

STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH DI SMP AN-NUR II BULULAWANG DAN SMP AL- IZZAH KOTA BATU

Kuntum Khaira Ummah¹, Imam Muslimin², Abdul Aziz³
^{1,2,3} MPI Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
[1ummahkuntumkhaira269@gmail.com](mailto:ummahkuntumkhaira269@gmail.com), [2muslimin@uin-malang.ac.id](mailto:muslimin@uin-malang.ac.id),
[3aaziz@uin-malang.ac.id](mailto:aaziz@uin-malang.ac.id)

ABSTRACT

Public Relations is the spearhead of a school and is a reflection of an institution to the public. Therefore, public relations must be able to establish good relationships with stakeholders in order to establish good relationships and positive views of the school to get a positive image from the institution. The type of research used is qualitative. The data collection methods are interviews, observations, and documentation. The results of this study are: 1. Public relations strategy planning in improving the image of the school at SMP An-Nur II Bululawang and SMP Al-Izzah Kota Batu has differences both from history, school programs, vision and mission, strengths, opportunities, weaknesses and threats faced are also different. This program will be discussed during the meeting. 2. Implementation of public relations strategies in improving the image of schools at SMP An-Nur II Bululawang and SMP Al-Izzah Kota Batu, implementing work programs that have been set and realizing school programs that are tailored to their respective fields. 3. The results of the public relations strategy in improving the image of the school at SMP An-Nur II Bululawang and SMP Al-Izzah Kota Batu have a positive effect on the image of the two schools, both because of the history, facilities, services, and achievements of the school achieved by the institution.

Keywords: *school image, public relations strategy*

ABSTRAK

Humas merupakan ujung tombak sebuah sekolah dan merupakan cerminan sebuah institusi kepada publik. Oleh karena itu, humas harus mampu menjalin hubungan baik dengan stakeholder agar terjalin hubungan baik dan pandangan positif terhadap sekolah untuk mendapatkan citra positif dari institusi. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Metode pengumpulan data adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah: 1. Perencanaan strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu memiliki perbedaan baik dari sejarah, program sekolah, visi dan misi, kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman yang dihadapi juga berbeda. Program ini akan dibahas selama pertemuan. 2. Implementasi strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II

Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu, melaksanakan program kerja yang telah ditetapkan dan mewujudkan program sekolah yang disesuaikan dengan bidangnya masing-masing. 3. Hasil strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu berpengaruh positif terhadap citra kedua sekolah tersebut, baik karena sejarah, fasilitas, pelayanan, maupun prestasi sekolah yang diraih oleh lembaga.

Kata Kunci: *citra sekolah, strategi humas*

A. Pendahuluan

Di era globalisasi, kontribusi lembaga pendidikan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat yang semakin meningkat. Saat ini masyarakat semakin pintar dalam memilih lembaga pendidikan yang dirasa sesuai dengan kriteria atau kebutuhannya. Menurut Mulyasa, dalam mencapai tujuan sekolah atau pendidikan secara efektif dan efisien, terdapat hubungan yang erat antara sekolah dan masyarakat (Mulyasa, 2005). Dalam hal ini, humas berperan menjembatani antara sekolah dan masyarakat, berusaha meminimalisir misinformasi dan menjalin hubungan dengan berbagai pihak (Listina, 2016).

Menurut Kaufan, mitra pendidikan terdiri dari guru, siswa dan orang tua atau masyarakat (Pidarta, 2001). Untuk mewujudkan lembaga pendidikan yang berkualitas, diperlukan kerjasama semua pihak dengan layanan pendidikan yang

berkualitas akan terbentuk image atau gambaran sekolah yang biasa dikenal dengan citra.

Hubungan masyarakat dirumuskan dengan cara yang berbeda, tergantung pada lembaga yang membuat formulasi. Menurut Farida Hanum membangun citra sekolah/madrasah adalah sebuah aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan kerja sama antara sekolah/madrasah dan seluruh kegiatannya kepada masyarakat agar sekolah/madrasah mendapatkan simpati masyarakat (Hanum, 2019).

