

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Pengertian Strategi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi diartikan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁹ Artinya strategi merupakan *planning* yang disusun secara saksama mengenai kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan guna mencapai target yang telah ditetapkan.

Sementara itu dalam bukunya Fattah dan Ali, menyatakan bahwa Yusuf Hadijaya mendefinisikan strategi sebagai seni memanfaatkan kemampuan dan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuannya melalui interaksi produktif dengan lingkungan dalam keadaan ideal.¹⁰

Lalu, dalam pandangan Robson, strategi adalah cara organisasi memutuskan bagaimana menggunakan sumber dayanya. Ini mencakup hasil yang Anda inginkan serta pendapat Anda tentang apa yang bisa dan tidak bisa dilakukan untuk mencapainya.¹¹

Steiner dan Miner, mengatakan bahwa “*strategy is the forging of company mission, setting objectives for the organization in light of*

⁹) Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi> diakses pada 6 Mei 2024 pukul 22.20 WIB.

¹⁰) Yusuf Hadijaya, *Menyusun Strategi Berbuah Kinerja Pendidikan Efektif*, (Medan: Perdana Publishing, 2017), hal. 11.

¹¹) *Ibid.* hal. 12.

external and internal forces, formulating specific policies and strategies to achieve objectives, and assuring their-'proper implementation so that the basic purposes and objectives of the organization will be achieved''.

Artinya, untuk memastikan bahwa maksud dan tujuan mendasar organisasi terpenuhi, perlu perumusan misi perusahaan, menetapkan tujuan organisasi berdasarkan pengaruh internal dan eksternal, merancang kebijakan dan strategi yang bertujuan untuk mencapai tujuan, dan menjamin implementasi yang benar..

Stephanie K. Marrus, dalam bukunya Dian, mendefinisikan strategi sebagai penentuan rencana eksekutif senior yang berfokus pada proses terhadap tujuan jangka panjang organisasi, bersamaan dengan pengembangan teknik atau upaya untuk mencapai tujuan yang dicapai.¹²

Strategi, menurut definisinya, adalah aktivitas yang berkesinambungan dan bertahap yang dilaksanakan dengan baik berdasarkan perspektif apa yang akan diantisipasi pelanggan di masa depan. Akibatnya, strategi tidak pernah dimulai dengan apa yang sebenarnya terjadi; sebaliknya, hal ini biasanya dimulai dengan apa yang bisa dilakukan. Pelanggan memerlukan kemampuan inti karena kecepatan perkembangan pasar baru dan perubahan tren yang terjadi. Bisnis harus mencari kemampuan inti dalam cara bisnis dijalankan.

¹²⁾ Dian Sudiantini, *Manajemen Strategi*, (Banyumas: Pena Persada, 2022), hal. 4

Dari beberapa pengertian diatas, bisa disimpulkan bahwa strategi adalah suatu rencana yang cermat dengan menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

2. Pengertian Humas

Definisi Humas (Hubungan Masyarakat) dari *Public Relations Assosiation – The Statement of Mexico* “*Public Relations practice is the art and social science of analysing trends, predicting their consequence counselling organization leaders, and implementing planned programmers of action which will serve both the organization and the public interest.*” Menurutnya, humas adalah seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang mengkaji gejala dan prakiraan, berfungsi sebagai penasihat pimpinan organisasi dan melaksanakan program kegiatan yang direncanakan untuk melayani kepentingan organisasi dan kepentingan umum. publik.

Scott M. Cutlip & Allen H. Center mengungkapkan bahwa hubungan masyarakat adalah proses terus-menerus yang berasal dari upaya manajemen untuk mendapatkan pemahaman dan kerja sama dari klien, anggota staf, dan masyarakat umum; untuk menganalisis dan memperbaiki diri secara mandiri, maju dengan pernyataan.

