

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

a. Paparan Profil Sekolah

Dalam bab ini, peneliti menyajikan beberapa hal yang berhubungan dengan data sekolah, paparan data penelitian serta temuan dan yang peneliti temukan di UPTD SMPN 8 Sampang, baik dari hasil wawancara, observasi, atau dokumentasi, Namun sebelum itu peneliti akan menggambarkan secara umum tentang profil UPTD SMPN 8 Sampang,

Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran dan sepintas pengetahuan tentang keadaan objek ataupun lembaga yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian. Dengan hal ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap pembaca terkait dengan keadaan yang sebenarnya di UPTS SMPN 8 Sampang.

Identitas Sekolah; Profil UPTD SMPN 8 Sampang

Nama	: UPTD SMPN 8 Sampang
NPSN	: 20555388
Alamat Sekolah	: Jl. Raya Aengsareh
Kode Pos	: 69251
Desa	: Aengsareh
Kecamatan	: Sampang
Kabupaten/Kota	: Sampang
Provinsi	: Jawa Timur
Nomer Telepon	:



E-mail : Smpn8sampang@gmail.com



- Visi : Menciptakan Generasi Berilmu, Berprestasi dan Berakhlak Karimah
- Misi :
1. Memberdayakan guru yang efektif
 2. Meningkatkan peserta didik Dalam bidang akademik dan Non akademik
 3. Mengembangkan peserta didik Menjadi manusia aktif, kreatif, Inovatif sesuai perkembangan zaman
 4. Memperkokoh nilai-nilai keagamaan, adat istiadat dan kebudayaan

b. Paparan Data Penelitian

1. Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *Image school branding* di UPTD SMPN 8 Samapang

Strategi merupakan sebuah perencanaan yang terarah dan dijalankan untuk memperoleh hasil yang telah di rencanakan. Strategi dapat dikatakan rencana keseluruhan untuk dapat mencapai sebuah tujuan melalui proses yang harus ditempuh guna mencapai suatu target yang telah direncanakan. Strategi apabila dijalankan dengan baik sebagaimana mestinya akan memberi gambaran dan berdampak positif dalam sebuah keputusan untuk mewujudkan suatu lembaga.

Seperti halnya yang telah dipaparkan oleh ibu Emi Djuhairiyah.

Selaku Kepala Sekolah UPTD SMPN 8 Sampang, Bahwa:

“Untuk semua kegiatan yang ada di dalam maupun di luar sekolah merupakan tanggung jawab saya sendiri selaku kepala sekolah. Namun saya sendiri tidak mungkin mampu dalam melakukan semuanya sendiri maka saya mengangkat waka humas dalam menciptakan image school branding



yang baik di sekolah, yaitu melalui promosi tentang sekolah. Jadi saya di bantu oleh waka humas”.¹

Dalam menciptakan image school branding yang baik di sekolah humas bertugas sebagai sebuah komunikator dengan menjalin hubungan erat yang baik dengan publik. Selain itu juga humas bertugas menjalin kerjasama dengan stakeholder. Hal ini disampaikan oleh waka humas. Yaitu:

Agung Prastadi selaku waka humas memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Di dalam pencapaian target dalam sebuah sekolah/lembaga strateginya melibatkan pihak internal dan eksternal dalam rangka dalam untuk melakukan penelitian internal dengan beberapa konsep atau pemahaman masyarakat sebagai konsumen sehingga kita mengetahui Apa keunggulan atau komplain yang kita punya secara internal bagi lembaga kita dan sesuai tidak langsung kita harus tahu keunikan sekolah ini dengan beberapa atau dengan perbedaan dengan sekolah lain sehingga kita mampu menentukan dan akan kita gunakan sebagai sebuah image sekolah ini”.²

Ibu Hasanah selaku guru bahasa indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

“Dalam pandangan atau pengetahuan Saya pribadi selaku guru dalam agenda agenda rapat sekolah ini sering keluar sekolah Husna Waka kehumasan terus mencari melakukan penelitian melalui data-data dari pandangan masyarakat tentang sekolah kita ini khususnya di bidang brainly yang kita miliki itu apa kita Mah keunikan kita sehingga kita itu menemukan perbedaan dengan sekolah-sekolah yang ada di sekitar kita”.³

Ibu Emi Djuhairiyah. Selaku Kepala Sekolah UPTD SMPN 8 Sampang, bahwa:

¹ Emi Djuhairiyah, Kepala Sekolah UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (19 Maret 2022)

² Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (19 Maret 2022)

³ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (19 Maret 2022)

“Saya sendiri selaku yang selalu mendapat catatan-catatan beserta perubahan-perubahan data tentang pandangan masyarakat terhadap ini sekolah kita ini yang kami terima dari kehumasan dan kami sendiri juga terus meningkatkan kompetensinya selaku karyawan di sekolah ini atau tetap di lembaga ini sehingga kita pun juga harus tahu ini kita di masyarakat itu seperti apa dan apa perbedaannya dengan sekolah-sekolah yang lain”⁴

Agung Prastadi selaku waka humas memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Dalam menciptakan *image school branding* perlu adanya sebuah kerja sama dengan masyarakat dalam mewujudkan sebuah tujuan sekolah mengenai strategi eksternal”.⁵

Ibu Hasanah selaku guru bahasa indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

“Secara detail kehumasan dalam membuat strategi untuk menciptakan *Init school branding* di UPTD SMPN 8 Sampang ini melalui dua strategi yaitu internal gimana hal ini terus berkelanjutan melakukan riset atau penelitian dan mengenali keunikan-keunikan sekolah sendiri dengan membedakan atau mencari perbedaan dengan sekolah-sekolah lain di sekitar sebagai kompetitor serta Kami tetap bekerja sama dengan para guru dan staf atau karyawan yang ada di dalam dan mereka akan diposisikan sebagai kekuatan penuh pihak internal sekolah dan kami juga menerima satu eksternal yakni Kami selalu membangun komunikasi sebagai jaringan kerja baik di sana wali murid masyarakat sekitar”.⁶

Strategi menciptakan *image school branding* tidak akan mempunyai makna apabila tidak ada usaha sekolah dalam membangun hubungan kerjasama dengan wali murid dan publik dengan menampakan diri pada khalayak sehubungan dengan *image school branding* itu sendiri. Strategi keluar yang dilaksanakan oleh waka humas dalam menciptakan *image school branding* yang baik di sekolah seperti dengan selalu aktif

⁴ Emi Djuhairiyah. Kepala Sekolah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (19 Maret 2022)

⁵ Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

⁶ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)



melaksanakan aktivitas dan bekerjasama dengan publik dan instansi lainnya.

