertimbangan orang tua dalam menyekolahkan anaknya di SMK Negeri 5 Palopo karena kualitas sekolah yang cukup baik dan pertimbangan lainnya dengan

mengikuti kemauan anaknya. 2) Citra SMK Negeri 5 Palopo menurut orang tua dan masyarakat direspon dengan baik. Menurut masyarakat dan orang tua, SMK Negeri 5 Palopo merupakan sekolah yang sangat cocok bagi siswa yang ingin langsung bekerja setelah lulus. 3) Untuk meningkatkan citra sekolah untuk lebih baik dapat dilakukan dengan lebih giat dalam melakukan pemasaran sekolah dan tetap fokus untuk meningkatkan sekolah maupun siswa sehingga menciptakan alumni yang bermutu.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab IV adapun kesimpulan penelitian ini yaitu:

1. Wujud *School branding* SMK Negeri 5 Palopo 1) sekolah parawisata, 2) sekolah perhotelan, 3) sekolah teknik komputer dan jaringan.

e. Penerapan manajemen humas dalam membangun *branding* sebagai berikut :

1) Humas melakukan pertemuan/rapat orang tua siswa dan masyarakat melalui komite, sekolah juga selalu menjalin komunikasi baik dengan masyarakat dan orang tua dengan cara melibatkan masyarakat dan orang tua dalam kegiatan begitupun dengan kegiatan masyarakat maka sekolah juga ikut berpartisipasi.

2) Kegiatan sosialisasi pencitraan sekolah dilakukan melalui sebuah promosi melalui sosial media facebook, instagram, mengikuti lomba sepak bola diadakan oleh masyarakat setempat dan lomba matematika yang diadakan di kampus IAIN Palopo, membagikan brosur ke sekolah dan melakukan sosialisasi langsung di sekolah. 3) Sekolah berusaha meningkatkan citra sekolah sehingga mendapat respon baik dari masyarakat dengan cara meningkatkan kualitas sekolah melalui lulusan atau alumni yang berkualitas

yang setelah lulus dapat bekerja sesuai jurusan yang ditekuni agar masyarakat sekitar dapat mengetahui kualitas sekolah sehingga orang tua mempercayai anaknya disekolahkan di SMK Negeri 5 Palopo. 4) Dalam memelihara kerja sama dengan masyarakat dilakukan dengan menjalin silataruhmi yang baik.

Setiap program sekolah, masyarakat selalu dilibatkan begitupun kegiatan yang dilakukan masyarakat, sekolah berusaha untuk berpartisipasi.

2. Respon masyarakat terhadap branding SMK Negeri 5 Palopo yaitu 1) Pertimbangan orang tua dalam menyekolahkan anaknya di SMK Negeri 5 Palopo karena kualitas sekolah yang cukup baik dan pertimbangan lainnya dengan mengikuti kemauan anaknya. 2) Citra SMK Negeri 5 Palopo menurut orang tua dan masyarakat direspon dengan baik. Menurut masyarakat dan orang tua, SMK Negeri 5 Palopo merupakan sekolah yang sangat cocok bagi siswa yang ingin langsung bekerja setelah lulus. 3) Untuk meningkatkan citra sekolah untuk lebih baik dapat dilakukan dengan lebih giat dalam melakukan pemasaran sekolah dan tetap fokus untuk meningkatkan sekolah maupun siswa sehingga menciptakan alumni yang bermutu.

B. Saran

1. Bagi Kepala Sekolah

Secara keseluruhan peran kepala sekolah dalam *branding* yang telah ditetapkan sudah cukup baik. Hal ini dinyatakan dengan keterlibatan langsung kepala sekolah mulai dari komunikasi, pembuktian, hingga adanya respon masyarakat terhadap *branding* SMK Negeri 5 Palopo. Kepala sekolah merupakan teladan yang paling utama dalam majunya sebuah lembaga pendidikan atau sekolah, oleh karena itu kepala sekolah dalam menjalankan *branding* lebih ditingkatkan lagi serta agar pelaksanaannya berjalan secara efektif dan efisien.

