

# STRATEGI HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN (SMK) MUHAMMADIYAH 2 PEKANBARU

Muhammad Untung Surapati, Anuar Rasyid dan Nurjanah  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau  
Kampus Bina Widya Jl. H.R Soebrantas, KM. 12,5 Panam Pekanbaru

## **Abstract**

*Public relations strategy, forms of promotion and public relations constraints in promotion. Education is the most important aspect of the national development process which also determines a country's economic growth and investments that have long-term economic and social benefits for individuals, the wider community and for the country. Based on Amendments to the 1945 Constitution of the Republic of Indonesia in Article 31 paragraph (1), that every citizen has the right to education to develop their potential optimally. To achieve this goal, the State is required to provide quality education services according to its interests and talents regardless of social status, race, ethnicity, religion and gender. According to Cutlip, the PR process (public relations) refers to the managerial approach. The strategic planning process in public relations consists of: Fact Finding, Planning, communication, and evaluation. Kasali adapted it to: Collecting facts, defining problems, planning and programs, actions and communication and evaluation. Promotion is one element of the marketing mix that uses the principle of planned communication in influencing buyers..*

**Keywords:** Public Relations Strategy, Promotion

## **Abstrak**

Strategi humas, bentuk promosi dan kendala humas dalam promosi. Pendidikan merupakan aspek terpenting dari proses pembangunan nasional yang ikut menentukan pertumbuhan ekonomi suatu negara serta investasi yang memiliki manfaat ekonomi dan sosial jangka panjang bagi individu, masyarakat luas maupun bagi negara. Berdasarkan Amandemen Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam Pasal 31 ayat (1), bahwa setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan untuk mengembangkan potensi yang dimiliki secara optimal. Untuk mencapai tujuan tersebut, Negara wajib menyediakan layanan pendidikan bermutu sesuai dengan minat dan bakat yang dimilikinya tanpa memandang status sosial, ras, etnis, agama dan gender. Menurut Cutlip, proses PR (*public relations*) mengacu kepada pendekatan manajerial. Proses perencanaan strategis dalam *public relations* ini terdiri dari: *Fact Finding*, *Planning*, *communication*, dan *evaluation*. Kasali mengadaptasinya menjadi: Pengumpulan fakta, definisi permasalahan, perencanaan dan program, aksi dan komunikasi serta evaluasi. Promosi adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menggunakan prinsip komunikasi yang terencana dalam mempengaruhi pembeli.

**Kata kunci:** Strategi Humas.Promosi

## PENDAHULUAN

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan lembaga pendidikan kejuruan yang mempunyai tujuan untuk mempersiapkan siswa menjadi tenaga kerja yang berkompoten dan mandiri dengan mengutamakan kemampuan dan keterampilan dibidang tertentu sesuai dengan kompetensi keahliannya. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) berbeda dengan sekolah umum lainnya. SMK memiliki tujuan mencetak peserta didik yang siap bekerja di bidang teknis, bukan di bidang manajerial. SMK memiliki mata pelajaran produktif dan praktik untuk membekali kompetensi kerja pada peserta didik sesuai dengan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) atau standar kompetensi yang disepakati oleh lembaga yang mewakili dunia usaha / industri.

SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru adalah sekolah menengah kejuruan yang telah terbentuk sejak tahun 1984. Dan Alhamdulillah tepat pada tahun 2019 usianya sudah 35 tahun. SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru memiliki 7 Jurusan yakni; 1.

Akuntansi (AK) 2. Administrasi Perkantoran (ADP) 3. Manajemen Pemasaran (MP) 4. Teknologi Komputer dan Jaringan (TKJ) 5. Multimedia (MM) 6. Rekayasa Perangkat Lunak (RPL) Dan 7. Perbankan Syariah.

SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru harus tetap menjaga eksistensi sekolah agar tetap eksis. Seperti yang diketahui sebagian besar pembiayaan operasional sekolah berbasis swasta sangat bergantung dari biaya SPP para siswanya. Oleh karena itu, SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru harus lebih gencar mencari peserta didik demi eksistensi sekolah. Dari data penerimaan siswa baru relatif lebih meningkat sedikit dari tahun - tahun sebelumnya. di tahun 2014/2015 sejumlah 404, tahun 2015/2016 sejumlah 419, tahun 2016/2017 sejumlah 417, 2017/2018 sejumlah 458 dan kemudian menurun pada tahun 2018/2019 sejumlah 444 siswa dari tahun sebelumnya dan meningkat lagi sedikit 468 tetapi belum sampai yang di targetkan sejumlah 500 siswa. Keadaan tersebut menunjukkan adanya ketidakstabilan mengenai jumlah kuota

siswa baru per tahun, namun masih menjadi sekolah swasta yang cukup diminati di daerah Pekanbaru. Letak sekolah yang mudah dijangkau dengan kendaraan juga termasuk alasan memilih SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru.

Promosi merupakan salah satu langkah yang dapat ditempuh dalam melakukan hubungan antara sekolah dan masyarakat (*publik*). Lupiyoadi (2013: 92) mendefinisikan pengertian promosi, yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan. Cara yang dilakukan dalam mempromosikan sekolah harus tepat agar kegiatan promosi dapat maksimal. Tim Dosen Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia (2011: 348) menyebutkan cara-cara yang dapat dilakukan dalam promosi antara lain komunikasi personal dan interpersonal, periklanan, promosi penjualan, publisitas, peralatan instruksional, dan penggunaan *corporate design*. Promosi yang dilakukan oleh humas di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru tersebut masih sama dengan tahun-tahun sebelumnya.

Hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan berfungsi untuk mendukung hubungan baik kepada masyarakat sehingga dapat membantu untuk memperoleh dukungan publik. Nasution (2012: 11) mengemukakan humas secara umum dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya dengan kata lain antara lembaga pendidikan dengan publik internal dan publik eksternal. Kesimpulan yang dapat diambil humas adalah fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya yang memberikan informasi secara langsung dan persuasif untuk mendorong perubahan yaitu mencapai suatu tujuan yang direncanakan dan memperoleh kepercayaan dari masyarakat luas.

Fenomena yang peneliti perhatikan, tingginya animo masyarakat yang menyekolahkan anaknya di tingkat SMA, Banyaknya sekolah SMK negeri maupun swasta dengan jurusan yang sama sehingga tingginya patokan mutu pendidikan di setiap sekolah karena persaingan yang tidak dapat terelakan, Jumlah calon peserta didik yang tidak

sebanding dengan jumlah kuota SMP/MTS yang tamat. SMP/MTS yang tamat lebih sedikit sementara kuota penerimaan untuk sekolah SMK cukup tinggi, ada 60 SMK yang berebut terhadap siswa yang sama. belum lagi SMA yang juga melakukan PPDB. Karena kuota yang sedikit membuat SMA maupun SMK saling berlomba-lomba untuk menarik minat calon peserta didik. Persaingan antar sekolah kejuruan yang semakin ketat membuat kuota peserta didik di beberapa SMK swasta belum terpenuhi, besarnya biaya operasional sekolah, rendahnya animo masyarakat memasukan anaknya ke sekolah Swasta, belum lagi sistem zonasi yang diterapkan oleh Pemerintah. Persaingan antar sekolah yang semakin meningkat beberapa waktu belakangan ini, membuat sekolah semakin meningkatkan promosinya, maka upaya promosi untuk di sebuah lembaga pendidikan mutlak diperlukan. Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu berbenah diri serta belajar agar memiliki inisiatif untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal ini siswa maupun

siswi. Oleh sebab itu, maka diperlukanlah strategi promosi khususnya di bidang jasa pendidikan yang tepat untuk memenangkan sebuah kompetisi antar sekolah sehingga meningkatkan animo calon peserta didik baru atau siswa, dan juga untuk meningkatkan akselerasi peningkatan kualitas dan profesionalisme manajemen sekolah.