Dengan dilaksanakannya strategi internal dan eksternal waka humas dan kepala sekolah UPTD SMPN 8 Sampang dapat memanfaatkan waktu dengan maksimal dalam mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan. Dalam menciptakan *image school branding* pada strategi internal yang utama harus dilakukan yaitu dengan meningkatkan kerja kepala sekolah dan guru melalui pelayanan akademik dan non akademik yang baik. Dalam menciptakan *image school branding* tidak hanya berfokus pada kegiatan humas melalui semua unsur terkibat didalamnya ada juga strategi eksternal dengan Membangun hubungan kerjasama dengan wali murid dan khalayak. baik publik internal maupun eksternal juga terlibat dalam menciptakan *image school branding*.

Ibu Emi Djuhairiyah. Selaku Kepala Sekolah UPTD SMPN 8 Sampang, menyampaikan bahwa:

“Sebelum kita menentukan langkah-langkah pelaksanaan humas kami membentuk tim dulu, tim itu kami di bagi beberapa kelompok, anggota yang ada di humas, kemudian dengan tugasnya masing-masing kita bekerja sebagai tim sesuai dengan tugasnya dan wilayahnya kami berbagi, wilayah untuk *menciptakan image school branding* jadi organisasi humas kami di bagi beberapa kelompok, strateginya adalah membagi tim dalam menciptakan *image school branding*, jadi humas itu dengan satu pemimpin itu melaksanakan apa yang sudah di tentukan dalam strateginya dan langkah-langkah yang dilakukan”.⁷

Agung Prastadi selaku waka humas memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Peran humas dalam sebuah lembaga pendidikan sangat menentukan dan menunjang hidup tidak hanya suatu lembaga,

⁷ Emi Djuhairiyah. Kepala Sekolah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (19 Maret 2022)

karena peran humas sangat berpengaruh sekali khususnya pada brand/merek atau daya tawar kepada masyarakat. Apabila strategi humas dijalankan dengan maksimal maka akan berpengaruh kepada daya saing penerimaan peserta didik baru”.⁸

Ibu Hasanah selaku guru bahasa Indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

“Humas memiliki peran secara fungsional dan struktural, peran humas sebagai fungsional adalah bagaimana wakil kepala sekolah beserta staf humas melaksanakan fungsinya secara profesional dalam melayani public internal dan eksternal, mengolah data dan opini public, mengelola informasi dan sebagainya. Peran fungsional ini terjadi melalui koordinasi pada setiap bagian, apakah kepada sesama wakil kepala sekolah, kepada tata usaha, dan staf administrasi tata usaha lainnya”.⁹

Ibu Emi Djuhairiyah. Selaku Kepala Sekolah UPTD SMPN 8 Sampang, bahwa:

“Hampir sebagian besar lembaga mempunyai program-program dan tujuan. khususnya humas setiap program itu pasti ada evaluasinya bedanya di kami evaluasi di lakukan kalau ada hasil, tapi kami. Tidak harus menunggu hasilnya seperti apa. Pihak kami mengevaluasi setiap proses yang kami lakukan itu bagaimana responsif yang muncul di kami. contohnya kita melakukan pendekatan pada masyarakat, kita menciptakan seperti apa sih SMP 8 itu, sedikit banyak kita harus tau kondisi masyarakat atau kulturalnya Masyarakat di sekitar kami, budayanya seperti apa kemudian pola pikir masyarakat bagaimana, langkah selanjutnya kami tidak harus menunggu hasil dari penerepan langkah-langkah kami untuk mencapai tujuan itu, jadi strategi kami cepat, tepat, dan itu mengengah pada masyarakat”.¹⁰

Agung Prastadi selaku waka humas memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Evaluasi dalam mempunyai peranan yang sangat penting

⁸ Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

⁹ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

¹⁰ Emi Djuhairiyah. Kepala Sekolah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (19 Maret 2022)

dalam kehidupan berorganisasi, karena hidup matinya sebuah organisasi Humas tergantung terhadap peranan humas. Hal ini tak lepas dari kegiatan yang mereka lakukan berhubungan langsung dengan seluruh publik lembaga pendidikan, dan pada dasarnya keberadaan sebuah lembaga pendidikan amatlah tergantung pada publik. Jika seorang humas dapat menciptakan suasana yang harmonis, saling kepercayaan antara pihak lembaga dan publik maka humas tersebut telah melaksanakan peran dan fungsinya dengan baik”.¹¹

Ibu Hasanah selaku guru bahasa Indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa

“Dalam sebuah lembaga pendidikan berperan untuk memasarkan dan membangun image yang baik, agar masyarakat mampu percaya pada lembaga pendidikan tersebut. Selain itu humas dalam lembaga pendidikan juga berperan untuk membina dan mengelola hubungan yang baik dengan publik internal seperti antar karyawan karena hubungan yang baik dalam publik internal sangat dibutuhkan untuk membangun dan menjaga lembaga pendidikan itu sendiri. Selain dengan publik internal, humas dalam lembaga pendidikan juga berperan untuk membina dan menjaga hubungan yang baik dengan publik eksternal dengan masyarakat. Untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat humas harus mampu menjaga hubungan baik tersebut. Humas juga harus mampu mendengar keinginan dan opini masyarakat untuk bahan evaluasi selanjutnya”.¹²

2. Implementasi Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *Image school branding* di UPTD SMPN 8 Sampang

Strategi merupakan proses dimana manajemen berusaha mewujudkan hal yang penting dalam sebuah perencanaan dalam mencapai sebuah tujuan didalam organisasi atau individu, Setiap lembaga harus memiliki strategi yang baik di UPTD SMPN 8 Sampang, khususnya dalam image school branding.