Humas (Hubungan masyarakat) adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalahpahaman dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif

lembaga.¹³ Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Humas tidak dapat memisahkan strategi hubungan masyarakat suatu organisasi sebagai unit fungsional dari strategi organisasi secara keseluruhan. Dalam hal ini, strategi hubungan internal dan strategi hubungan eksternal merupakan dua kategori dimana Suryosubroto membagi strategi hubungan masyarakat. Kedua strategi humas tersebut mempunyai definisi sebagai berikut:¹⁴

1) Strategi Hubungan Eksternal

Strategi hubungan eksternal ada karena selalu mempunyai keterkaitan antara sekolah dengan pihak komunitas di luar komunitas. Ada dua jenis kegiatan yang dilakukan: langsung dan tidak langsung. Kegiatan langsung adalah kegiatan yang dilakukan secara langsung atau melibatkan interaksi langsung dengan pihak-pihak terkait. Contohnya antara lain melayani pengunjung sekolah, mengadakan pertemuan dengan pengelola lembaga bantuan pendidikan, dan berkonsultasi dengan tokoh masyarakat setempat. Sebaliknya, kegiatan tidak langsung adalah kegiatan yang mempunyai keterhubungan dengan masyarakat melalui penggunaan media

¹³⁾ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), hal. 12

¹⁴⁾ Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 25.

tertentu, seperti radio, televisi, media sosial, pameran, atau penerbitan majalah mahasiswa.

2) Strategi Hubungan Internal

Yang dimaksud strategi hubungan internal ini merupakan relasi dengan pihak sekolah itu sendiri, bersifat ke dalam. Tujuannya adalah agar tercipta hubungan yang harmonis antar warga sekolah dan terjalin kerjasama yang baik diantara mereka. Sasarannya terdiri dari guru, tenaga kependidikan, dan siswa. Tujuannya adalah untuk menjelaskan kebijakan penyelenggaraan pendidikan di sekolah dan menampung segala kritik yang membangun dan saran yang baik dari seluruh warga sekolah terkait dengan pembinaan dan pengembangan sekolah.

Tugas ini dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung. Pertemuan dewan guru, upacara, tamasya lapangan, dan waktu luang adalah beberapa contoh kegiatan langsung. Penyampaian informasi melalui surat edaran, penggunaan papan pengumuman sekolah, pemasangan majalah dinding, dan pemasangan pengumuman di media sosial resmi sekolah merupakan contoh tindakan tidak langsung.

Cutlip dkk menyebutkan bahwa perencanaan program kerja humas terdiri dari empat tahapan atau langkah-langkah pokok yang meliputi:¹⁵

1) *Research Listening* (Penelitian dan Mendengarkan).

¹⁵⁾ Nurtanio A, Rahmania U. *Humas Pendidikan*. (Yogyakarta: FIP UNY, 2017), hal. 26.

Dalam tahapan ini public relations officer mempelajari opini, sikap, dan reaksi public terkait terhadap kebijakan atau Produk organisasi. Dalam tahap ini ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi, yakni *Whats our problem?*

2) *Planning Decission* (Perencanaan Pengambilan Keputusan).

Memberikan sikap, opini, ide, dan reaksi yang berkaitan dengan kebijaksanaan. Dilakukan pula penetapan program, kerja organisasi yang sejalan dengan kepentingan atau keinginan-keinginan pihak berkepentingan. *Here's what we can do?*

3) *Communications-Actions* (Mengkomunikasikan-Melaksanakan)

Menjelaskan dan sekaligus menfasirkan informasi mengenai Langkah-langkah yang akan dilakukan, diharapkan bisa mempengaruhi pihak---pihak tertentu yang penting dan berpotensi mendukung program organisasi. *Here's what we did and why?*

4) *Evaluation* (Mengevaluasi)

Mengadakan penilaian evaluasi terhadap program dan hasil kerja aktivitas public relations. *How did we do?*

Bisa disimpulkan bahwasanya humas dalam program kerjanya menggunakan 4 tahapan yang diawali dengan penelitian yang dimaksudkan untuk mendengarkan saran dari masyarakat, dilanjutkan dengan perencanaan, lalu pelaksanaan, dan diakhiri dengan evaluasi pelaksanaan.

3. Pengertian Pendidikan

Menurut Edgar Dalle dalam buku karya Yudin Citriadin, pendidikan adalah upaya yang disengaja dari pihak keluarga, masyarakat, atau pemerintah untuk memberikan bimbingan, pengajaran, pembelajaran, dan pelatihan seumur hidup kepada anak-anak baik di dalam maupun di luar kelas guna mempersiapkan mereka untuk peran masa depan mereka dalam lingkungan.¹⁶

Pendidikan adalah suatu usaha yang dilakukan dengan kesadaran dari pemerintah, masyarakat, dan keluarga melalui pengarahan, pengajaran, pembelajaran, dan pelatihan yang terjadi baik di dalam maupun di luar sekolah sepanjang hidup seseorang untuk mempersiapkan mereka dalam peranannya di masa depan dalam lingkungan hidup.