Melalui berbagai macam strategi humas yang tepat, masyarakat dapat mengenal seperti apa SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru. Setelah mengenal sekolah tersebut, tidak sedikit masyarakat yang ingin menjadi bagian dari sekolah ini dengan mendaftarkan putra-putrinya ke sekolah tersebut, sehingga SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru menjadi pilihan pertama dan bukan lagi pilihan kedua ataupun pilihan terakhir bagi calon siswa baru. Peneliti sangat tertarik untuk meneliti di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru karena sekolah ini memiliki gedung dan fasilitas yang refresentatif, berada di tengah kota, memiliki sarana prasana yang sangat lengkap mulai dari ruang kelas sampai kepada labor full ac. Dan

seharusnya jumlah peningkatan murid di SMK Muhammadiyah 2 pekanbaru dari tahun ke tahun harusnya selalu meningkat, tetapi tidak begitu signifikan jumlah peningkatan siswanya. Sehingga peneliti sangat tertarik meneliti di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru tersebut.

Identifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini nantinya adalah sebagai berikut, 1. Bagaimana Strategi Humas dalam mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru, 2. Media apa yang digunakan Humas dalam mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru, 3. Bagaimana kendala yang dihadapi Humas dalam Mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru, 4. Bagaimana solusi yang dilakukan humas untuk menghadapi kendala dalam mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru ?. Adapun tujuan penelitian, 1. Untuk mengetahui Strategi Humas dalam mempromosikan Penerimaan Siswa Baru SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru. 2. Untuk mengetahui Media apa saja yang digunakan Humas dalam mempromosikan SMK Muhammadiyah

2 Pekanbaru. 3. Untuk mengetahui Kendala apa yang dialami humas dalam mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru. 4. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan humas dalam mengatasi hambatan atau kendala pada saat mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru.

## **METODOLOGI**

Desain dalam penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. (Denim, 2002:51). Menurut Bagda dan Taylor, sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, 2002: 3). Sementara itu penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah

untuk membuat pencandraan secara sistematis, 352actual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pelaksanaan manajemen humas dan strateginya dalam meningkatkan jumlah calon siswa baru pada masa penerimaan siswa baru.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Humas dalam Mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru**

Promosi pendidikan merupakan upaya memasarkan suatu lembaga pendidikan dan menarik konsumen untuk menggunakan lembaga pendidikan tersebut. Strategi promosi yang dilakukan oleh SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dapat dijabarkan berdasarkan 6 cara promosi menurut Tim Dosen Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia yaitu sebagai berikut:

#### **a. Komunikasi Personal dan Interpersonal**

Komunikasi personal yang dilakukan humas SMK Muhammadiyah

2 Pekanbaru dalam melakukan promosi melalui komunikasi langsung yaitu dengan menyampaikan langsung pada siswa tentang keunggulan-keunggulan sekolah, prospek ke depan dengan pertemuan. Sedangkan komunikasi interpersonal yang dilakukan humas di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru diatas yaitu dengan komunikasi langsung dan tidak langsung melalui presentasi langsung dan juga melalui perantara seperti media cetak.

#### **b. Periklanan**

Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru yaitu dengan mengadakan pameran, mengikuti pawai, menyebarkan brosur dan memasang baliho di tempat-tempat strategis agar masyarakat mudah untuk melihat.

#### **c. Promosi Penjualan**

Strategi mempromosikan sekolah yang dilakukan humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru masih sama dari tahun sebelumnya. Kegiatan promosi penjualan swasta di Pekanbaru tersebut yaitu sosialisasi ke SMP, menyebarkan brosur PPDB tahun ajaran baru, promosi PPDB di media sosial

walaupun tidak semua informasi di-*posting* di media sosial dan promosi dari mulut ke mulut.

d. Publisitas

Sejauh ini humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru sudah melakukan kegiatan publisitas sekolah.

e. Peralatan Intruksional

Peralatan yang digunakan humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru sama-sama menggunakan LCD proyektor untuk menampilkan slide dan video sekolah dalam mempromosikan sekolah. SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru juga menggunakan hasil karya siswa untuk menarik calon peserta didik.