Berdasarkan realita pada setiap sekolah dalam menciptakan image yang akan diwujudkan seharusnya diinformasikan dan dikomunikasikan

¹¹ Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

¹² Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

melalui lingkungan internal dan eksternal. Diciptakannya image sekolah guna untuk memberi respon di era digitalisasi. Image salah satu aset penting sehingga harus dimiliki oleh setiap lembaga pendidikan sebagai bukti konkrit adanya mutu dan eksistensi sekolah. Sebab reputasi lembaga pendidikan akan memperlihatkan mutu pendidikan sebagai perwujudan dalam mencapai prestasi lembaga pendidikan sebagai indikator meraih keberhasilan program sekolah.

Emi Djuhairiyah selaku kepala sekolah memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Presepsi tentang humas kami dengan image school branding, atau pencitraan sekolah. Persepsi menurut saya adalah cara dalam Membangun jaringan kerja dengan orang tua murid dan masyarakat dapat pandangan atau pendapat jadi bagaimana kita menurut masyarakat pasti memiliki sudut pandang yang berbeda-beda. Sering saya dengar dari masyarakat bahwa, sekolah kami yang sebenarnya lembaga reguler, artinya kita memiliki kelengkapan sendiri, masyarakat berbeda memberi tanggapan kepada kami memang image sekolah kami itu belum semapan, lembaga lainnya karena sekolah kami baru berdiri 2007 jadi kita belum ada 20 tahun, baru ada 15 tahun, pandangan presepsi seperti itu kami merasa itu sebuah tantangan, bagaimana kami agar bisa merubah pandangan masyarakat bahwa kami lembaga yang sama dengan yang lain, dari situ kami mengatur strategi walaupun personil sedikit tidak sama dengan SMP yang lain kami tetap berusaha mengenal lebih dekat lembaga kami bahkan banyak dri mahasiswa yg datang ke kami untuk melakukan penelitian”.¹³

Agung Prastadi selaku waka humas memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Persepsi kualitas yang baik akan membentuk karakter yang kuat di mata masyarakat. Hal tersebut menjadi sinyal positif dalam hubungan dengan masyarakat. Bagi lembaga pendidikan brand image adalah persepsi yang melekat di dalam jasa pendidikan. dan pada dasarnya keberadaan sebuah lembaga

¹³ Emi Djuhairiyah. Kepala Sekolah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (19 Maret 2022)

pendidikan amatlah tergantung pada publik. Jika seorang humas dapat menciptakan suasana yang harmonis, saling kepercayaan antara pihak lembaga dan publik maka humas tersebut telah melaksanakan peran dan fungsinya dengan baik".¹⁴



Gambar1.1 Wawancara dengan Peserta Didik

Ibu Hasanah selaku guru bahasa indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa

"Jelas humas bukan soal bagaimana berkomunikasi yang memberi manfaat pada organisasi dengan cara menyampaikan informasi palsu atau hanya menunjukkan yang baik-baik saja. Komunikasi dibangun untuk relasi yang memberi manfaat baik bagi organisasi atau masyarakat. Humas tidak pernah berkaitan dengan tindakan yang hanya menguntungkan dan memberikan manfaat pada organisasi maupun merugikan masyarakat".¹⁵

Emi Djuhairiyah selaku kepala sekolah memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

"Sikap kami selaku anggota yang ada di lembaga ini, kalau kita tarik garis besarnya hampir sama bahwa sikap kami, kami menghadapi seperti Peningkatan layanan akademik dan non-akademik yang prima dalam strategi internalnya. itu memiliki strategi yang khusus yang mungkin tidak di miliki lembaga lain, sikap kami menghadapi persepsi seperti itu penarapan sikap strategi humas kami bagaimana mengimplementasikan dengan cara terjun langsung pada masyarakat, contoh kami mengadakan yasinan peserta didik siswa, itupun di lakukan di rumah siswa setiap jum'at manis di situ kami memberikan juga sosialisai atau gambaran-gambaran sekolah kami, anggaplah promosi atau mengenalkan jati diri kami Ke masyarakat. Memang masyarakat dalam lingkup sekolah kami banyak yang mengenal guru lama seperti saya dan sitti selaku TU, gambaran umum menyikapi masyarakat itu kami anggap sebagai tantangan mengenai tanggapan masyarakat terhadap sekolah

¹⁴ Agung Prastadi , UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

¹⁵ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

kami entah negatif atau positif".¹⁶

Agung Prastadi selaku waka humas memberikan pernyataan kepada peneliti bahwa:

"Sikap itu cara individu dalam hal merasakan, berpikir dan bertingkah laku terhadap sesuatu atau orang lain dan sifatnya relatif permanen. Dalam hal ini, saya selaku guru memiliki peran pengaruh yang besar dalam hal perubahan tingkah laku siswa melalui komunikasi yang persuasif".¹⁷

Ibu Hasanah selaku guru bahasa Indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

"Image sekolah merupakan pemahaman masyarakat mengenai sekolah. Kepercayaan masyarakat dan pandangan masyarakat tentang sekolah itu sangat mempengaruhi image sekolah, sikap kami menghadapi persepsi seperti itu penerapan sikap strategi humas kami bagaimana mengimplementasikan dengan cara terjun langsung pada masyarakat".¹⁸

Emi Djuhairiyah selaku kepala sekolah memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

"Motivasi, semuanya berhubungan, sikap yang tadi jelaskan hubungannya nanti memberikan efek motivasi strategi humas dari sisi eksternal, kami dari sisi eksternal bekerja sama dengan pihak luar, yang termotivasi tidak semua baik dari faktor eksternal itu bagaimana pendapat kami tentang tentang sikap bekerja sama dengan pihak puskesmas jadi dsitulah muncull motivasi, sedikit tergugah untuk semakin bersamangat memberikan kepada masyarakat walaupun keterbatasan yang kami punya, tetap berusaha memberikan yang terbaik putra putri desa kami karena memang jujur sebagian 90% siswa kami bagian dari desa terdekat, jadi bagaimana motivasi kami itu berhubungan semua dengan persepsi, sikap".¹⁹

Agung Prastadi selaku waka humas memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

"Motivasi, tersebut berkaitan dengan suatu tujuan sekolah dalam. Maka tanpa adanya suatu tujuan, maka tidak akan adan motivasi

¹⁶ Emi Djuhairiyah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (24 Maret 2022)

¹⁷ Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

¹⁸ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

¹⁹ Emi Djuhairiyah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (24 Maret 2022)

peserta didik dalam dunia pendidikan. Oleh karena itu peran guru dalam memotivasi sangat berperan penting dalam mempengaruhi. Motivasi memegang peranan yang sangat penting didalam upaya mencapai tujuan yang diinginkan, di dalam bidang pendidikan untuk mencapai tujuan”.²⁰