2. Bagi Guru

Dalam pelaksanaan *branding school* SMK Negeri 5 Palopo guru sangat berperan aktif dalam pelaksanaan maupun pengelolaan. Guru diharap dapat mempertahankan dan meningkatkan kompetensi, tujuannya agar mampu mewujudkan peserta didik sesuai dengan visi sekolah.

3. Bagi Peserta Didik

Melalui branding karakter religius di SMK Negeri 5 Palopo diharapkan siswa dapat mengikuti dan melaksanakan program yang telah diterapkan oleh sekolah atau lembaga pendidikan, agar siswa dapat memahami dan menerapkan dalam kegiatan sehari-hari dan mampu meningkatkan kualitas dirinya.



DAFTAR PUSTAKA

- Ada'an, Hamdan dan Cangara, Hafied. *Prinsip-Prinsip Hubungan Masyarakat*, Surabaya: Usaha Nasional, 2016.
- Daryanto , Farid, Mohammad, *Konsep Dasar Manajemen Pendidikan di Sekolah*, Yogyakarta : Gava Media : cet 1, 2013.
- Irianta, Yosol. *Manajemen Humas Sekolah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013.
- Merile S. Grindle (Dalam Buku Budi Winarno). *Teori dan Proses Kebijakan Publik*, Media Pressindo, Yogyakarta, 2012.
- Moleong, J, Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Morisan, *Manajemen Publik Relations*, Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2008.
- Mulyasa, E. *Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan*, Jakarta, Bumi Aksara, 2013.
- Nasution, Zulkarnain. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press, 2010.
- Pidarta, Made. *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2018.
- Santoso, Hari. 2012. *Strategi Membangun "Brand" Sekolah*. Diambil tanggal 11 Desember 2017 dari <http://dayasaingsekolah.blogspot.co.id/>
- Setiawan, Guntur. *Impelementasi dalam Birokrasi Pembangunan*, Balai Pustaka, Jakarta, 2014.
- Setyanto, Anggarina, & Valentina, Branding yang Dilakukan Humas pada Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Ilmu Sosial*, 2017. Humaniora, Dan Seni, 1(1). Diambil dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/view/347>.
- Teguh, Triwiyanto. *Manajemen Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara. 2015.

Usman, Nurdin. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, Grasindo, Jakarta, 2012.

UU RI No. 20 Tahun 2003 Tentang Pendidikan Nasional

Wahyudi. *Inilah Brand Sekolah Muhammadiyah; Hafal Beberapa Juz Al-Quran dan Berakhlak Mulia*. 2015. Diambil pada 6 Januari 2022 dari <http://almuflihun.com/inilah-brand-sekolah-muhammadiyah-hafalbeberapa-juz-al-quran-dan-berakhlak-mulia/>.

Wahjosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah: Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya*, Jakarta: Rajawali Pers, 2007.





Lampiran 1

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp :

Hal : Pilda Yanti

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Di
Palopo

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa di bawah ini:

| | |
|---------------|---|
| Nama | : Pilda Yanti |
| NIM | : 18 0206 0105 |
| Fakultas | : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan |
| Program Studi | : Manajemen Pendidikan Islam |
| Judul Skripsi | : "Analisis Manajemen Humas dalam Menciptakan School Branding di SMK Negeri 5 Palopo" |

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Hilal Mahmud, M.M.

Tanggal: 28/07 2022

Pembimbing II



Hibullah, S.Pd., M.Pd.