f. *Corporate Design*

Sejauh ini, *corporate design* yang dimiliki oleh SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru sebagai identitas sekolah. Pemasangan identitas sekolah ini dipasang di Bedge seragam sekolah, Kepala Surat resmi, brosur, spanduk dan baliho. Strategi yang dilakukan oleh humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam mempromosikan sekolah belum mencakup 6 cara promosi menurut Tim Dosen

Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia (2011: 348) yang menyebutkan cara-cara yang dapat dilakukan dalam promosi komunikasi personal dan interpersonal, periklanan, promosi penjualan, publisitas, peralatan intruksional dan *corporate design*. SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru sekolah swasta di Pekanbaru sudah melakukan kegiatan publisitas untuk mempromosikan sekolah. Strategi yang dilakukan humas dalam mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 di Pekanbaru yaitu memperkenalkan sekolah melalui kegiatan pawai dan pameran, menyebarkan brosur PPDB dan memasang spanduk dan baliho di tempat-tempat strategis, sosialisasi ke SMP, promosi dari mulut ke mulut dan promosi menggunakan media sosial.

### 1. Media Komunikasi Humas

Hasil analisis dari data yang diperoleh yaitu SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru menggunakan media langsung dan media tidak langsung untuk menyampaikan informasi. Dilihat dari penggunaan media sosial, humas SMK swasta di Pekanbaru diatas masih belum

menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Ada beberapa macam media komunikasi yang digunakan humas dalam melaksanakan strateginya, yaitu:

a. Media Langsung

Media komunikasi langsung yaitu penyampaian informasi secara langsung, atau bertatap muka secara langsung. Media komunikasi secara langsung yang digunakan humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam menyampaikan informasinya yaitu dengan Rapat formal guru dan karyawan, rapat wali murid, kegiatan pengenalan sekolah / Masa Orientasi Sekolah (MOS), serta sosialisasi dan presentasi ke SMP sekitar. Rapat formal guru dan karyawan dilakukan rutin sebagai bentuk koordinasi antar warga sekolah. Rapat-rapat resmi untuk komite dan wali murid merupakan bentuk penyampaian informasi program-program yang dilaksanakan sekolah. Kegiatan Masa Orientasi Sekolah (MOS) dilaksanakan setiap ajaran baru dengan sasaran siswa baru dengan menyampaikan informasi-informasi tentang sekolah serta mengenalkan keunggulan yang dimiliki sekolah,

sedangkan sosialisasi dan presentasi dilakukan di SMP sekitar dengan tujuan mempromosikan sekolah.

b. Media Tidak Langsung

Media komunikasi tidak langsung merupakan media komunikasi dengan menggunakan sarana alat bantu tertentu. Media komunikasi tidak langsung yang digunakan oleh humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru yaitu menggunakan brosur, pamflet, spanduk, baliho, surat, telepon dan media sosial. Media sosial yang digunakan meliputi aplikasi *WhatsApp*, *facebook*, Instagram, dan Website. Sayangnya SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru masih menganggap penggunaan media sosial sebagai media promosi tidak efektif, sehingga sekolah ini belum memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi. Humas di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru ini lebih gencar melakukan promosi melalui mulut ke mulut.

## **2. Kendala Humas dalam Mempromosikan Sekolah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mempromosikan sekolah,

humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru mengalami beberapa kendala yaitu (1) Persaingan antar sekolah yang semakin ketat. Persaingan sekolah yang semakin ketat mengharuskan SMK swasta di Pekanbaru ini bersaing juga dengan sekolah lain yang lebih besar. SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru juga harus bersaing dengan SMK negeri yang memang lebih diminati masyarakat. (2) Kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) pada saat melaksanakan strategi promosi. SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru harus lebih gencar melakukan strategi promosi sekolah yang mengharuskan lebih banyak sosialisasi ke SMP-SMP sekitar. Banyaknya SMP tujuan dan padatnya waktu mengharuskan cukupnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang dibutuhkan untuk melaksanakan sosialisasi.