Frank Jefkins mengatakan hubungan masyarakat adalah suatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian (Zainal Mukarom, 2015).

Menurut Lesly dalam Sunarto ada beberapa aspek yang dilakukan oleh humas salah satunya adalah memberikan citra yang baik sebagai tujuan akhir. Selain itu, juga mempromosikan produk atau jasa (al., 2017). Peran dan fungsi humas dapat diwujudkan dalam program kegiatan kehumasan yang sebelumnya telah dirancang dengan strategi yang tepat sehingga program tersebut dapat berjalan dengan baik. Menurut Tatang M. Amirin, dkk "Humas adalah kegiatan yang dilakukan bersama antara lembaga dan masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh suatu kepercayaan, penghargaan, hubungan yang harmonis, dan dukungan (niat baik) secara sadar dan sukarela" (Tatang M. Amirin, 2011). Dapat disimpulkan bahwa fungsi dari *public relations* sendiri tidak lain adalah berusaha menjaga hubungan dan menjaga hubungan yang telah terjalin selama beberapa tahun atau hanya akan bekerja sama.

Strategi humas menurut Firsan Nova atau yang lebih dikenal dengan bauran humas adalah sebagai berikut (Nova, 2011): 1. *Publications* (publikasi); 2. *Event* (acara); 3. *News* (pesan/berita); 4. *Corporate identity* (citra perusahaan); 5. *Community*

Involvement (hubungan dengan khalayak); 6. *Lobbying and Negotiation* (teknik lobi dan negosiasi); 7. *Social Responsibility* (Kriyantono, 2008). Menjadi seorang humas profesional mampu melihat dan memahami program yang dibentuk oleh lembaga atau organisasinya, sesuai model strategi humas menurut *Cutlip-Center-Broom*, praktisi humas profesional dalam melaksanakan program humas. (Morissan, 2008) Keempat langkah strategi humas adalah: 1. Menentukan masalah (*defining problem*); 2. Perencanaan dan penyusunan program (*planning and programming*); 3. Melakukan tindakan dan berkomunikasi (*taking action and communicating*); 4. Evaluasi program (*evaluating the program*).

Latar belakang budaya dan nilai sebagai faktor penentu dari pesantren berupa nilai religius, budaya, dan norma perilaku yang bersifat tradisional oleh khalayak menjadi suatu hal yang memiliki nilai keunikan dan interest publik tersendiri dan harus tetap dipertahankan karena justru faktor penentu inilah yang menjadikan lembaga bisa diterima oleh masyarakat dengan memberikan label/citra positif.

Faktor penentu tersebut merupakan landasan bagi perubahan dalam hidup pribadi atau kelompok (Robbins, 2003). Adapun faktor pembentuk citra yaitu: identitas fisik, identitas nonfisik, kualitas hasil, mutu, dan pelayanan, serta aktivitas dan pola hubungan (Suryanto, 2016). Dari penjelasan di atas, peneliti ingin mengkaji strategi yang digunakan humas di sekolah untuk meningkatkan citra positif sekolah, dan peneliti tertarik untuk menjadikan sekolah-sekolah berikut sebagai objek penelitian, yaitu SMPN An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu. Pasalnya, kedua lembaga tersebut sudah terkenal, An-Nur dengan julukan pondok pesantren wisata dan pondok salafnya sementara Al-Izzah yang masuk dalam jajaran pesantren terbaik di Malang Raya dengan basis pesantren modern, lalu bagaimana kedua pesantren bersaing dengan pesantren di sekitarnya, yang memiliki ciri khas dan kelebihannya.