Tanggal: 22/07/ 2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul : Analisis Manajemen Humas dalam Menciptakan *School Branding* di SMK Negeri 5 Palopo

Yang ditulis oleh :

Nama : Pilda Yanti

Nim : 18. 0206 0105

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

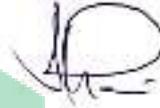
menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Pembimbing I



Dr. Hilal Mahmud, M.M.
Tanggal: 28/07/2022

Pembimbing II



Hisbullah, S.Pd, M.Pd.
Tanggal: 22/07/2022

Dr. Munir Yusuf, S.Ag., M.Pd.
Tasdin Tahrim, S.Pd., M.Pd.
Dr. Hilal Mahmud, M.M.
Dr. Hisbullah, S.Pd., M.Pd.

NOTA DINAS PENGUJI

Lamp. :
 Hal : Skripsi an. Pilda Yanti

Yth. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Di

Palopo

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Pilda Yanti

NIM : 18 0206 0105

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi : *Analisis Manajemen Humas dalam Membangun School Branding di SMK Negeri 5 Palopo.*

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *monografis*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

1. Dr. Munir Yusuf, S.Ag., M.Pd.

Penguji I

Tanggal:

2. Tasdin Tahrim, S.Pd., M.Pd.

Penguji II

Tanggal: 06 okt 2022

3. Dr. Hilal Mahmud, M.M.

Pembimbing I

Tanggal: 05 okt 2022

4. Dr. Hisbullah, S.Pd., M.Pd.

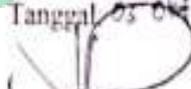
Pembimbing II

Tanggal:

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul *Analisis Manajemen Humas dalam Membangun School Branding Di SMK Negeri 5 Palopo*, yang ditulis oleh *Pitda Yanti*, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) *18 0206 0105*. Mahasiswa Program Studi *Manajemen Pendidikan Islam* Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Jumat, 16 September 2022. Telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

- | | |
|---|--|
| 1. Hj. Nursaeni, S.Ag., M.Pd. Ketua Sidang | () Tanggal: 03 Okt 2022 |
| 2. Dr. Munir Yusuf, S.Ag., M.Pd. Penguji I | () Tanggal: 09 Oktober 2022 |
| 3. Tasdin Tahrim, S.Pd., M.Pd. Penguji II | () Tanggal: 06 Okt 2022 |
| 4. Dr. Hilal Mahmud, M.M. Pembimbing I | () Tanggal: 05 Okt 2022 |
| 5. Dr. Hisbullah, S.Pd., M.Pd. Pembimbing II | () Tanggal: 05 Okt 2022 |

OBSERVASI

A. Pedoman observasi

1. Identitas Observasi

- a. Lembaga yang diamati : SMK Negeri 5 Palopo
 b. Hari/Tanggal : Jumat, 10 Juni 2022
 c. Waktu : 08.00

2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana wujud *school branding* di SMK Negeri 5 Palopo?
2. Bagaimana penerapan manajemen humas dalam membangun *branding* Palopo?
3. Bagaimana respon masyarakat terhadap *branding* di SMK Negeri 5 Palopo?
3. Aspek yang diamati Perencanaan, Pengorganisasian, Penggerakan/pelaksanaan, Pengawasan/evaluasi.
4. Lembar observasi Format observasi diisi dengan memberikan deskripsi dan membubuhkan tanda ceklis pada kolom keterangan.

a. Perencanaan

| No | Pernyataan | Deskripsi | Keterangan | |
|--------------------------------|--|-----------|------------|-----------|
| | | | Ada | Tidak Ada |
| Perumusan Visi Misi dan Tujuan | | | | |
| 1 | Pernyataan mengenai <i>school branding</i> SMK Negeri 5 Palopo | | √ | |
| 2 | Tindakan/praktek akademik non akademik | | √ | |