### **3. Solusi Humas dalam Mempromosikan Sekolah**

Upaya humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam mengatasi kendala mempromosikan sekolah diantaranya membangun hubungan baik dengan

SMP sekitar. Kegiatan membangun hubungan baik dengan SMP dilakukan agar dari pihak SMP dapat merekomendasikan siswanya untuk melanjutkan ke sekolah yang bersangkutan. Selain itu humas di SMK swasta tersebut juga terus gencar memberi informasi yang baik tentang sekolah agar menarik calon peserta didik untuk mendaftar. Upaya humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam mengatasi kendala kekurangan SDM saat melaksanakan sosialisasi di SMP-SMP sekitar yaitu beberapa guru membagi waktu rela meninggalkan Kegiatan Belajar Mengajar di kelas untuk ikut sosialisasi di SMP sekitar. Program-program yang dilakukan humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru tentunya bertujuan positif demi kebaikan sekolah.

### **Strategi Humas dalam Mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru**

Promosi pendidikan merupakan upaya memasarkan suatu lembaga pendidikan dan menarik konsumen untuk menggunakan lembaga

pendidikan tersebut. Strategi promosi yang dilakukan oleh SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dapat dijabarkan berdasarkan 6 cara promosi menurut Tim Dosen Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia yaitu sebagai berikut:

a. Komunikasi Personal dan Interpersonal

Komunikasi personal yang dilakukan humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam melakukan promosi melalui komunikasi langsung yaitu dengan menyampaikan langsung pada siswa tentang keunggulan-keunggulan sekolah, prospek ke depan dengan pertemuan. Sedangkan komunikasi interpersonal yang dilakukan humas di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru diatas yaitu dengan komunikasi langsung dan tidak langsung melalui presentasi langsung dan juga melalui perantara seperti media cetak.

b. Periklanan

Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru yaitu dengan mengadakan pameran, mengikuti pawai, menyebarkan brosur dan memasang

balihoo di tempat-tempat strategis agar masyarakat mudah untuk melihat.

c. Promosi Penjualan

Strategi mempromosikan sekolah yang dilakukan humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru masih sama dari tahun sebelumnya. Kegiatan promosi penjualan swasta di Pekanbaru tersebut yaitu sosialisasi ke SMP, menyebarkan brosur PPDB tahun ajaran baru, promosi PPDB di media sosial walaupun tidak semua informasi di-*posting* di media sosial dan promosi dari mulut ke mulut.

d. Publisitas

Sejauh ini humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru belum melakukan kegiatan publisitas sekolah.

e. Peralatan Intruksional

Peralatan yang digunakan humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru sama-sama menggunakan LCD proyektor untuk menampilkan slide dan video sekolah dalam mempromosikan sekolah. SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru juga menggunakan hasil karya siswa untuk menarik calon peserta didik.

f. Corporate Design

Sejauh ini, *corporate design* yang dimiliki oleh SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru sebagai identitas sekolah. Pemasangan identitas sekolah ini dipasang di Bedge seragam sekolah, Kepala Surat resmi, brosur, spanduk dan baliho. Strategi yang dilakukan oleh humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam mempromosikan sekolah belum mencakup 6 cara promosi menurut Tim Dosen Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia (2011: 348) yang menyebutkan cara-cara yang dapat dilakukan dalam promosi komunikasi personal dan interpersonal, periklanan, promosi penjualan, publisitas, peralatan intruksional dan *corporate design*. SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru sekolah swasta di Pekanbaru belum melakukan kegiatan publisitas untuk mempromosikan sekolah. Strategi yang dilakukan humas dalam mempromosikan SMK Muhammadiyah 2 di Pekanbaru yaitu memperkenalkan sekolah melalui kegiatan pawai dan pameran, menyebarkan brosur PPDB dan memasang spanduk dan baliho di tempat-tempat strategis, sosialisasi ke

SMP, promosi dari mulut ke mulut dan promosi menggunakan media sosial. Menurut Ruslan (2012:142), Humas berfungsi menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antar pejabat humas dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran), fungsi tersebut diwujudkan dengan pendekatan atau strategi humas sebagai berikut:

1. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (*sociologi approach*), melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca yang dimuat di media massa.