Ki Hajar Dewantara dalam buku Munir Yusuf mengungkapkan arti pendidikan sebagai hal yang menuntun kodrat yang ada pada anak agar mereka, sebagai manusia dan anggota masyarakat, dapat mencapai keselamatan dan kebahagiaan yang setinggi-tingginya.¹⁷

Menurut beberapa definisi yang diberikan di atas, pendidikan adalah usaha sengaja yang dilakukan sepanjang hayat untuk memaksimalkan potensi manusia yang dilakukan oleh keluarga, masyarakat, dan pemerintah melalui kegiatan pengajaran, pendampingan, atau pelatihan

¹⁶) Yudin Citriadin, *Buku Pengantar Pendidikan*, (Mataram: Sanabil, 2019), hal. 2

¹⁷) Munir Yusuf, *Pengantar Ilmu Pendidikan*, (Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo), hal. 8

yang berlangsung di luar sekolah. Kegiatan tersebut dapat bersifat formal, informal, maupun nonformal.

4. Citra

a. Pengertian Citra

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, citra adalah: “1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; 2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; 3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi; 4) data atau informasi dari potret udara untuk bahan evaluasi.”¹⁸ Artinya, citra pada intinya adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu hal yang terlihat. Bisa dikatakan juga bahwa citra merupakan pemahaman terhadap kesan yang dihasilkan dari pemahaman terhadap realitas.

Kotler mendefinisikan citra sebagai kumpulan pemikiran, perasaan, dan persepsi yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu, yang dengan hal tersebut sangat memengaruhi cara orang tersebut bertindak dan merasakan mengenai sesuatu tersebut.¹⁹ Seorang individu, sekelompok individu, atau suatu organisasi dapat menjadi objek penyelidikan. Dalam hal yang dimaksud adalah organisasi,

¹⁸⁾ Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/citra> diakses pada 10 Mei 2024 pukul 19.43 WIB.

¹⁹⁾ Philip Kotler, *B2B Brand Management*, (Berlin: Springer, 2006), hal. 26.

maka setiap keyakinan, persepsi, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap organisasi adalah sebuah citra.

Rosandy Ruslan mengartikan citra sebagai keyakinan, gagasan, dan persepsi keseluruhan seseorang terhadap suatu objek tertentu.²⁰ Itu berarti, kondisi suatu objek yang diwakili oleh citranya akan menentukan perilaku dan sikap individu terhadapnya.

Bill Canton mengartikan citra dalam Sukantendel yang dikutip oleh Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, bahwa citra adalah *“image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person or organization”*.²¹ Bisa diartikan jika citra adalah persepsi, sentimen dari masyarakat terhadap sebuah sekolahan. Hal itu merupakan kesan yang dibangun secara aktif terhadap suatu hal, seseorang, atau suatu institusi.

Berdasarkan beragam sudut pandang yang dikemukakan di atas, maka dapat dikatakan bahwa citra merupakan suatu kesan yang dihasilkan dari pemahaman terhadap realitas. Citra yang tidak sempurna akan dihasilkan dari pemahaman yang didasarkan pada pengetahuan yang tidak lengkap. Begitu pula sebaliknya, citra yang sempurna dihasilkan dari pemahaman yang didasarkan pada pengetahuan yang lengkap.

²⁰⁾ Ruslan Rosandy, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 80.

²¹⁾ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2008), hal. 111.

b. Macam-Macam Citra

M. Linggar Anggoro membagi macam-macam citra menjadi lima macam, yaitu: citra bayangan (*mirror image*); citra yang berlaku (*current image*); citra harapan (*wish image*); citra perusahaan (*corporate image*); serta citra majemuk (*multiple image*).²²

1) Citra Bayangan

Persepsi orang dalam (internal) tentang bagaimana dunia luar memandang perusahaan mereka dikenal sebagai “citra bayangan”. Karena kurangnya informasi, pengetahuan, atau pemahaman yang dimiliki individu dalam organisasi mengenai gagasan atau sudut pandang pihak luar, gambaran tersebut seringkali keliru, bahkan hanya ilusi. Karena kita mungkin membayangkan hal-hal indah tentang diri kita sendiri dan berasumsi bahwa orang lain juga merasakan hal yang sama terhadap kita, gambaran ini cenderung bersifat positif, sehingga menimbulkan rasa optimis.