b. Pengorganisasian

| No | Pernyataan | Deskripsi | Keterangan | |
|--|---|-----------|------------|-----------|
| | | | Ada | Tidak Ada |
| a. struktur organisasi | | | | |
| 1 | pemimpin dan jajarannya | | √ | |
| 2 | susunan atau struktur organisasi | | √ | |
| 3 | tugas dan fungsi masing-masing | | √ | |
| b. Prosedur penempatan | | | | |
| 1 | aturan susunan struktur organisasi | | √ | |
| 2 | aturan atau syarat menjadi panitia | | | √ |
| c. Penggerakan atau Pelaksanaan | | | | |
| No | Pernyataan | | Keterangan | |
| | | | Iya | Tidak |
| Upaya pencapaian visi misi dan tujuan | | | | |
| 1 | melaksanakan tugas dengan tanggungjawab masing-masing | | √ | |
| 2 | membangun kerja sama dengan panitia yang lain | | √ | |

d. Pengawasan/Evaluasi

| No | Pernyataan | Keterangan | |
|---|---|------------|-------|
| | | Sudah | Belum |
| a. Evaluasi strategi dalam mencapai visi misi dan tujuan | | | |
| 1 | melakukan rapat evaluasi untuk melihat apakah tugas dan tanggung jawab masing-masing telah dilaksanakan dengan baik | √ | |
| 2 | melakukan pengontrolan apakah kerjasama berjalan dengan baik | √ | |
| b. Evaluasi pembagian tugas dan tanggung jawab | | | |
| 1 | pembagian tugas dilakukan sesuai dengan ketentuan yang ada | √ | |
| 2 | penempatan panitia telah sesuai dengan syarat yang ada | √ | |

LEMBAR VALIDASI PEDOMAN WAWANCARA

Petunjuk:

Dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul: "Analisis Manajemen Humas dalam Menciptakan School Branding di SMK Negeri 5 Palopo", peneliti menggunakan instrumen Lembar Pedoman Wawancara. Untuk itu, peneliti meminta kesediaan Bapak untuk menjadi validator dengan petunjuk sebagai berikut:

1. Dimohon agar bapak memberikan penilaian terhadap Lembar Pedoman Wawancara yang telah dibuat sebagaimana terlampir.
2. Untuk tabel tentang *Aspek yang Dinilai*, dimohon Bapak memberikan tanda cek (√) pada kolom penilaian sesuai dengan penilaian Bapak.
3. Untuk saran dan revisi, Bapak dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi, atau menuliskannya pada kolom *Saran* yang telah disiapkan.

Kesediaan Bapak dalam memberikan penilaian secara objektif sangat besar artinya bagi peneliti. Atas kesediaan dan bantuan Bapak, peneliti ucapkan terima kasih.

Keterangan Skala Penilaian:

- 1 : berarti "kurang relevan"
- 2 : berarti "cukup relevan"
- 3 : berarti "relevan"
- 4 : berarti "sangat relevan"

Uraian Singkat:

Pedoman wawancara ini bertujuan untuk mengetahui tentang Manajemen Pembelajaran Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Peserta Didik Kelas XI di SMA Negeri 4 Palopo.

| No | Aspek yang dinilai | Nilai | | | |
|----|---|-------|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| I | Isi 1. Kesesuaian pertanyaan dengan indikator. 2. Kejelasan pertanyaan. 3. Kesesuaian waktu menjawab pertanyaan. | | | | |
| II | Bahasa 1. Menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar 2. Menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami 3. Kalimat pertanyaan tidak mengandung multi tafsir 4. Menggunakan pertanyaan yang komunikatif | | | | |

Penilaian Umum:

1. Belum dapat digunakan
2. Dapat digunakan dengan revisi besar
3. Dapat digunakan dengan revisi kecil
4. Dapat digunakan tanpa revisi

Saran-Saran:

Palopo, 23 Mei 2022

Validator,



Lili Siti Amrah, S.Ag., M. Pd.I.

