

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan merupakan unsur terpenting dalam kehidupan manusia untuk mencetak generasi-generasi hebat pada masa yang akan datang. Pendidikan di Indonesia memiliki perkembangan yang pesat baik dalam sarana, metode, maupun target yang dicapai. ¹Lembaga pendidikan adalah suatu wadah untuk membina manusia, membawa masa depan yang lebih baik. Setiap orang yang berada pada wadah tersebut akan mengalami perubahan dan perkembangan institusi tersebut. Dalam konteks mencerdaskan anak bangsa, lembaga pendidikan (keluarga, sekolah, dan masyarakat) memiliki peranan yang sangat strategis yang akan menjadi pusat-pusat kegiatan pendidikan untuk mengembangkan potensi anak sebagai makhluk individu, sosial, susila, dan religius.

Pemerintah menganjurkan setiap anak perlu mendapatkan pendidikan pertama dari keluarga. ²Keluarga merupakan salah satu institusi pendidikan yang mampu mengubah setiap orang menurut warna dan corak institusi tersebut. Lingkungan keluarga merupakan lingkungan pertama dan utama bagi anak. Sebagian besar dari kehidupan anak dilaluinya dalam keluarga, sehingga pendidikan yang paling banyak diterima oleh anak adalah dalam lingkungan disekitarnya. Apa yang diperoleh anak melalui pendidikan dalam keluarga akan mempengaruhi perkembangan anak dalam proses pendidikan selanjutnya.

Setelah keluarga lembaga pendidikan berikutnya adalah sekolah yang memiliki peran dalam mencerdaskan dan pola pikir anak. Sekolah sebagai wahana pendidikan menjadi produsen (penghasil) individu yang berkemampuan secara intelektual dan skill. Pada prinsipnya, sekolah lahir dan berkembang secara efektif dan efisien dari, oleh, dan untuk masyarakat. Dengan melihat karakteristik dan peranan sekolah sebagai

¹ Marlina Gazali, *Optimalisasi Peran Lembaga Pendidikan untuk Mencerdaskan Bangsa*. Jurnal, Al Ta'dib, vol. 6 No. 1 Januari-Juni 2013. 126-127.

² Hasbi Wahy, *Keluarga sebagai Basis Pendidikan Pertama dan Utama*. Jurnal, Ilmiah Didaktika, Vol.XII no. 2 Februari 2012. 245-246.

lembaga pendidikan kedua setelah keluarga, maka sekolah diharapkan dapat memberdayakan semua warga Indonesia berkembang menjadi negara berkualitas, sehingga mampu dan proaktif menjawab tantangan zaman yang selalu berubah.

Semakin tahun lembaga pendidikan akan semakin pesat dan berlomba-lomba dalam meningkatkan daya tarik kepada masyarakat untuk menjadi lembaga pendidikan yang paling unggul dan banyak diminati. Karena pendidikan merupakan suatu proses yang mencakup tiga dimensi, individu, masyarakat atau komunitas Nasional dari individu tersebut. Dan seluruh kandungan realitas, baik material maupun spiritual yang memainkan peranan dalam menentukan sifat, nasib, bentuk manusia maupun masyarakat.³

Strategi merupakan sebuah perencanaan yang dilakukan oleh beberapa orang dalam sebuah lembaga pendidikan, atau organisasi yang mempunyai tujuan yang sama untuk meraih kemajuan dan kesuksesan yang diinginkan. Jadi, bagaimana suatu lembaga atau organisasi mengelola strategi untuk kemajuan lembaga tersebut.

Komunikasi adalah suatu hal yang fundamental dalam proses penyampaian pesan, ide, gagasan, dari satu pihak ke pihak lain. Komunikasi yang dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya dan komunikasi sebagai kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari dan sebagai jalan menemukan titik terang dalam berbagai permasalahan didalam organisasi maupun lembaga.

Sedangkan strategi komunikasi menjadi ruang bagaimana menyampaikan pesan, ide maupun gagasan melalui bentuk strategi yang mampu mendongkrak kemajuan golongan, organisasi maupun lembaga untuk meraih banyak prestasi dari tahun ketahun.

Public Relations (PR) menurut *International Public Relations Association* (IPRA), yang merupakan wadah *Public Relations* Internasional, menyatakan bahwa *public relations* merupakan fungsi manajemen yang

³ Nurkholis, *Pendidikan Dalam Upaya Memajukan teknologi*. Jurnal, Kependidikan, Vol.1 No.1 November 2013. 24

direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi. Lembaga umum maupun pribadi untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan publik dengan cara menilai opini publik, yang bertujuan untuk menghubungkan kebijaksanaan dan prosedur. Untuk mencapai kerja sama yang lebih produktif dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan komunikasi yang terencana dan tersebar luas.⁴

Tujuan Utama *public relations* (PR) adalah untuk penyelenggaraan komunikasi timbal balik antara suatu organisasi dengan yang berpengaruh atas tujuan organisasi. Dan tujuan akhirnya adalah untuk menciptakan saling pengertian (*mutual understanding*) dan dukungan bagi tercapainya tujuan, kebijakan, dan tindakan organisasi.⁵

Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 3 Pulau Mandangin Sampang yang terletak di Pulau Mandangin Sampang diujung barat pantai pasir putih Pulau Mandangin menjadi lembaga pendidikan tataran menengah atas satu-satunya sekolah yang ada di Pulau Mandangin sehingga SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang mampu bersaing secara ideal dengan lembaga-lembaga lain. Terletak di kepulauan yang terpencil yaitu Desa Pulau Mandangin yang dikenal dengan satu-satunya pulau yang ada dikota Sampang bukan sebuah kendala untuk SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang ini tidak Eksis dalam memajukan lembaga ditengah pesatnya dunia pendidikan.