SMP An-Nur II Bululawang merupakan salah satu pondok pesantren yang ada di Kabupaten Malang, membentuk lingkungan pesantren asri, bersih menyenangkan, berhasil menghadirkan suasana

belajar nyaman dan menyenangkan. Banyaknya lembaga pesantren salaf, An-Nur II yang kini semakin berkembang tentunya telah mengelola lembaga tersebut dengan baik, didirikan pada tahun 1979 oleh almagfurlah KH Badrudin Anwar merupakan salah satu ponpes terbesar di Kabupaten Malang yang memiliki desain arsitektur yang unik dan juga memiliki beberapa tempat wisata, serta lokasinya yang dipenuhi dengan taman dan udara sejuk di areanya. Fasilitas yang dimiliki, keamanan lingkungan, objek wisata yang dimiliki seperti rumah pohon, dan dengan branding pariwisata dinilai cepat dalam menarik perhatian masyarakat.

Lembaga ini dikenal oleh masyarakat sebagai Pondok Pesantren yang mempunyai daya tarik lingkungan sekolahnya dengan nuansa wisata, selain menciptakan suasana serta lingkungan yang bernuansa wisata yang nyaman untuk peserta didik, biaya yang ditawarkan dalam membentuk kualitas peserta didik di pondok juga relatif murah dan dapat dijangkau oleh masyarakat. Tak hanya hal demikian, prestasi yang diraih oleh Lembaga ini juga sangat baik seperti

juara 2 Tartil Putra SMAISAKA FESTIVAL Se-Malang Raya Tingkat SMP/MTS, Juara 2 Pencak Silat, Piala DANDIM Kediri 2022 Se- Jawa Timur, dan masih banyak prestasi lainnya yang diraih. Sedangkan di tempat penelitian kedua, Lembaga Pendidikan Muslim Indonesia (LPMI) Al-Izzah yang didirikan oleh Ustad Dr. KH. Ali Imron, M.A, lembaga yang mengintegrasikan nilai fundamental Islam dengan wawasan komprehensif tentang tantangan zamannya. Pada awal tahun 2006 kali pertamanya Pondok Al-Izzah menyelenggarakan program pendidikan menengah pertama (SMP).

Pondok pesantren Al Izzah merupakan sekolah berasrama berstandar internasional terakreditasi A. Pondok pesantren program SMA Al Izzah ini mengamalkan ilmu pengetahuan teknologi berdasarkan nilai Islami (Amalia, 2020). Program sudah menggunakan Kurikulum Nasional, Program Pertukaran Mahasiswa, sudah berakreditasi A, top grade boarding school jatim serta memiliki ikatan alumni yang kompeten, mampu berkomunikasi dengan menggunakan bahasa asing secara aktif, yaitu bahasa Inggris dan bahasa Arab, mampu memenuhi

standar kelulusan Pendidikan yang ditetapkan oleh PISA (*Programme for International Student Assessment*), berprestasi dalam kompetisi; Saintek, Matematika, Ulumuddin dan Bahasa. Santri SMP lulus ujian *Cambridge International Examination* (CIE). Dari penjelasan di atas, peneliti ingin mengkaji strategi yang digunakan kedua lembaga tersebut dalam meningkatkan citra sekolah masing-masing, hal ini disebabkan prestasi yang telah dimiliki kedua lembaga tersebut dan upaya mempertahankan eksistensi ditengah banyaknya persaingan. Kedua lembaga ini memiliki keunggulan masing-masing, seperti An-Nur II dengan lingkungan yang luas sebagai daya tarik sedangkan Al-Izzah dengan menjadi salah satu pondok pesantren terbaik di Kota Batu.

Berdasarkan dari paparan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk dapat menganalisis: 1. Bagaimana perencanaan strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu; 2. Bagaimana implementasi strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu; 3.