| No | Aspek yang dinilai | Nilai | | | |
|----|--|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 |
| I | Isi | | | | ✓ |
| | | 1. Kesesuaian pertanyaan dengan indikator. | | | ✓ |
| | | 2. Kejelasan teryapan. | | | ✓ |
| | 3. Kesesuaian waktu menjawab pertanyaan. | | | ✓ | |
| II | Bahasa | | | | ✓ |
| | | 1. Menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar | | | ✓ |
| | | 2. Menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami | | | ✓ |
| | | 3. Kalimat pertanyaan tidak mengandung muatan bias | | | ✓ |
| | | 4. Menggunakan pertanyaan yang konstruktif | | | ✓ |

Penilaian Umum:

1. Belum dapat digunakan
2. Dapat digunakan dengan revisi besar
- ① Dapat digunakan dengan revisi kecil
4. Dapat digunakan setelah direvisi

Saran-Saran:

1. Perlu ditinjau kembali isi yang benar
2. Perlu ditinjau ulang soal yang benar sesuai dengan yang ada.

Palopo, 23 Mei 2022

Validator,

TST JZ

Miriam S.D., M.Pd.

Analisis Manajemen Humas dalam Meningkatkan *School Branding*

Di SMK Negeri 5 Palopo

Lampiran : Pedoman wawancara

Tanggal : 20 Mei 2022

Narasumber : 1. Kepala Sekolah

1. Wakil Kepala Sekolah

2. Pihak Humas

4. Masyarakat/ Orang tua/Wali Siswa

| NO | FOKUS PENELITIAN | ASPEK | PERTANYAAN | NARASUMBER |
|----|---|------------------------------|---|--|
| 1. | Wujud <i>School branding</i> Di SMK Negeri 5 Palopo | Wujud <i>School Branding</i> | 1. Apa saja pernyataan yang dibuat untuk menggambarkan citra sekolah (<i>School Branding</i>)? 2. Apa saja tindakan/ praktek akademik/non akademik yang dilakukan pihak sekolah untuk mengenalkan citra sekolah (<i>school branding</i>) kepada masyarakat? dan apakah selama kegiatan tersebut dilakukan melalui (praktek guide/pemandu)? | 1. Kepala Sekolah 2. Wakil Kepala sekolah |

| | | | | |
|----|--|-----------|--|--|
| 2. | Penerapan Manajemen Humas dalam meningkatkan <i>School branding</i> Di SMK Negeri 5 Palopo | Penerapan | <p>1. Apa yang dilakukan Humas mendukung/memelihara komunikasi dengan masyarakat?</p> <p>2. Respon masyarakat terhadap citra sekolah(School Branding)?</p> <p>a) Apa saja yang dilakukan sekolah agar citra sekolah itu direspon dengan bagus oleh masyarakat?(sosialisasi kegiatan kesiswaan yang melibatkan masyarakat luas, praktek yang melibatkan masyarakat luas)</p> <p>3. Apa saja dilakukan humas dalam mendukung/memelihara kerja sama dengan masyarakat?</p> | 1. Pihak Humas |
| 3. | Respon masyarakat terhadap branding sekolah SMK Negeri 5 Palopo | | <p>1. Sikap</p> <p>a) Apa pertimbangan bapak/ibu menyekolahkan/tidak menyekolahkan anaknya di SMK Negeri 5 Palopo?</p> | <p>1. Masyarakat</p> <p>2. Orang tua siswa</p> |

| | | | | |
|--|--|-------------------|--|--|
| | | Respon masyarakat | <p>b) Apa pendapat bapak/ibu tentang citra sekolah(school branding) tersebut?</p> <p>c) Apa yang bapak/ibu pikirkan ketika mendengar tentang SMK Negeri 5 Palopo?</p> <p>2. Tindakan</p> <p>a) Apakah bapak/ibu menyekolahkan anak tersebut karena citra sekolah atau bukan?</p> <p>b) Apa saran untuk memperbaiki citra sekolah agar diminati?</p> | |
|--|--|-------------------|--|--|

Foto Brosur SMK Negeri 5 Palopo

Visi
Menjadi lembaga pendidikan terdepan yang berkarakteristik sebagai SMK yang unggul dalam penguasaan dan inovasi teknologi serta memiliki kompetensi dan keterampilan untuk menghadapi tantangan global.