Berada dipedalaman desa dalam meningkatkan daya tarik siswa baru dari tahun ke tahun untuk meneruskan ke jenjang pendidikannya ke Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN). Berbagai cara yang dilakukan *public relations* SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang untuk tetap Eksis dalam meningkatkan daya tarik kepada masyarakat untuk menjadi satu-satunya sekolah rujukan terutama masyarakat Pulau Mandangin. SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang ini terdapat tiga jurusan yang sama-sama unggul yaitu ada Akuntansi, Teknik Kendaraan Ringan, dan Perikanan dari ketiga

⁴ Prida, *Public Relation (PR) dan kesalahpahaman publik Atas pemaknaan Sebuah profesi*. Jurnal, Ilmiah Scriptura Vol.1 No.2 juli 2007.29

⁵ Alo liliweri, *Sosiologi dan Komunikasi Organisasi* (Jakarta: PT bumi aksara, 2014), 244.

jurusan ini yang paling menonjol adalah Akuntansi. Dan saat ini SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang mempunyai jurusan baru yaitu APHP (Agribisnis Pengolahan Hasil Perikanan), jurusan ini baru diresmikan pada tahun 2021. Untuk jurusan Teknik Kendaraan Ringan, ini pihak SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang mempunyai tempat praktek yang sudah lengkap dengan berbagai fasilitas. Sehingga, untuk melakukan kegiatan praktek di bidang Teknik Kendaraan Ringan SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang sudah mandiri dalam melakukan kegiatan praktek dan didukung oleh tenaga pengajar yang memang dibidangnya masing-masing. Sehingga membuat sistem pembelajaran di lembaga tersebut berjalan dengan semestinya.

Pulau Mandangin merupakan satu-satunya Pulau yang ada dikota Sampang dengan berbagai budaya yang terdapat didalamnya Termasuk dalam budaya memberdayakan pendidikan masyarakat Pulau Mandangin. Hal ini terbukti pada ketika seorang anak yang sudah menyelesaikan sekolahnya di tingkat SMP. Maka, para orang tua masyarakat Pulau Mandangin lebih condong memondokkan anaknya dari pada melanjutkan ke jenjang SMK. Budaya ini yang akan membawa PR/ *public relations* SMKN 3 menciptakan strategi yang berbeda dengan lembaga lain. Strategi yang akan mengubah pemikiran baru untuk masyarakat Pulau Mandangin.

Public Relations SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang tentunya mempunyai strategi untuk menjadikan satu-satunya lembaga pendidikan yang banyak diminati oleh para orang tua untuk pendidikan anaknya. *Public relations* SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang pada setiap tahunnya pasti memiliki cara atau berbagai inovasi-inovasi baru untuk menjadi lembaga pendidikan favorit dan memajukan serta menjaga nama baik lembaga di mata masyarakat.

Dalam praktik *public relations* (PR) peneliti berusaha mengkaji strategi SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang ini berdasarkan *teori Organization Public relations* yang membahas tentang proses

memanejement relasi antara organisasi dan publiknya, internal maupun eksternal.⁶

Menurut Peneliti, strategi maupun komunikasi menjadi salah satu yang paling fundamental dalam merealisasikan pencapaian dalam menciptakan daya tarik untuk mendapatkan siswa sebagai bentuk perkembangan sebuah instansi pendidikan dalam persaingan pendidikan yang semakin ketat, menjadi satu-satunya lembaga di kepulauan SMKN 3 mempunyai beban moral yang sangat besar dalam menunjukkan eksistensi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada siswa salah satunya demi mencetak lulusan yang kompetitif dalam persaingan global.

Public Relations menjadi faktor pendukung dalam urusan mencoba merealisasikan segala ide dan strategi untuk sebuah pencapaian dalam sebuah sistem dua arah sebagai bentuk kerja sama untuk merealisasikan sebuah ide dengan strategi yang sudah di pilih untuk tercapainya sebuah *goal* atau tujuan dalam sebuah organisasi atau sebuah instansi.

Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan bahwa terdapat sesuatu yang sangat menarik sehingga peneliti mencoba mengangkat strategi komunikasi *public relations* SMKN 3 untuk diteliti dengan judul “Strategi Komunikasi *Public Relations* Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 3 Pulau Mandangin Sampang dalam memperoleh siswa baru”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas dapat di temukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa strategi yang dilakukan *public relations* SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang dalam memperoleh siswa baru dari tahun ke tahun?
2. Apa saja hambatan SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang dalam memperoleh siswa baru ditengah pesatnya dunia pendidikan?