Bagaimana hasil dari strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat serta membantu dalam sumbangsih pada perkembangan ilmu pendidikan, terutama pada bagian humas terkhususnya terkait citra sekolah serta untuk dapat menambah wawasan dan bahan kajian untuk penelitian selanjutnya terkait strategi hubungan masyarakat (humas). Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan dalam melakukan proses kegiatan oleh humas di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu serta sebagai bahan evaluasi kedepannya menjadi lebih baik, mampu memberikan hal baru bagi sehingga kedepannya dapat menjadi lebih baik, dan menjadi studi tambahan serta referensi untuk penelitian di masa depan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Kualitatif karena bermula dari pengamatan pada lapangan dan penelitian ini bermaksud untuk mengamati, memahami, dan member tafsiran

pada kejadian atau peristiwa yang berlangsung. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana humas dalam menyusun strategi terbaiknya dalam membentuk citra sekolah dan mengembangkannya sehingga sekolah yang dinaunginya dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Bagaimana kelebihan yang dimiliki untuk dapat ditonjolkan atau menjadi ciri khas sekolah tersebut, maupun kendala-kendala yang dialami.

Studi kasus dalam penelitian ini adalah terkait strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah, mengamati peristiwa-peristiwa yang terjadi di SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Perencanaan Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Menurut Chandler dalam Tjiptono yang menyatakan bahwa dalam mencapai tujuan memerlukan strategi yang tepat, dengan penetapan tujuan serta penentuan rangkaian kegiatan dan alokasi sumber daya. Dari sini dapat diketahui bahwa pada kedua sekolah

telah berupaya dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki, terlihat dari faktor-faktor yang berkaitan dengan citra dimanfaatkan sebaik mungkin agar menciptakan citra yang baik pada sekolah. Model strategi humas menurut *Cutlip-Center-Broom*, praktisi humas profesional dalam melaksanakan program humas harus terdiri atas empat langkah kegiatan atau langkah strategi humas adalah:

a. Menentukan masalah

Merumuskan dari peluang, keuntungan dan mempertimbangkan kekurangan dan ancaman yang dimiliki lembaga. Pada SMP An-Nur II Bululawang, dapat diidentifikasi, memiliki kelebihan dan kekurangan yang dimiliki dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menunjang keuntungan yang dimiliki. Begitu juga dengan SMP Al-Izzah Kota Batu yang menjadikan kelebihan sebagai keunggulan mereka dan ditunjang dengan keuntungan yang dimilikinya.

b. Perencanaan dan penyusunan program

Program sekolah tentu berbeda, pada An-Nur II yaitu: idaman, talenta, dan regular. Sedangkan dengan Al-Izzah yaitu Program sekolah: Pembangunan karakter, tahfidzul qur'an, bahasa asing, dan olimpiade.

Syariffudin S. Gassing dan Suryanto, berpendapat bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi citra yaitu: Identitas Fisik, Identitas Nonfisik, Kualitas Hasil, Mutu, dan Pelayanan, Aktivitas dan Pola Hubungan. Pada tahap perencanaan ini akan dirumuskannya strategi dan sasaran yang akan digunakan untuk mencapai visi misi sekolah dengan mengidentifikasi semua faktor yang dapat mempengaruhi citra sekolah. Proses perencanaan ini akan dibahas pada saat rapat yang terdiri dari rapat bulanan yang dilaksanakan pada awal bulan dan dihadiri oleh seluruh civitas sekolah, kemudian pada humas itu sendiri pada setiap kegiatan. Setiap program yang akan dilaksanakan dibahas secara musyawarah antar anggota humas, bersifat fleksible tidak terlalu formal yang disampaikan di ruang humas dan menyesuaikan dengan kegiatan yang akan dilaksanakan nantinya.

Pada saat perencanaan ini, setiap proker yang akan dilaksanakan sebelumnya dibahas oleh kepala sekolah, wakil kepala sekolah beserta semua kepala urusan, yang nantinya kepala urusan akan menyampaikan pada anggota dan merumuskan dari agenda terdekat oleh humas,

kemudian kesepakatan atau hasil dari humas akan dimintai persetujuan kembali pada kepala sekolah melalui kaur humas, hal ini dilakukan secara terpisah dari rapat sebelumnya. Pada tahap perencanaan ini tentu akan banyak aspek yang diperhatikan dalam mengambil keputusan. Pada SMP An-Nur II Bululawang sendiri dalam memilih strategi yang akan digunakan melihat apa yang menjadi kekuatan, peluang, kelemahan serta ancaman yang dimiliki.