Misi

1. Menyajikan sarana pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat melalui lembaga pendidikan yang memiliki keunggulan dan inovasi
2. Mengembangkan hasil penelitian yang bermanfaat kepada masyarakat melalui kegiatan penelitian dan inovasi
3. Meningkatkan mutu sumber daya manusia yang berkarakteristik dan berprestasi
4. Serta meningkatkan daya saing lulusan melalui kerjasama dengan dunia industri

Tenaga Pendidik
Berhasil dalam meningkatkan mutu pendidikan dan profesionalisme tenaga pendidik dan kependidikan.

PROGRAM KEAHLIAN

1. Usaha Perjalanan Wisata (UPW)
2. Akomodasi Perhotelan (PHT)
3. Teknik Komputer & Jaringan (TKJ)

Pendaftaran Siswa Baru Dibuka Mulai Bulan Mei s/d Juli 2021

KEUNGGULAN MADING-MADING JURUSAN

KEUNGGULAN JURUSAN UPW

1. Memiliki potensi kerja yang besar
2. Menjadikan siswa sebagai tenaga yang kreatif
3. Sekolah dengan sarana memadai 80 person
4. Bisa menjadi pribadi yang kompatible dan santun diri
5. Tetap bisa melanjutkan kuliah

KEUNGGULAN JURUSAN PHT

1. Potensi kerja pada hotel dan kapal wisata
2. Bisa dan masa pelajaran yang menyenangkan
3. Bisa menjadi perhotelan / Industri pariwisata
4. Tetap bisa melanjutkan kuliah

KEUNGGULAN JURUSAN TKJ

1. Banyaknya lapangan pekerjaan bagi lulusan komputer (IT)
2. Menjadikan siswa sebagai tenaga komando
3. Bisa bekerja mandiri dipabrik / di lapangan kerja
4. Dapat menjadi ahli jaringan
5. Melayak bekerja dengan gaji yang tinggi Rp. 3.000.000,-
6. Dapat bekerja dan bulan dengan jurusan lain

KEUNGGULAN KHUSUS
Bahasa Inggris, Bahasa Jepang, Bahasa Spanyol dan Bahasa Prancis - KARATE DO GOURAI INDONESIA.

SYARAT DAN PENDAFTARAN

1. Foto copy ijazah / surat keterangan lulus
2. Foto copy SKHU / SKHU sementara
3. Foto copy kartu keluarga
4. Foto copy akta kelahiran
5. Pas foto 3 x 3 sebanyak 2 lembar
6. Mengisi formulir yang disediakan sekolah

FASILITAS

1. Ruang belajar yang nyaman
2. Sertasi praktik jurusan TKJ, PHT, UPW
3. Perpustakaan
4. LKS, Ruang Diklat
5. WC siswa
6. Lapangan upacara, dll

KERJASAMA INDUSTRI

1. Yayasan NECD (Pembinaan Ilmu Bahasa Asing)
2. Bandara Iteu Palopo
3. Hotel Muli Indah Palopo
4. Hotel Wisata Agro Palopo
5. Hotel Platinium Palopo
6. Hotel Asiana Palopo
7. Hotel Hampid Palopo
8. Hotel Gommam Makassar
9. Hotel Swiss Bell Makassar
10. Travel Mars Makassar , dll

Contact Person :

- Mr. MUIHAN 082 242 520 226
- Mrs. LILLIA 0811 437 035
- Mrs. SILA 082 246 901 214