Ibu Hasanah selaku guru bahasa indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

“Selain image, yang mempengaruhi peserta didik dalam memilih adalah motivasi. Istilah yang menunjuk pada seluruh proses gerakan, termasuk situasi yang mendorong, dorongan yang timbul dari dalam individu, tingkah laku yang ditimbulkannya, dan tujuan atau akhir dari gerakan atau perbuatan. Motivasi peserta didik dalam memilih sekolah dipengaruhi beberapa faktor. Faktor tersebut dapat berupa faktor internal dan eksternal”.²¹

Emi Djuhairiyah selaku kepala sekolah memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Kognisi sebuah pemahaman peserta didik untuk meperoleh informasi informasi baru akan meningkatkan secara tidak langsung proses ini juga bantu dalam Peningkatan kerja kepala sekolah, pendidik, dan tenaga kependidikan. Serta menciptakan kepercayaan diri peserta didik dalam melaksanakan sebuah tugas sekolah juga meningkatkan kemampuan belajar di seumur hidupnya dalam starategi internal. Kognisi sangat diperlukan dalam faktor internal dan eksternal dalam mempengaruhi proses mental individu untuk melakukan pembelajaran, secara sederhana menggambarkan bahwa belajar adalah aktivitas internal yang terdiri dari beberapa proses, seperti: pemahaman, mengingat, mengolah informasi, problem, dan prediksi serta pemasaran”.²²

Agung Prastadi selaku waka humas memberikan penjelasan kepada peneliti bahwa:

“Dengan adanya humas membuat publik dan organisasi bisa mengenal dalam hal kebutuhan,harapan,kepentingan,atau budaya masing-masing. Keberadaan humas dalam menciptakan image dalam penguatan dan perubahan kognisi, efeksi dan prilaku komunikasi untuk menjaga dan membentuk prilaku positif publik terhadap lemabaga”.²³

²⁰ Agung Prastadi , UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

²¹ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

²² Emi Djuhairiyah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (24 Maret 2022)

²³ Agung Prastadi , UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

Ibu Hasanah selaku guru bahasa Indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

“Terpeliharanya dan terbentuknya saling pengertian (aspek kognisi). Dimulai saling mengetahui atau mengenal tujuan humas pada akhirnya membuat publik dan lembaga mengenal. Baik mengenai kebutuhan dan kepentingan serta harapan publik masing-masing. Disinilah humas menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dan tenaga kependidikan. Serta menciptakan kepercayaan diri peserta didik dalam melaksanakan sebuah tugas sekolah juga meningkatkan kemampuan belajar di seumur hidupnya dalam strategi internal. Kognisi sangat diperlukan dalam faktor internal dan eksternal dalam mempengaruhi proses mental individu”.²⁴

Dalam menjalankan aktivitas sekolah humas berperan untuk mewujudkan citra positif. Pencitraan sekolah sangat dibutuhkan seperti aktivitas-aktivitas, prestasi, dan keunggulan lembaga pendidikan harus dikomunikasikan pada masyarakat.

Dapat di temukan bahwa dalam sebuah lembaga adanya implementasi strategi manajemen humas dalam menciptakan *image school branding* merupakan hal yang baik dilakukan karena dalam proses ini harus dilaksanakan dengan implementasi strategi internal dan eksternal yaitu dengan menerapkan sikap dalam memotivasi menciptakan *image school branding* serta bagaimana mengenai perspektif untuk Membangun hubungan kerjasama dengan wali murid dan publik.

UPTD SMPN 8 Sampang memiliki strategi dalam menerapkan strategi internal dan eksternal dengan meningkatkan pelayanan akademik dan non akademik yang baik. Dengan meningkatkan kerja kepala sekolah dan guru. Dalam menciptakan *image school branding* melalui promosi di

²⁴ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (22 Maret 2022)

media sosial. Hal ini untuk menciptakan persepektif masyarakat terhadap sekolah dengan mengadakan pertemuan wali murid untuk Membangun jaringan kerja dengan dan masyarakat dalam mencapai sebuah tujuan.

Dapat di temukan dalam implementasi strategi internal yaitu dengan memberikan motivasi yang dapat mempengaruhi sebuah sikap yang dapat meningkatkan kerja meningkatkan kerja kepala sekolah dan guru. Serta pada implementasi eksternal yaitu dengan membangun jaringan kerja dengan masyarakat agar tercapainya sebuah tujuan sekolah melalui persepsi terhadap pandangan dalam suatu proses menciptakan image school branding.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Mengimplementasikan Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan Image School Branding Di UPTD SMPN 8 Sampang

Dalam pelaksanaan strategi manajemen humas dalam menciptakan *image school branding* tidak seterusnya berjalan dengan lancar. Karena dalam setiap perencanaan suatu kegiatan dalam mencapai tujuan tentunya akan ada suatu hal yang dapat berpengaruh pada perencanaan kegiatan itu sendiri. Seperti faktor pendukung dan penghambat dari menciptakan *image school branding* yang telah di buat, bapak Agung Prastadi selaku waka humas , memaparkan bahwa:

“Faktor pendukung bagi strategi manajemen humas dalam menciptakan *image school branding* adalah dalam strategi menciptakan image yang baik pada masyarakat dapat juga melakukan promosi menggunakan media sosial serta ada pula komite jadi bagaimana selaku waka humas bekerja sama dengan komite untuk menciptakan image yang baik serta branding sekolah atau pandangan masyarakat tentang image sekolah itu mencapai tujuan sekolah, jadi faktor yang pertama komite, yang kedua dari personal dari lembaga kami itu ada



kepala sekolah selaku manajerial dan juga guru-guru sebagai pendidik ada tenaga administrasi yang di sebut TU tata usaha dari peserta didik sendiri jadi kami tidak serta merta terjun langsung kepada masyarakat dalam menyampaikan informasi-informasi tentang sekolah kami, yang ketiga instansi yaitu dinas pendidikan bekerja sama dengan dinas pendidikan sebagai naungan kami untuk mengkonsultasikan tujuan sekolah".²⁵

Ibu Hal ini serupa dengan pemaparan dari ibu Emi Djuhairiyah selaku kepala sekolah, beliau memaparkan:

"Faktor yang mendukung terlaksananya hubungan sekolah dengan masyarakat terdapat program dan perencanaan yang dapat menciptakan image. Tersedianya tenaga ahli terampil dan alat sarana serta dana yang memadai kondisi organisasi sekolah yang memungkinkan meningkatkan kegiatan sekolah. pada masyarakat dapat juga melakukan promosi menggunakan media sosial serta ada pula komite jadi bagaimana selaku waka humas bekerja sama dengan komite untuk menciptakan image yang baik serta branding sekolah atau pandangan masyarakat tentang image sekolah itu mencapai tujuan sekolah".²⁶

Ibu Hasanah selaku guru bahasa indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

"Faktor yang mendukung pula dengan memfalisasi prilaku individu atau kelompok termasuk keterampilan. Seperti halnya ketersediaan, keterjangkauan sumber daya pelayanan kesehatan, proritas dan komitmen masyarakat dan pemerintah, komite jadi bagaimana selaku waka humas bekerja sama dengan komite untuk menciptakan image yang baik serta branding sekolah atau pandangan masyarakat tentang image sekolah itu mencapai tujuan sekolah, jadi faktor yang pertama komite, yang kedua dari personal dari lembaga kami itu ada kepala sekolah selaku manajerial dan juga guru-guru sebagai pendidik ada tenaga administrasi yang di sebut TU tata usaha dari peserta didik sendiri jadi kami tidak serta merta terjun langsung kepada masyarakat".²⁷

Agung Prastadi selaku waka humas memberikan penjelasan kepada

²⁵ Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (4April 2022)

²⁶ Emi Djuhairiyah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (4April 2022)

²⁷ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (4 April 2022)



peneliti bahwa:

“Strategi manajemen humas dalam menciptakan image atau citra merek termasuk dalam positioning yaitu bagaimana saya selaku waka humas menempatkan posisi brand sekolah di benak masyarakat. Suatu brand image yang baik dan kuat mempengaruhi minat siswa. Sebab dengan adanya media sosial sangat memudahkan untuk mempromosikan sekolah pada masyarakat”.²⁸

pemaparan dari ibu Emi Djuhairiyah selaku kepala sekolah,

beliau memaparkan:

“Dalam strategi dalam menciptakan image yang baik dengan adanya media sosial sangat membantu, untuk mempublikasikan kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah karna pada saat ini penggunaan media sosial sangat banyak sehingga dapat mempromosikan sekolah dengan mudah”.²⁹

Ibu Hasanah selaku guru bahasa indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

“Menciptakan image yang baik menjadi kunci penting bagi peningkatan sekolah dan tetap bisa bertahan dalam era persaingan sekolah-sekolah, strategi manajemen humas dalam upaya penguatan branding sekolah, diantaranya penguatan mutu sekolah dengan mempromosikan kegiatan sekolah melalui media sosial agar lebih memudahkan penyampaian pada masyarakat”.³⁰

Bisa dikatakan bahwa faktor yang mendukung dalam menciptakan image yang baik yaitu menggunakan media sosial dan mempromosikan kegiatan sekolah serta kebersamaan semua pihak. Dan tentunya dukungan dari semua pihak sangatlah dibutuhkan. Dalam strategi menciptakan image yang baik tidak hanya dilakukan dalam internal sekolah, pihak sekolah mengadakan kerja sama dengan komite. dalam membantu menciptakan image adalah tugas dari humas tetapi dibutuhkan kebersamaan dari semua guru atau pegawai yang bisa membantu proses tersebut.

²⁸ Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (4April 2022)

²⁹ Emi Djuhairiyah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (4April 2022)

³⁰ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (4 April 2022)

setiap perencanaan kegiatan tentunya memiliki hambatan, mulai dari proses perencanaannya, dalam faktor penghambat yaitu dari sisi internal dan eksternalnya, tidak semua lembaga itu kelihatan dari luar dalamnya baik-baik saja kami bisa pastikan akan hal itu. Tidak semua lembaga atau organisasi dilihat dari luar dalamnya baik-baik saja melainkan setiap lembaga pasti memiliki problem di dalam organisasi internalnya. Seperti halnya peserta didik yang terkadang memberikan informasi-informasi yang tidak sesuai pada masyarakat”.

Waka humas bapak Agung prastadi menyampaikan yang menjadi faktor penghambat dalam strategi manajemen humas dalam menciptakan image school branding, yaitu:

“Faktor penghambat strategi dalam menciptakan image yaitu kesalahan peserta didik yang memberikan informasi asal-asalan kepada masyarakat, serta kurangnya kesadaran masyarakat dan lingkungan akan pentingnya kerja sama antara pihak sekolah dengan masyarakat dan pentingnya sebuah dukungan dari masyarakat. Tetapi tidak semua masyarakat tapi hanya beberapa, tetapi hal tersebut termasuk kendala yang menghambat program yang dilakukan di sekolah”.³¹

Hal ini senada dengan apa yang telah dipaparkan oleh ibu Emi Djuhairiyah selaku kepala sekolah bahwa:

“Adapun yang menjadi faktor penghambat proses hubungan sekolah dengan masyarakat yaitu kurangnya pemahaman masyarakat tentang pendidikan dan juga pemahaman warga sekolah tentang apa bagaimana harusnya pengelola hubungan sekolah dengan masyarakat dibangun. Sebab kesalahan peserta didik yang seringkali memberikan informasi yang salah kepada masyarakat, serta kurangnya kesadaran masyarakat dan lingkungan akan pentingnya kerja sama antara pihak sekolah dengan masyarakat dan pentingnya sebuah dukungan dari masyarakat”.³²

Ibu Hasanah selaku guru bahasa indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

³¹ Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (13 April 2022)

³² Emi Djuhairiyah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (13 April 2022)

“Faktor penghambat disini salah satunya yang menghambat jalan suatu kegiatan sekolah. dan sebagian siswa yang menyampaikan informasi asal-asalan kepada masyarakat, serta kurangnya kesadaran masyarakat dan lingkungan akan pentingnya kerja sama antara pihak sekolah dengan masyarakat dan pentingnya sebuah dukungan dari masyarakat”.³³

Waka humas bapak Agung prastadi menyampaikan yang menjadi strategi manajemen humas dalam menciptakan image school branding, yaitu:

“Saya sebagai waka humas memiliki peran sangat penting untuk menginformasikan aktifitas dan perkembangan sekolah pada masyarakat di sekitar lingkungan sekolah. Antara lain sejarah sekolah, prestasi sekolah, program dan kegiatan sekolah kepada masyarakat agar mendapatkan simpati serta dukungan dan juga mendapatkan image yang baik dari banyak kalangan”.³⁴

Hal ini senada dengan apa yang telah dipaparkan oleh ibu Emi Djuhairiyah selaku kepala sekolah bahwa:

“Dukungan dari masyarakat merupakan hal terpenting untuk menciptakan image di sekolah. Namun kurangnya dukungan dari masyarakat merupakan hambatan dari pelaksanaan strategi humas. Dalam menyikapi hal tersebut dapat dilakukan pendekatan secara persuasif kepada masyarakat sekitar sekolah”.³⁵

Ibu Hasanah selaku guru bahasa indonesia memaparkan kepada peneliti bahwa:

“Selain itu humas juga harus mampu menciptakan dan menjaga hubungan yang harmonis baik secara internal maupun eksternal dalam lembaga pendidikan, serta humas juga harus mampu mengelola informasi kepada publik terkait dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada lembaga pendidikan, karena lembaga pendidikan dituntut untuk menyesuaikan dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada era global. Serta mendapatkan simpati serta dukungan dan juga mendapatkan image yang baik dari banyak kalangan”.³⁶

³³ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (4 April 2022)

³⁴ Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (13 April 2022)

³⁵ Emi Djuhairiyah, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (13 April 2022)

³⁶ Hasanah, Guru Bahasa Indonesia, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (4 April 2022)

Dapat di temukan bahwa yang menjadikan faktor penghambat strategi manajemen humas dalam menciptakan *image school branding* yaitu peserta didik memberikan informasi yang salah pada masyarakat dan kurangnya kesadaran dari beberapa masyarakat sekitar sekolah dalam menjalin kerjasama yang baik antara pihak sekolah dengan publik.s

A. TEMUAN PENELITIAN

1. Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *Image school branding* Di UPTD SMPN 8 Sampang, di temukan adanya 2 strategi yaitu strategi internal melalui riset atau penelitian dengan mengenali Keunikan Sekolah, menentukan kompetitor, serta memposisikan guru dan karyawan pada posisi yang snggat strategis dan keunggulan dalam kinerja. Dan strategi eksternal dengan membangun saluran komunikasi pada hubungan kerjasama dengan wali murid dan publik.
2. Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *Image school branding* Di UPTD SMPN 8 Sampang diimplementasikan melalui strategi internal yaitu dengan memberikan motivasi yang dapat memperbaiki dan meningkatkan kognisi dan sikap yang dapat meningkatkan kerja kepala sekolah dan guru. Sedangkan pada implementasi eksternal yaitu dengan membangun jaringan kerja dengan masyarakat agar tercapainya sebuah tujuan sekolah melalui persepsi terhadap pandangan dalam suatu proses menciptakan image school branding.
3. Faktor pendukung bagi strategi manajemen humas dalam menciptakan *image school branding* adalah menciptakan image yang baik pada masyarakat dengan melakukan promosi menggunakan media sosial serta adanya peran serta komite, sedangkan faktor penghambat yaitu peserta didik memberikan informasi yang salah pada masyarakat dan kurangnya



kesadaran dari beberapa masyarakat sekitar sekolah dalam menjalin kerjasama yang baik antara pihak sekolah dengan publik.

B. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti akan membahas mengenai hasil penelitian yang dilaksanakan di UPTD SMPN 8 Sampang. Tentang “Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *Image school branding* Di UPTD SMPN 8 Sampang” dengan kajian teori yang telah di paparkan pada BAB sebelumnya.

1. Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan *Image School Branding*

Jika berbicara tentang strategi manajemen humas dalam menciptakan *image school branding* yaitu merupakan suatu konsep ataupun rencana yang akan dilaksanakan rangkaian aktivitas guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Strategi mencakup tujuan, proses aktivitas.³⁷ Selain itu, strategi terdapat di dalam perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi pembelajaran sebagai elemen penting dalam tahapan proses pembelajaran.

Begitu juga dalam menciptakan image sekolah merupakan tugas yang harus dilaksanakan oleh lembaga pendidikan, jika sekolah mempunyai image yang baik dalam lingkungan masyarakat akan menaikkan reputasi sekolah dalam lingkungan masyarakat. Image yang terbentuk dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung, beberapa faktor membentuk image, antara lain identitas fisik dan nonfisik, mutu hasil, serta kegiatan dan pola hubungan dengan publik.³⁸

³⁷ Agung Prastadi, UPTD SMPN 8 Sampang, *wawancara langsung* (19 maret 2022)

³⁸ Gassing. *Public Relation*, (Yogyakarta: CV Andi Offien, 2016), hlm, 157.

Mujib dan Tutik menawarkan strategi dalam menjalankan branding harus menjawab 5W+1H, itulah mengapa dikatakan *product made in the factory. Brand created in the mind* (Walter Landors, sang maestro kreator Logo dan aplikasi branding). Berikut strategi dalam branding sekolah.³⁹

1. Lakukan Riset

Langkah riset yang sangat signifikan dilaksanakan yaitu dengan melaksanakan penelitian terhadap target kompetitor dan audien. Riset dilakukan untuk melihat identitas merek pesaing dalam suatu sektor. Untuk melaksanakan riset, bisa dilakukan beberapa perencanaan sebagai berikut:

a. Mencari Wawasan konsumen (*Consumer Insight*)

Tahap ini merupakan proses untuk mencari tahu secara mendalam dan holistik mengenai latar belakang tindakan, pemikiran dan tingkah laku seorang pelanggan yang berkaitan dengan komunikasi dan produk iklannya, termasuk mengetahui posisi dan segmentasinya.

b. Menentukan Tema atau Ide

Langkah selanjutnya yaitu mencari ide ataupun tema hasil dari beberapa data yang telah dikumpulkan dan wawasan pelanggan yang kemudian dirumuskan dalam bentuk aktivasi brand.

c. Menentukan Saluran Komunikasi

Apabila sekolah mengetahui dengan jelas segmentasinya, maka sekolah dapat mengetahui bagaimana berkomunikasi yang baik dengan

³⁹ Fathul Mujib, dan Tutik Saptiningsih. *School Branding Strategi di Era Disruptif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara),2020. 67-68

mereka.

