

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekolah adalah lembaga pendidikan, tempat berlangsungnya proses pendidikan dan transfer ilmu pengetahuan. Perannya sangat signifikan dalam menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas, yaitu para siswa. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan lembaga pendidikan yang berkualitas pula. Maka, diperlukan kerja sama seluruh pemangku kepentingan, terutama tanggung jawab masyarakat dalam membangun dan mendukung fasilitas pendidikan yang berkualitas. Ini sejalan dengan ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada pasal 8 dan 9 yang berbunyi “Masyarakat berperan serta dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi program pendidikan serta masyarakat berkewajiban memberikan dukungan sumber daya dalam penyelenggaraan pendidikan.” Berdasarkan hal tersebut terlihat jelas bahwa kontribusi masyarakat memegang peranan penting dalam pelaksanaan pendidikan, oleh karena itu komitmen masyarakat harus diefisienkan secara nyata dan secara efektif. Hubungan yang baik pada lembaga pendidikan sangat diperlukan dalam mewujudkan partisipasi masyarakat pada lembaga pendidikan tersebut.

Hubungan masyarakat (humas) adalah alat yang menjadi penghubung antara sekolah dengan masyarakat serta merupakan salah satu bagian dari substansi administrasi pendidikan yang terdapat pada lembaga pendidikan (Agus & Utari, 2017). Dalam era saat ini, hubungan masyarakat atau dikenal dengan istilah humas telah menjadi faktor penting yang mendukung perkembangan lembaga

pendidikan. Tujuan dari hubungan masyarakat ialah untuk menciptakan dan mengembangkan kesadaran masyarakat tentang perkembangan lembaga pendidikan, yang dapat memberikan pengaruh terhadap perkembangan lembaga pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk mencapai hal tersebut, tentunya diperlukan tindakan yang inovatif dan kreatif. Salah satu adanya humas ialah untuk mempromosikan sekolah.

Promosi merupakan suatu langkah yang diperlukan oleh lembaga untuk mendapatkan apresiasi dari masyarakat, serta membangun reputasi dan meraih prestasi yang diinginkan dalam domain hubungan masyarakat. Oleh karena itu, menjaga dan melaksanakan promosi lembaga menjadi hal yang sangat penting, baik dalam konteks pandangan masyarakat internal maupun eksternal. Secara umum, promosi dapat dianggap sebagai sekelompok keyakinan, gagasan, dan impresi yang dimiliki oleh individu terhadap suatu objek tertentu. Cara seseorang merespons dan berinteraksi dengan objek tersebut akan sangat dipengaruhi oleh upaya promosi yang menyoroti aspek terbaik dari objek tersebut (Ruslan, 2016).

Promosi sekolah sendiri bertujuan untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat, menciptakan citra lembaga, dan membangun kepercayaan dengan masyarakat untuk menarik siswa untuk belajar di lembaga tersebut. Selain itu, Promosi membantu dalam menyebarkan informasi tentang lembaga pendidikan, sehingga dapat membantu orang tua dan calon siswa dalam mencari informasi. Promosi tidak hanya dianggap sebagai sarana komunikasi untuk memperkenalkan produk, tetapi guna dapat memenuhi tuntutan konsumen dengan demikian kepuasan masyarakat bisa tercapai (Patiung, 2019). Promosi di lembaga

pendidikan juga dilakukan pada lembaga pendidikan jenis Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah lembaga pendidikan menengah yang bertujuan untuk membekali peserta didik dengan kompetensi keahlian yang relevan dengan dunia kerja. Menurut Rahmat dalam Saepudin (2013) mengungkapkan bahwa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki tanggung jawab untuk membentuk dan menghasilkan individu yang memiliki keterampilan akademis dan keahlian khusus sesuai dengan program keahlian yang diikuti. Oleh karena itu, pada dasarnya, SMK merupakan tingkat pendidikan yang menghasilkan lulusan yang siap terjun ke dunia kerja. Namun, sayangnya, masih ada banyak individu yang meremehkan kualitas pendidikan di SMK.

Hal tersebut dikarenakan anggapan bahwa SMK hanya ditujukan bagi calon pekerja yang tidak dapat, melanjutkan ke perguruan tinggi seperti SMA. Ini mengakibatkan SMK seringkali dianggap sebagai sekolah kedua setelah SMA, padahal sebenarnya mereka juga dapat meneruskan ke perguruan tinggi (Nugroho, 2022). Selain itu juga terdapat pandangan bahwa SMK sering terlibat tawuran, hal tersebutlah yang membuat citra SMK menjadi negatif sehingga kurang minatnya masyarakat untuk menyekolahkan putra putrinya di SMK. Namun disisi lain walaupun memang ada beberapa oknum yang memandang negatif SMK namun juga memiliki persaingan yang sangat ketat.

Terbukti seiringan dengan pertumbuhan sekolah menengah kejuruan yang ada di Indonesia, salah satunya pada wilayah kota Jambi. Realitas tersebut dapat dilihat dari pemberitaan yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS 2022) menyebutkan bahwa jumlah SMK Swasta yang ada di wilayah kota Jambi

sebanyak 30 sekolah dan untuk SMK Negeri sebanyak 6 sekolah. Dari data tersebut menggambarkan bahwa semakin banyak sekolah swasta yang mendirikan program kejuruan, maka akan menciptakan kompetisi yang semakin sengit dalam menarik perhatian calon siswa dan juga sekolah harus mampu mempertahankan reputasi sekolah mereka.