Pada humas SMP Al-Izzah Batu selain mengikuti visi misi sekolah, ada hal yang juga menjadi tujuan utama yaitu menjaga opini baik publik pada Al-Izzah yang dijabarkan ke masing-masing bagian seperti office, promosi ke sekolah-sekolah, berkomunikasi dengan wali santri, menguatkan keroyalan dan kepercayaan wali satri yang menjadi konsumen setia Al-Izzah Batu. Dalam mencapai visi misi tentu sebelumnya melakukan perencanaan terlebih dahulu. Pada humas Al-Izzah Batu prosesnya dimudahkan dengan adanya pembagian perunit yang dikepalai oleh kepala unit masing-masing, termasuk unit humas. Proses perencanaan dalam rapat dilaksanakan baik antar unit maupun

antar humas pada rapat kerja tahunan serta rapat mingguan. Pada saat perencanaan, tentu ada pertimbangan. Komunikasi dengan kepala unit, sekolah, dan pesantren menjadi pertimbangan, dari sini akan dibahas program yang dicanangkan dapat dilaksanakan, pending, atau diganti yang mana menggunakan azaz kepentingan bersama. Dari sini akan dibahas apakah program yang dicanangkan dapat dilaksanakan, pending, atau diganti, menggunakan azaz kepentingan bersama.

2. Implementasi Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Program sekolah tentu berbeda sesuai tujuan dari sekolah masing-masing. Pada An-Nur II memiliki program yaitu: idaman, talenta, regular. Sedangkan dengan Al-Izzah dengan rogram sekolahnya yaitu: pembangunan karakter, tahfidzul qur'an, bahasa asing, olimpiade), melakukan tindakan berkomunikasi, melaksanakan program masing-masing sesuai bidang, membangun hubungan baik dengan mitra dan wali santri (*stakeholder*).

Strategi humas menurut Firsan Nova atau yang lebih dikenal dengan bauran humas adalah sebagai berikut:

- Publikasi, yang merupakan kegiatan dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada publik yang dilakukan oleh humas. Pada SMP An-Nur II Bululawang dan SMP Al-Izzah Kota Batu sudah melaksanakan hal tersebut, dengan menyebarkan informasi yang dimiliki kepada publiknya melalui media sosial seperti kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh sekolah untuk siswa-siswinya, sehingga orangtua, masyarakat dapat mengetahui jika sekolah aktif dalam melaksanakan kegiatan dan mengetahui bagaimana perkembangan anak mereka selama berada di sekolah.
- Acara, merupakan proses penyebaran informasi kepada publik yang dilakukan oleh humas pada setiap kegiatannya. Humas memiliki andil dalam penyebaran pada setiap event-event maupun capaian yang diraih oleh sekolah.
- Pesan/berita, adalah informasi yang dikomunikasikan secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan dapat diterima oleh khalayak dan mendapatkan respon yang positif. Hal ini juga sudah dilaksanakan dengan baik oleh kedua sekolah, dengan membuka ruang komunikasi dan pelayanan yang baik sehingga apa saja berita atau pesan baik dari pihak sekolah kepada orangtua/ wali maupun Masyarakat dapat tersampaikan dengan baik, begitupun sebaliknya.
- Citra, adalah cara pandang terhadap segala aktivitas usaha yang dilakukan, dapat berupa citra positif maupun negatif, tergantung dari upaya yang dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan citra positif, demi keberlangsungan. Dari hal ini, pada proses perencanaan sudah ditelaah terlebih dahulu apa saja faktor yang dapat memberikan pengaruh kepada citra sekolah serta kelemahan dan kelebihan yang dimiliki dapat menjadi keunggulan serta bahan evaluasi untuk kedepannya.
- Adanya hubungan dengan khalayak adalah sebuah relasi yang dibangun dengan khalayak. Pada SMP An-Nur II Bululawang, membangun komunikasi yang baik dan terbuka pada keluarga dari siswa serta menjalin hubungan baik dengan mitra yang bekerjasama seperti dengan pihak BNI, puskesmas, Polres terdekat, dan Koramil. Sedangkan dengan