2. Pendekatan Persuasif dan Edukatif

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun

dnegna melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian.

### 3. Pendekatan Tangung Jawab Sosial Humas

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasarannya, namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

### 4. Pendekatan Kerja Sama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam maupun keluar untuk meningkatkan kerja sama.

#### 1. Media Komunikasi Humas

Hasil analisis dari data yang diperoleh yaitu SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru menggunakan media langsung dan media tidak langsung untuk menyampaikan informasi. Sesuai dengan pendapat Arikunto & Lia Yuliana (2012:364) yang menyatakan ada beberapa media komunikasi humas yang dapat digunakan yaitu Media langsung dan media tidak langsung.

Namun humas di SMK Muhammadiyah 2 di Pekanbaru ini belum memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media komunikasi. Menurut pendapat Solis dan Breakenridge (Valentini, 2015: 171) menjelaskan bahwa humas yang profesional berpendapat bahwa sosial media membawa peningkatan pada kualitas humas. Dilihat dari penggunaan media sosial, humas SMK swasta di Pekanbaru diatas masih belum menggunakan media sosial sebagai alat promosi. Ada beberapa macam media komunikasi yang digunakan humas dalam melaksanakan strateginya, yaitu:

#### 1. Media Langsung

Media komunikasi langsung yaitu penyampaian informasi secara langsung, atau bertatap muka secara langsung. Media komunikasi secara langsung yang digunakan humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam menyampaikan informasinya yaitu dengan Rapat formal guru dan karyawan, rapat komite, rapat wali murid, kegiatan pengenalan sekolah / Masa Orientasi Sekolah (MOS), serta sosialisasi dan presentasi ke SMP

sekitar. Rapat formal guru dan karyawan dilakukan rutin sebagai bentuk koordinasi antar warga sekolah. Rapat-rapat resmi untuk komite dan wali murid merupakan bentuk penyampaian informasi program-program yang dilaksanakan sekolah. Kegiatan Masa Orientasi Sekolah (MOS) dilaksanakan setiap ajaran baru dengan sasaran siswa baru dengan menyampaikan informasi-informasi tentang sekolah serta mengenalkan keunggulan yang dimiliki sekolah, sedangkan sosialisasi dan presentasi dilakukan di SMP sekitar dengan tujuan mempromosikan sekolah.

## 2. Media Tidak Langsung

Media komunikasi tidak langsung merupakan media komunikasi dengan menggunakan sarana alat bantu tertentu. Media komunikasi tidak langsung yang digunakan oleh humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru yaitu menggunakan brosur, phamflet, spanduk, baliho, surat telepon dan media sosial. Media sosial yang digunakan meliputi aplikasi *WhatsApp*, *facebook*, Instagram, dan Website. Sayangnya SMK Muhammadiyah 2

Pekanbaru masih menganggap penggunaan media social sebagai media promosi tidak efektif, sehingga sekolah ini belum memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai media promosi. Humas di SMK swasta di Pekanbaru ini lebih gencar melakukan promosi melalui mulut ke mulut. Pada dasarnya media dan alat hubungan masyarakat terdiri atas dua hal, yaitu kata-kata tercetak dan kata-kata lisan. Kata-kata yaitu: majalah, pedoman, surat, papan pengumuman, poster, dan reklame. Kata-kata lisan yaitu: rapat, pertemuan, konferensi, film televisi, open house, pameran, radio.