SMK Negeri 5 Kota Jambi merupakan salah satu lembaga pendidikan formal yang berjenis kejuruan yang ada di Kota Jambi dengan akreditasi B dengan memiliki 4 jurusan yaitu Pemasaran, akuntansi, multimedia dan otomotif. Di SMK Negeri 5 Kota Jambi setiap tahunnya sekolah selalu melakukan promosi seperti pada saat penerimaan peserta didik baru. Bagian Humas di SMK Negeri 5 Kota Jambi memiliki peran yang sangat penting dalam mempromosikan sekolah dan memperluas jangkauan pengenalan sekolah kepada masyarakat, terutama kepada siswa dan orang tua siswa. Dalam konteks ini, tugas utama humas adalah untuk menyebarkan informasi tentang program-program sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, prestasi siswa, dan fasilitas yang tersedia.

Adapun tupoksi humas meliputi mempromosikan program-program dan kegiatan-kegiatan sekolah, seperti menyebarkan brosur, menempelkan pamflet, serta mempresentasikan visi-misi sekolah kepada SLTP di wilayah Kota/Kabupaten. Dalam menjalankan tupoksi tersebut, target humas adalah untuk mengenalkan SMK Negeri 5 Kota Jambi kepada masyarakat, khususnya siswa dan orang tua siswa di lembaga SLTP di Kota dan Kabupaten, serta untuk mendorong minat siswa mendaftar di sekolah tersebut. Berikut tabel penerimaan peserta didik baru pada SMK Negeri 5 Kota Jambi 4 tahun terakhir.

| Jurusan | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Pemasaran | 69 siswa | 66 siswa | 69 siswa | 53 siswa |
| Akutansi | 22 siswa | 26 siswa | 34 siswa | 29 siswa |
| Multimedia | 35 siswa | 29 siswa | 36 siswa | 18 siswa |
| Otomotif | 35 siswa | 48 siswa | 53 siswa | 62 siswa |
| Jumlah | 161 siswa | 169 siswa | 192 siswa | 153 siswa |

Berdasarkan data diatas dan hasil observasi awal peneliti lakukan, SMK Negeri 5 Kota Jambi pada data penerimaan peserta didik baru relatif meningkat sedikit dari tahun tahun sebelumnya. Namun kemudian menurun pada tahun 2023/2024 berjumlah 153 siswa. Keadaan ini menunjukkan adanya ketidakstabilan dalam jumlah siswa baru per tahun. Salah satu faktor yang menyebabkan hal ini adalah kecenderungan orang tua yang lebih memilih sekolah berbasis Islam untuk anak-anak mereka, terutama dengan ada banyaknya sekolah berbasis Islam di sekitar wilayah tersebut. Selain SMK Negeri 5 Kota Jambi terdapat beberapa sekolah yang terdapat di kecamatan danau teluk dengan tingkatan yang sama yaitu MAN 1 Kota Jambi, MAS AS'AD, MAS Nurul Iman, MAS Al-Jauharein dan SMA N 7 Kota Jambi. Fenomena ini menunjukkan kecenderungan yang kuat dari masyarakat setempat terhadap pendidikan berbasis Islam.

Selain itu keberadaan sekolah yang tidak terletak di pusat kota membuat sekolah ini tidak terlalu banyak dikenal oleh masyarakat luas dan juga terbatasnya pengetahuan masyarakat terkait sekolah tersebut, terutama karena kurang adanya informasi yang cukup terkait sekolah yang mana hal tersebut dapat dilihat dari salah satu media yang digunakan sekolah yaitu website SMK Negeri 5 Kota Jambi sejauh ini informasi dalam website tersebut jarang diperbaharui oleh pihak

sekolah, yang mana website sekolah hanya menampilkan deskripsi terkait sekolah. Untuk informasi terkait bagaimana pendaftaran peserta didik baru tidak ada dan juga terkait keunggulan jurusan-jurusan yang ada di sekolah tidak ditampilkan, sehingga membuat masyarakat dan calon siswa kesulitan mendapatkan informasi yang diinginkan. Berhubungan dengan hal tersebut, maka dapat dilihat promosi sekolah yang dilakukan oleh humas SMK Negeri 5 Kota Jambi belum optimal.

Hal ini tidak sejalan dengan pendapat Philip Kotler, yang mana promosi adalah serangkaian aktivitas yang dijalankan oleh organisasi atau lembaga untuk memberitahukan keunggulan produknya serta guna membujuk konsumen sasaran untuk membeli (Garaika & Feriyan, 2018:26). Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk mengkaji strategi humas dalam mempromosikan sekolah di SMK Negeri 5 Kota Jambi. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan pelaksanaan humas dalam melakukan promosi sekolah dan apa saja faktor pendukung dan penghambat yang terdapat di SMK Negeri 5 Kota Jambi. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Humas dalam Mempromosikan Sekolah Di SMK Negeri 5 Kota Jambi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi humas dalam mempromosikan sekolah di SMK Negeri 5 Kota Jambi?

2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat humas dalam mempromosikan SMKN 5 Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui Strategi humas dalam mempromosikan sekolah di SMK Negeri 5 Kota Jambi
2. Mengetahui faktor pendukung dan penghambat humas dalam mempromosikan SMK Negeri 5 Kota Jambi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan menjadi kontribusi berharga untuk pengetahuan ilmiah, terutama dalam konteks manajemen humas di sekolah.
2. Secara praktis
 - a. Bagi kepala sekolah, dapat menjadi bahan pertimbangan saat membuat keputusan di bidang humas.
 - b. Bagi wakil kepala sekolah bidang humas, dapat digunakan untuk meningkatkan promosi sekolah melalui aktivitas humas sekolah.
 - c. Bagi kelompok kerja humas, dapat dijadikan sebagai upaya meningkatkan aktivitas humas melalui media-media humas.
 - d. Bagi peneliti, meningkatkan pemahaman terutama di bidang kehumasan sekolah.