SMP Al-Izzah Kota Batu juga memiliki kepercayaan tinggi dari orangtua/ wali siswa yang membuktikan bahwa hubungan terjalin dengan baik, serta dengan mitra-mitra yang menjalin kerjasama dengan SMP Al-Izzah Kota Batu seperti polres setempat, rumah sakit, dan lain-lain.

3. Hasil Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah

Menurut Lesly dalam Sunarto ada beberapa aspek yang dilakukan oleh humas salah satunya adalah memberikan citra yang baik sebagai tujuan akhir. Selain itu, juga mempromosikan produk atau jasa. Dari sini dapat diketahui bahwa, humas melakukan kegiatan yang akan menunjang citra sekolah, jika citra yang dimiliki baik, maka pandangan atau opini publik pada sekolah akan baik, begitupun sebaliknya. Sesuai model strategi humas menurut Cutlip-Center-Broom, terdapat empat langkah strategi humas yang terdiri dari: menentukan masalah, perencanaan dan penyusunan program, melakukan tindakan dan berkomunikasi, dan terakhir yaitu evaluasi program. Pada evaluasi program, mencakup penilaian evaluasi atas persiapan,

pelaksanaan dan hasil-hasil program mengenai apakah program berjalan dengan baik sesuai dengan yang direncanakan atau harus mengganti dan tindakan lainnya sebagai antisipasi dari kegagalan.

Pada SMP An-Nur II Bululawang, evaluasi diadakan setelah program dilaksanakan. Dari humas akan melaporkan kembali kepada kepala humas, yang nantinya apakah program dapat dilanjutkan, pending, ataupun diganti. Proker yang akan dilaksanakan sebelumnya dibahas oleh kepala sekolah, wakil kepala sekolah beserta semua kepala urusan, yang nantinya kepala urusan akan menyampaikan pada anggota dan merumuskan dari agenda terdekat oleh humas, kemudian kesepakatan atau hasil dari humas akan dimintai persetujuan kembali pada kepala sekolah melalui kaur humas. Sedangkan pada humas Al-Izzah Kota Batu, dalam mengevaluasi program yang dilaksanakan, akan dibahas apakah program yang dicanangkan dapat dilaksanakan, pending, atau diganti, menggunakan azas kepentingan bersama. Aktivitas dalam kegiatan melaksanakan program, humas yang dikepalai oleh kepala kepala unit,

akan melaporkan kembali kepala sekolah dan dimonitoring oleh kepala sekolah, pengamat mutu, maupun dari tim keuangan.

SMP An-Nur II Bululawang memiliki target yaitu banyaknya peminat pada pondok dan sekolah dengan minimal pendaftar sebanyak 1000 orang setiap tahunnya. Pada tahun lalu, 2023 ada sebanyak 1114 pendaftar yang mendaftarkan diri ke SMP An-Nur II Bululawang. Untuk tahun ini, jumlah sementara yaitu 887 pendaftara karena masih dalam tahap pembukaan peserta didik baru untuk tahun ajaran berikutnya. Sementara untuk rekor tertinggi jumlah yang mendaftar pada tahun 2019 yaitu sebanyak 1460 pendaftar.