2. Kenali Keunikan Sekolah Anda

Anda dapat menentukan merek sesuai dengan sektor pasar yang tepat sasaran, serta pastikan juga bahwa merek anda bukan hanya unik melainkan lebih unggul dari kompetitor lainnya.

3. Tentukan Kompetitor

Salah satu esensi dari perspektif persaingan yaitu menyiapkan segala keunggulan merupakan bentuk dari terciptanya daya saing. Daya saing yaitu keunggulan dalam bersaing bukan hanya mampu menjual produk dan jasa, namun juga dapat menguasai keadaan pasar. Keunggulan bersaing dapat diciptakan sebab memiliki berbagai keunggulan komparatif (keunggulan jati diri).

4. Menentukan Fokus dan Karakteristik Brand

Menetapkan fokus brand adalah suatu yang sangat urgen sebab akan berpengaruh terhadap seluruh elemen yang ada selama membangun brand. Cara untuk menetapkan karakteristik sebuah brand yakni memperlakukan layaknya seperti manusia, yaitu mengetahui penampilan serta karakter yang membuat target audiens tertarik.

5. Memperluas Branding

Untuk memperluas Branding diperlukan kreativitas dengan melaksanakan hal-hal yang sebelumnya tidak pernah dilakukan baik oleh diri sendiri maupun orang lain. Dalam membangun brand tidak hanya berhenti pada saat membuat slogan dan logo, sebab brand harus tetap konsisten dan



selalu ada apabila konsumen melakukan interaksi.

6. Menerapkan Branding

Setiap sekolah perlu memiliki pola pikir tentang branding. Tidak hanya *knowing* (tahu) dan *believing* (mempercayai), tetapi juga *act* dan *doing* (melakukan). Sesuatu yang perlu dilakukan sekolah adalah tentang siapa yang melakukan apa (*who doing what*) dalam menerapkan branding.

7. Rebranding

Brand merupakan identitas yang perlu dikembangkan dan diwariskan untuk terus berkelanjutan. Brand harus terus maju dan penjualan harus terus meningkat.⁴⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang di peroleh dari beberapa sumber baik dari kepala sekolah, waka humas, guru bahwasanya dalam menciptakan image sekolah merupakan langkah yang harus di lakukan sebagai indikator dalam menciptakan image yang baik dalam lingkungan masyarakat.

Mujib dan Tutik menambahkan brand yang ditawarkan bisa menarik, mudah diingat konsumen, dan mampu menciptakan loyalitas konsumen, maka brand dan strategi branding harus didesain agar komunikatif dan dapat diterima oleh konsumen. Berikut langkah-langkah membuat desain branding:⁴¹

1. Menentukan Identitas Brand

Sebuah brand wajib mempunyai identitas yang kuat sehingga akan memberi pengaruh antara brand dan pelanggan. Pembentukan identitas brand

⁴⁰ Ibid. 67-74

⁴¹ Fathul Mujib, dan Tutik Saptiningsih. *School Branding Strategi di Era Disruptif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara),2020. 74-75

dapat dikemas dengan lebih menarik dalam bentuk logo, *tagline*, kemasan, *brand endorser*, dan sebagainya.

Hal pertama yang dilakukan dalam menetapkan identitas brand yang akan ditawarkan yaitu meliputi karakter, filosofi, dan pesan yang akan ditonjolkan dalam brand tersebut. Selanjutnya adalah menetapkan visi misi yang ingin diraih dengan desain brand tersebut.

2. Menentukan Target Pasar yang Akan Dibidik

Sekolah perlu memiliki ketajaman dalam menentukan segmen pasar yang akan dituju dan dibidik. Sebab orangtua yang memiliki penghasilan sama, ternyata memiliki respons konsumsi yang berbeda. Konsumen dapat dibedakan berdasarkan karakteristik demografis (usia, gender, pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya), geografis (wilayah tempat tinggal), atau geodemografisnya (pelanggan yang tempat tinggalnya di suatu daerah yang diyakini mempunyai karakter demografis serupa). Selain itu, juga bisa dilakukan dengan memahami perbedaan gaya hidup yang bisa dipetakan dari perbedaan variabel tabiat-tabiat kepribadian, tingkat sosial ekonomi, perilaku dan motivasi.

3. Guru dan Karyawan Berposisi Penting

Guru dan karyawan, orangtua, murid, dan pelanggan internal lain adalah duta merek (*brand ambassador*) yang sesungguhnya. Mereka memberi andil yang sangat urgen terhadap reputasi dan kesuksesan lembaga pendidikan di mata publik eksternal, karena mereka merupakan agen menyampaikan identitas brand pada pelanggan. Sekolah harus membuat guru dan karyawan, siswa dan stakeholder untuk memiliki awareness terhadap kehadiran brand



sekolah.

4. Produk dan Layanan

Suatu hal yang urgen dari pemasaran yaitu produk dan pelayanan. Karena hal ini mampu memengaruhi keputusan pelanggan sebab produk dan pelayanan adalah sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi keperluan pelanggan.

5. Komunikasi

Komunikasi memiliki peranan urgen untuk dapat mengaktifkan identitas, produk, pelayanan, dan karyawan. Aktivasi harus mendapatkan dukungan dan terintegrasi oleh seluruh elemen dalam lembaga pendidikan. Untuk publik eksternal diperlukan kerja sama untuk memaksimalkan aktivasi brand dengan semua stakeholder meliputi mitra kerja sama, media, komunitas, dan lainnya untuk menyokong tujuan lembaga pendidikan.

Perangkat yang digunakan untuk komunikasi harus maksimal untuk mencakup area yang luas seperti komunikasi dari media cetak misal majalah internal, poster, *banner*, pamflet, dan sebagainya. Adapun media komunikasi yang digunakan meliputi internet, *website*, media sosial, telepon, dan *event organizer*. Sedangkan media lainnya seperti radio, televisi serta surat kabar. Dan Edukasi misalnya melalui seminar, *talk show*, dan pelatihan.⁴²

2. Implementasi Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan *Image school branding*

Berdasarkan realita di setiap lembaga pendidikan dalam implementasi

⁴² Ibid. 74-80

strategi menciptakan *image school branding* yang akan diwujudkan seharusnya diinformasikan dan dikomunikasikan melalui lingkungan internal dan eksternalnya. Diciptakannya image sekolah untuk merespon era digitalisasi saat ini. Citra/image salah satu aset penting sehingga harus dimiliki oleh setiap lembaga pendidikan sebagai bukti konkrit adanya mutu dan eksistensi sekolah. Sebab reputasi lembaga pendidikan akan memperlihatkan mutu pendidikan sebagai perwujudan dalam mencapai prestasi sebagai indikator meraih keberhasilan program sekolah.

Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan *Image school branding* Di UPTD SMPN 8 Sampang diimplementasikan melalui strategi internal yaitu dengan memberikan motivasi yang dapat mempengaruhi sebuah sikap yang dapat meningkatkan kerja kepala sekolah dan guru. Sedangkan dalam implementasi eksternal yaitu dengan membangun jaringan kerja dengan masyarakat agar tercapainya sebuah tujuan sekolah melalui persepsi terhadap pandangan dalam suatu proses menciptakan image school branding.

Dianalisis melalui strategi proses menciptakan image school branding melalui pemahaman sebagaimana menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto, menyatakan bahwa terdapat empat komponen dalam membentuk citra diantaranya sebagai berikut:

- a. Persepsi, didefinisikan sebagai hasil observasi terhadap unsur lingkungan yang berkaitan dengan proses pemaknaan. Seseorang akan memberi makna terhadap rangsang yang didasarkan pada pengalamannya sehingga kemampuan persepsi ini dapat dilanjutkan pada proses pembentukan citra/image.



- b. Kognisi, adalah keyakinan diri yang ada dalam seseorang terhadap stimulus yang akan timbul apabila seseorang diberikan informasi yang jelas dan cukup sehingga mampu mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- c. Motivasi akan menggerakkan respon seperti apa yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motivasi merupakan suatu kondisi dalam pribadi individu yang mendorong keinginannya untuk melaksanakan aktivitas-aktivitas tertentu untuk mencapai tujuan.
- d. Sikap adalah kecenderungan untuk melakukan tindakan, persepsi, berfikir, serta merasa dalam menghadapi sesuatu obyek, ide, kondisi ataupun nilai. Sikap memiliki daya dorong ataupun motivasi dalam menetapkan pro atau kontra terhadap sesuatu, menetapkan apa yang disenangi, diinginkan serta diharapkan, sekaligus sikap mengandung aspek evaluatif maksudnya mengandung nilai yang menyenangkan ataupun tidak menyenangkan, bahkan sikap dapat diperhitungkan maupun diubah.⁴³

Pemahaman tersebut membawa peneliti menyepakati pemahaman menurut Triwiyanto bahwa usaha ataupun strategi yang mampu dilaksanakan untuk melakukan pencitraan publik (*school branding*) terhadap lembaga pendidikan. Adapun strategi pencitraan sekolah tersebut diantaranya: 1) Meningkatkan kerja kepala sekolah dan guru. 2) Partisipasi lembaga pendidikan dalam aktivitas-aktivitas perlombaan sekolah dan peserta didik. 3) Membangun hubungan kerja yang baik dengan wali murid dan publik. 4)

⁴³ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 116.

meningkatkan pelayanan akademik dan non akademik yang unggul. 5) Kepemilikan peringkat akreditasi lembaga pendidikan yang baik.⁴⁴

Maka berdasarkan temuan penelitian dan konsep teoritis, dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi manajemen humas dalam menciptakan *image school branding* diimplementasikan melalui strategi internal yaitu dengan memberikan motivasi yang dapat memperbaiki dan meningkatkan kognisi dan sikap yang dapat meningkatkan kerja kepala sekolah, pendidik, dan tenaga kependidikan. Sedangkan dalam implementasi eksternal yaitu dengan membangun jaringan kerja dengan masyarakat agar tercapainya sebuah tujuan sekolah melalui persepsi terhadap pandangan dalam suatu proses menciptakan *image school branding*.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Mengimplementasikan Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan *Image school branding*.

Jika berbicara tentang menjalankan strategi tentu pasti ada yang namanya faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan strategi tersebut, baik dari strategi yang telah di buat maupun yang menjalankan. Menurut data yang diperoleh ketika wawancara ada beberapa faktor pendukung di antaranya dengan adanya promosi pada media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat dalam melakukan promosi ataupun publikasi dari pihak sekolah mengenai kegiatan yang di lakukan ataupun yang telah dilakukan oleh pihak sekolah.

Tentunya pasti ada faktor penghambat dari pelaksanaan strategi menciptakan *image school branding*. Dari hambatan tersebut di antaranya

⁴⁴ Tutut Sholihah, Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu Jmpi Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Vol. 3 No. 2, Desember 2018 JMPI homepage: <http://ejournal.uin-malang.ac.id/index.php/jmpi/index>

yaitu peserta didik yang menyampaikan informasi salah serta kurangnya kesadaran sebagian masyarakat akan pentingnya dukungan pihak masyarakat kepada sekolah, walaupun hanya sebagian dari masyarakat hal tersebut merupakan sebuah hambatan bagi sekolah dalam menjalankan strateginya. Hal tersebut dapat di dapat di atasi dengan pendekatan persuasif. Dengan cara melakukan pendekatan yang bersifat membujuk halus dengan tanpa ada paksaan. Karena dukungan dari masyarakat sekitar merupakan hal yang sangat dibutuhkan dalam menciptakan image yang baik.

Dapat dipahami bahwa yang menjadikan faktor penghambat strategi manajemen humas dalam menciptakan *image school branding*, yaitu peserta didik memberikan informasi yang salah pada masyarakat dan kurangnya kesadaran dari beberapa masyarakat sekitar sekolah dalam menjalin hubungan kerja sama yang baik antara pihak lembaga pendidikan dengan publik.

Berdasarkan uraian tersebut dapat kita simpulkan bahwa faktor pendukung dan penghambat dalam mengimplementasikan strategi manajemen humas dalam menciptakan *image school branding* di UPTD SMPN 8 Sampang, antara lain didukung media sosial sebagai media promosi ataupun publikasi, sedangkan faktor penghambat adanya informasi yang salah kepada masyarakat dan kurangnya kesadaran masyarakat dalam berpartisipasi kepada sekolah dalam membangun *image school branding*.