## 3. Kendala Humas dalam Mempromosikan Sekolah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mempromosikan sekolah, humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru mengalami beberapa kendala yaitu (1) Persaingan antar sekolah yang semakin ketat. Persaingan sekolah yang semakin ketat mengharuskan SMK swasta di Pekanbaru ini bersaing juga dengan sekolah lain yang lebih besar. SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru juga harus

bersaing dengan SMK negeri yang memang lebih diminati masyarakat. (2) Kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) pada saat melaksanakan strategi promosi. SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru harus lebih gencar melakukan strategi promosi sekolah yang mengharuskan lebih banyak sosialisasi ke SMP-SMP sekitar. Banyaknya SMP tujuan dan padatnya waktu mengharuskan cukupnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang dibutuhkan untuk melaksanakan sosialisasi.

#### 4. Solusi Humas dalam Mempromosikan Sekolah

Upaya humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam mengatasi kendala mempromosikan sekolah diantaranya membangun hubungan baik dengan SMP sekitar. Kegiatan membangun hubungan baik dengan SMP dilakukan agar dari pihak SMP dapat merekomendasikan siswanya untuk melanjutkan ke sekolah yang bersangkutan. Selain itu humas di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru tersebut juga terus gencar memberi informasi yang baik tentang sekolah agar menarik calon peserta didik untuk

mendaftar. Upaya humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam mengatasi kendala kekurangan SDM saat melaksanakan sosialisasi di SMP-SMP sekitar yaitu beberapa guru membagi waktu rela meninggalkan Kegiatan Belajar Mengajar di kelas untuk ikut sosialisasi di SMP sekitar.

#### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi Humas dalam promosi penerimaan siswa baru di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru pada TP. 2019/2020 dilakukan melalui: dari mulut kemulut, website, media cetak, media massa media online dan media sosial, buku panduan sekolah, brosur, fasilitas sekolah, dekorasi bagian dalam sekolah, sekolah dan seragam sekolah, pemaparan program ke SMP\MTS, sosialisasi, dan memasang spanduk, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Strategi humas dalam mempromosikan meliputi dua kegiatan sekolah yaitu kegiatan internal dan kegiatan eksternal. Pelaksanaan strategi humas dalam mempromosikan sekolah yaitu

memperkenalkan sekolah melalui kegiatan pawai dan pameran, menyebarkan brosur PPDB dan memasang spanduk dan baliho di tempat-tempat strategis, sosialisasi ke SMP, promosi dari mulut ke mulut dan promosi menggunakan media sosial.

2. Ada beberapa macam media komunikasi yang digunakan humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam melaksanakan strateginya. Media komunikasi yang digunakan humas di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru meliputi media komunikasi langsung dan media komunikasi tidak langsung. Media komunikasi langsung yang digunakan humas di SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru yaitu dengan Rapat formal guru dan karyawan, rapat komite, rapat wali murid, kegiatan pengenalan sekolah / Masa Orientasi Sekolah (MOS) / Forum Taaruf Siswa (FORTASI), serta sosialisasi dan presentasi ke SMP sekitar. Media komunikasi tidak langsung yang digunakan humas di SMK

Muhammadiyah 2 Pekanbaru yaitu menggunakan brosur, phamflet, spanduk, baliho, surat, telepon dan media sosial namun SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru tersebut belum memaksimalkan penggunaan media sosial.

3. Kendala yang dihadapi humas SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru dalam mempromosikan yaitu persaingan antar sekolah yang semakin ketat yang mengharuskan SMK Muhammadiyah 2 Pekanbaru ini bersaing dengan SMK lain yang lebih besar, kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) pada saat melaksanakan strategi promosi, kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan khususnya pendidikan karakter di SMK swasta.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alex MA. (2005). *Kamus, Ilmiah Populer Kontemporer*. Surabaya: Karya Harapan.
- Arief Furchan. (2007). *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

- Akdon. (2007). *Strategic Management for Educational Management (Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan) cet. 2.* Bandung: Alfabeta
- Anggoro, M Linggar. (2005). *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia.* Jakarta: Bumi Aksara.H.A.W.
- Widjaja. (2010). *Komunikasi-komunikasi & Hubungan Masyarakat.* Bumi Aksara