Hasil dari strategi yang digunakan yaitu banyaknya peminat yang ingin bersekolah dan mondok di SMP An-Nur II Bululawang ini, hal ini dikarenakan dengan fasilitas yang diberikan, penyesuaian dengan potensi yang dimiliki oleh siswa, Pelajaran kitab kuning, serta harga yang tergolong dapat dijangkau Masyarakat dapat menjadi pegangan, pilihan, dan kepercayaan dari orangtua siswa untuk menyekolahkan anka-anaknya disana. Sedangkan pada SMP Al-Izzah, kepercayaan

yang diberikan. Reputasi SMP Al-Izzah Kota Batu sudah terbilang baik, dapat dilihat dari pendaftar yang disaring hingga diterima sesuai dengan kuota yang telah ditentukan oleh Lembaga pada tiap tahunnya, sehingga siswa yang bersekolah disini disaring terlebih dahulu, kemudian akan diberikan fasilitas yang sesuai, dan memberikan program yang dapat menyokong dalam bersaing secara internasional seperti dengan kemampuan bahasanya. Peminat yang banyak dan berfokus pada target dan pelayanan konsumen. SMP Al-Izzah Kota Batu membatasi penerimaan siswa baru, 240/ jenjang untuk putra dan 210/ jenjang untuk putri.

D. Kesimpulan

Pada perencanaan humas dalam meningkatkan citra sekolah pada kedua Lembaga berbeda. Dari Sejarah yang melatarbelakangi, background sekolah yang satunya salaf dengan modern, kemudian program yang diusung tentu ada perbedaan dari kedua lembaga ini. Pada implementasi, semua program sekolah yang telah disusun dan humas akan membantu dalam terwujudnya program tersebut yang

disesuaikan dengan bidang mereka masing-masing. Hasil yang diperoleh tentu citra yang positif pada kedua Lembaga tersebut, hal ini dikarenakan dari segi pelayanan, fasilitas dan tentunya prestasi yang ditorehkan dari program yang berjalan. Mempunyai banyak peminat yang mendaftar serta ada dua kebijakan yang berbeda pada kedua sekolah ini, pada An-Nur II menerima semua pendaftar dengan target minimal 1000 pendaftar oleh sebab itu sekolah ini kuat pada kuantitas. Sedangkan Al-Izzah membatasi siswa yang diterima karena keterbatasan fasilitas yang membuat sekolah ini fokus pada kualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Farida Hanum. 2019. Membangun Citra Madrasah Melalui Program kelas Unggulan di MTSN 2 Bandar Lampung. *Jurnal Edukasi: Jurnal penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*. Volume 14, No 3
- Firsan Nova. 2011. Crisis Public Relations: Bagaimana strategi PR menghadapi krisis, membangun citra dan reputasi perusahaan. (Jakarta: Raja Grafindo Persada)
- Frida Kusumastuti. 2002. Dasar-Dasar Humas cetakan pertama, (Jakarta: GHalialia Indonesia)
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group)
- Made Pidarta. 2001. *Manajemen Pendidikan Indonesia* (Jakarta: Aksara)
- Morissan. 2008. Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group)
- Mulyasa, 2005. *Manajemen Berbasis Sekolah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)
- Nabela Lia Listina. 2016. Manajemen Hubungan Masyarakat di SMK Se-Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman. *Jurnal Hanata Widya*, Vo.5 No.8
- Stephen Robbins, 2003. *Organizational Behavior* (Mexico: Prentice Hall)
- Syariffudin S. Gassing dan Suryanto. 2016. *Public Relations*. (Yogyakarta: Andi)
- Syahida Ilma Amalia. 2020. Hubungan Karakteristik Santri, Mutu Makanan, dan Daya Terima Konsumsi Santri Di SMA Al Izzah International Islamic Boarding School Kota Batu. *Jurnal IAGIKMI & Universitas Airlangga*
- Tatang. M Amirin dkk. 2011. *Manajemen Pendidikan*. (Yogyakarta: UNY Press)
- Yugih Setyanto et al., 2017. Branding yang Dilakukan Humas pada Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, Vol. 1, No. 1