Dokumentasi Foto dengan Kepala Sekolah



Dokumentasi Foto wawancara dengan Wakil Kepala Sekolah



Dokumentasi wawancara dengan Masyarakat dan Orang Tua Siswa



Dokumentasi Struktur Organisasi Tata usaha SMK Negeri 5 Palopo



Struktur Organisasi SPMI SMK Negeri 5 Palopo



Foto Akomodasi Perhotelan SMK Negeri 5 Palopo



Foto lingkungan SMK Negeri 5 Palopo dan beberapa gedung kelas





PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Alamat : Jl. KEMAS Hasym No 2 Kota Palopo - Sulawesi Selatan. Telepon : (0411) 326648

ASLI

IZIN PENELITIAN
 NOMOR : 407/PDPMPTSP/W/2022

DASAR HUKUM :

- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengajaran dan Teknologi.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.
- Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2020 tentang Penetapan Surat Keterangan Penelitian.
- Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo.
- Peraturan Walikota Palopo Nomor 36 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Berbasis Lulus Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Berbasis Unsur Pemerintah Yang Dibankan Menerima Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : PELDA YANTI
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Jl. Balakul Kota Palopo
 Pekerjaan : Mahasiswa
 NIM : 1810280105

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul:

ANALISIS MANAJEMEN HUMAS DALAM MENCiptAKAN SCHOLL BRANDING DI SMK NEGERI 5 PALOPO

Lokasi Penelitian : SMK NEGERI 5 PALOPO

Lamanya Penelitian : 22 April 2022 s.d. 22 Juni 2022.

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

- Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kindly melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
- Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
- Penelitian tidak menyimpang dari maksud dan tujuan yang dibenarkan.
- Menyerahkan 1 (satu) eksemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
- Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bila mana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Dengan Surat Izin Penelitian ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditandatangani di Kota Palopo
 Pada tanggal : 22 April 2022
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

SUSIMA SILI
 Kepala Bidang PTSP
 N.P. 19740215 200004 2 016

Terdistribusikan

- Kepala Badan Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan
- Walikota Palopo
- Cendek (2022) SWP
- Kecamatan Palopo
- Pegawai Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
- Kepala Badan Pengkajian Kota Palopo
- Salinan untuk keperluan administrasi penelitian.



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENDIDIKAN
UPT SMK NEGERI 5 PALOPO



Jl. Andi Faso Kel. SendraKer. Sendana Kota. Palopo email : msk5palopo@gmail.com

**SURAT KETERANGAN
TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN**

Nomor: 421.5/048/SMKN.5/PLP/DISDIK

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala UPT SMK Negeri 5 Palopo, menerangkan bahwa :

| | |
|-----------------------|---------------------------|
| Nama | : Pilda Yanti |
| Tempat, Tanggal Lahir | : Palopo, 05 Januari 2000 |
| Jenis Kelamin | : Perempuan |
| Pekerjaan | : Mahasiswa |
| Alamat | : Halaman Dasar Lema-Lema |

Telah melaksanakan kegiatan penelitian di SMK Negeri 5 Palopo pada tanggal 22 April sampai dengan 22 Juni 2022, dalam rangka penyusunan skripsi berjudul :

**" Analisis Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding
Di SMK Negeri 5 Palopo "**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



RIWAYAT HIDUP



Pilda Yanti, Lahir di Palopo pada tanggal 05 Januari 2000.

Penulis merupakan anak ke-dua dari dua bersaudara dari pasangan ayah yang bernama Herman dan Alm. ibu bernama Darmi. Saat ini penulis bertempat tinggal di desa timurung, Kecamatan Ajangale, Kabupaten Bone. Pendidikan dasar

penulis diselesaikan pada tahun 2012 di SDN 56 Bulantua. Kemudian di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 5 Ajangale . Selanjutnya di tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 4 Bone. Pada saat menempuh pendidikan di SMA penulis mengikuti kegiatan organisasi Palang Merah Remaja dan menjadi salah satu anggota Paskibraka. Setelah lulus SMA di tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikan pada tingkatan Perguruan Tinggi di Kampus IAIN Palopo tepatnya pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Palopo.