⁶ Rahmat kriyanto, *Teori-Teori Public Relation Perspektif Barn Lokal Aplikasi Penelitian dan Praktik* (Jakarta: Kencana, 2017), 278.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian Strategi *public relations* SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang dalam mendapatkan siswa:

1. Untuk Mengetahui Strategi yang dilakukan SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang dalam memperoleh siswa baru dari tahun ke tahun.
2. Untuk Mengetahui hambatan SMKN 3 Pulau Mandangin Sampang dalam memperoleh siswa baru ditengah pesatnya dunia pendidikan sehingga dapat di cari solusinya.

D. Manfaat Penelitian

Pentingnya penelitian kualitatif tentang Strategi Komunikasi *Public Relations* Sekolah Menengah kejuruan Negeri (SMKN) 3 Pulau Mandangin Sampang dapat dirasakan berbagai pihak:

1. Bagi Peneliti

Dari Penelitian ini peneliti berharap mampu memberikan suatu kemajuan untuk lembaga dalam dunia pendidikan. Dan juga penelitian mampu memberikan manfaat kepada masyarakat banyak.

2. Bagi Masyarakat

Dengan penelitian ini berharap mampu memberikan wawasan bagi masyarakat luas dan untuk kalangan akademisi, dan lingkungan sekitar. Terutama yang mengkaji masalah yang ada relevansinya dengan penelitian ini suatu saat nanti.

3. Bagi Seluruh instansi

Dari adanya penelitian ini peneliti berharap semua instansi bisa lebih bersemangat dan mencetak inovasi-inovasi baru dalam ranah pendidikan dan mempertahankan eksistennya dikalangan masyarakat luas.

E. Definisi Istilah

Untuk mempermudah pemahaman terhadap Istilah dalam penelitian ini maka disini terdapat beberapa Istilah yaitu:

1. Strategi: Strategi adalah perilaku yang konsisten dan mudah diprediksi berdasarkan pola-pola yang telah dilakukan di masa lalu.⁷ Artinya strategi yaitu segala tindakan yang telah disetujui bersama dalam organisasi atau lembaga untuk mencapai tujuan yang sama dalam mempertahankan kualitas terbaik untuk kemajuan organisasi atau lembaga. Strategi merupakan suatu tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus yang dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang tujuan yang diharapkan. Artinya bahwa adanya suatu strategi dapat meningkatkan kualitas dari suatu organisasi/lembaga untuk menciptakan peningkatan dalam memajukan organisasi/lembaga tersebut.

Menurut Anthony dan Govindarajan strategi merupakan suatu proses dalam manajemen yang tersistematis yang didefinisikan sebagai proses dalam pengambilan keputusan atas program-program yang akan dilaksanakan oleh organisasi dan perkiraan sumber daya yang akan

⁷ Elnath Aldi, *Upaya Generalisasi Konsep Manajemen Strategik*. Jurnal. Ilmu ekonomi dan Sosial Vol, V1 No.2 Oktober 2015. 66

dialokasikan dalam setiap program yang dijalankan selama beberapa tahun mendatang.⁸

2. **Komunikasi:** Kata atau istilah komunikasi *communication* berasal dari bahasa latin *communication* atau *commucatio* atau *communicare* yang berarti atau menjadi milik bersama. Kata komunikasi menurut kamus besar bahasa mengacu pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan, Menurut *Webser New Collogiate Dictionary* komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antara individu melalui sistem lambang-lambang tanda-tanda atau tingkah laku.⁹ Jadi, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan kegiatan pertukaran informasi dari beberapa orang yang dapat dilakukan melalui tingkah laku seperti halnya menggerakkan bagian anggota tubuh yang menjadi acuan dalam berkomunikasi salah satunya seperti, mengedipkan mata, dan menggerakkan telapak tangan.

3. **Public Relations (Hubungan Masyarakat):** *public relations* adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja untuk membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakat.¹⁰ *public relations* salah satu hal yang bisa mengakomodir semua kebutuhan untuk berkomunikasi dengan orang lain khususnya membantu untuk kelancaran hubungan kerja yang baik

⁸ <https://materibelajar.co.id/pengertian-strategi/> (diakses pada tanggal 15 maret 2021 jam.13.09)

⁹ Riswandi, *Psikologi Komunikasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu 2013), 1.

¹⁰ <https://www.gurupendidikan.co.id/public-relation/>. (diakses pada tanggal 14 Oktober 2020 jam. 12.58)

pada organisasi.¹¹ Dengan demikian *public relations* merupakan suatu hal yang terencana secara terus-menerus sehingga dapat menciptakan citra baik dan nilai positif kepada masyarakat untuk organisasi.

¹¹ Nur Izzah Afkarina, *Strategi Komunikasi Humas Dalam membentuk public opini lembaga pendidikan*. Jurnal Idarah Vol.2 No.1 juni 2018.51