2) Citra yang Berlaku

Citra yang berlaku adalah citra umum dari persepsi masyarakat terhadap organisasi tersebut. Hal ini identik dengan citra bayangan, citra yang ada juga tidak selalu akurat karena hanya didasarkan pada kurangnya pengalaman dan keahlian orang-orang luar untuk memahami situasi internal organisasi tersebut. Gambaran ini biasanya diasosiasikan dengan hal-hal negatif.

²²⁾ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000), hal. 59-68

3) Citra Harapan

Citra harapan merupakan suatu citra yang selalu diharapkan oleh pihak penerima citra. Citra yang diharapkan tidaklah sama dengan citra yang sebenarnya, sehingga citra harapan bukanlah gambaran yang sebenarnya ada. Manajemen berupaya memproyeksikan gambaran harapan. Secara umum, citra harapan lebih unggul dari gambaran yang sebenarnya atau lebih estetik, padahal gambar yang terlalu bagus juga dapat menimbulkan masalah dalam beberapa situasi.

4) Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah citra organisasi secara keseluruhan; itu melampaui persepsi barang dan jasanya. Banyak elemen yang membentuk citra perusahaan ini. Atribut positif yang dapat meningkatkan citra perusahaan mencakup kisah masa lalu atau kehidupannya yang mengesankan, pencapaian di sektor keuangan, keberhasilan ekspor, hubungan kerja yang positif, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja utama, kemauan untuk memikul tanggung jawab sosial, dedikasi terhadap penelitian, dan sebagainya. .

5) Citra Majemuk

Setiap bisnis atau organisasi membutuhkan sejumlah besar departemen dan pekerja. Disengaja atau tidak, setiap unit dan individu mempunyai temperamen dan perilaku yang unik, sehingga

citra yang mereka proyeksikan tidak selalu sesuai dengan citra perusahaan atau organisasi secara keseluruhan.

c. Faktor dan Proses Pembentukan Citra

1) Faktor pembentukan citra

Ada berbagai macam faktor pembentukan citra sebuah sekolah yaitu identitas fisik, non-fisik, kualitas mutu dan pelayanan, serta pola hubungan. Faktor tersebut berkontribusi terhadap citra sekolah secara keseluruhan. Keempat faktor tersebut dijelaskan sebagai berikut:²³

a) Identitas fisik

Atribut fisik suatu sekolah dapat dilihat melalui penggunaan media pendengaran, visual, dan komunikasi. Isyarat visual bisa berupa gedung sekolah. Isyarat pendengaran dan visual misalnya seperti pawai sekolah atau lagu yang dinyanyikan selama acara berfungsi sebagai pengenalan sekolah. Identitas fisik merupakan sebuah cara untuk menunjukkan identitas secara langsung.

b) Identitas nonfisik

Identitas non-fisik sekolah berkaitan dengan identitasnya yang tidak dapat langsung dilihat oleh masyarakat di luar sekolah. Misalnya, struktur administrasi sekolah, filosofi,

²³⁾ Syariffudin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relation*, (Yogyakarta: Andi, 2016), hlm. 159-160.

sejarah, budaya, sistem penghargaan dan hukuman, serta pandangan dan nilai yang mendarah daging.

c) Kualitas hasil, mutu dan pelayanan

Kualitas dan hasil dari suatu pengolahan jelas membentuk citra. Produk yang dirancang dengan baik, baik berupa jasa maupun barang, menunjukkan seberapa baik pengelolaannya dilakukan. Besar kemungkinan citra sekolah akan semakin baik di mata masyarakat apabila hasil kerja yang dihasilkan lebih baik dan jelas terjaga kualitasnya. Untuk mempertahankan dan menjunjung tinggi kualitas yang tercipta, masyarakat harus mendapatkan pelayanan yang memuaskan, dalam hal ini pelayanan yang luar biasa berupa pelayanan kepada orang tua dan siswa.

d) Aktivitas dan pola hubungan

Jika suatu sekolah saat ini menghasilkan barang dengan kualitas yang konsisten, maka hubungan dengan masyarakat harus terus dipertahankan. Mempertahankan hubungan positif diperlukan tidak hanya dengan komunitas di luar sekolah tetapi juga di dalam sekolah. untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kepercayaan komunal di sekolah.

Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa sekolah yang baik adalah sekolah yang dapat menerapkan keempat unsur tersebut. Dengan demikian, tugas humas dalam membangun citra sekolah,

yang merupakan salah satu tujuan utamanya, akan menjadi lebih mudah karena sekolah selalu mempunyai cara pandang yang unik terhadap masyarakat, dan upayanya hanya akan diarahkan untuk menjaga citra tersebut. .

2) Proses pembentuk citra

Citra merupakan persepsi yang dibentuk seseorang berdasarkan pemahaman dan kesadarannya terhadap realitas atau fakta yang ada. Sikap seseorang terhadap suatu hal dapat mengungkapkan persepsinya terhadap hal tersebut. Pertemuan seseorang dengan sesuatu membentuk gambarannya, yang membantunya mengembangkan sikap mental. Dan pengambilan keputusan selanjutnya akan mempertimbangkan pada pola pikir tersebut.

Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto menyebutkan 4 komponen yang menjadi proses pembentukan citra, yaitu:²⁴

a) Persepsi

Persepsi merupakan hasil menyaksikan sesuatu di lingkungan yang dihubungkan dengan suatu proses pemaknaan. Orang menafsirkan rangsangan berdasarkan pengalaman pribadinya dengan rangsangan tersebut. Proses pembentukan gambar dapat dilanjutkan dengan keterampilan persepsi ini. Persepsi atau pandangan positif dihasilkan dari stimulus yang

²⁴) Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 116.

memberikan informasi yang memuaskan kebutuhan kognitif individu.

b) Kognisi

Keyakinan individu dalam menanggapi suatu stimulus dikenal sebagai kognisi. Jika masyarakat diberikan informasi yang cukup untuk mempengaruhi perkembangan pikiran mereka, pandangan ini akan muncul.

c) Motivasi

Motivasi seseorang adalah sifat psikologis yang mendorong keinginannya untuk terlibat dalam perilaku tertentu guna mencapai tujuannya. Respons tersebut akan digerakkan oleh motivasi yang ada ke arah yang diinginkan pemberi stimulus.

d) Sikap

Sikap adalah suatu kecenderungan untuk berperilaku, mempersepsi, berpikir, dan merasakan sehubungan dengan sesuatu, konsep, keadaan, atau cita-cita. Penting untuk diingat bahwa sikap tidak sama dengan perilaku; sebaliknya, sikap adalah kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu. Sikap diperhitungkan atau diubah, dan menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan. Mereka juga mengandung unsur evaluatif, yang menunjukkan bahwa mereka mengandung nilai-nilai yang menyenangkan atau tidak menyenangkan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa proses konstruksi citra menunjukkan bagaimana rangsangan yang berasal dari persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap dapat membentuk reaksi, yang kemudian mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Dengan kata lain mutu pendidikan itu sendiri akan tercipta melalui upaya pencitraan pendidikan. Untuk memastikan bahwa proses pendidikan yang ditawarkan memenuhi kebutuhan masyarakat dan membuahkan hasil. Sementara itu, lembaga akan memiliki citra positif di masyarakat berkat kepuasan masyarakat.

B. Penelitian Relevan

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Penelitian karya Happy Ainun Ma'rif dengan judul "Strategi Humas dalam Membangun Citra Sekolah di SMA Negeri 1 Gringsing Kabupaten Batang".

Dalam penelitian tersebut, strategi humas dalam membangun citra sekolah di SMA Negeri 1 Gringsing, diantaranya ada 2 (dua) strategi yang dilakukan yaitu strategi internal dan strategi eksternal. Adapun strategi internal yang diambil yaitu: 1) Peningkatan profesionalitas guru dan staff sekolah dengan cara mengikutkan guru dan staff dalam kegiatan Workshop, Diklat, MGMP, KKG yang diadakan sekolah maupun Balai Diklat, 2) Menambah dan memperbaiki sarana dan prasarana yang ada

disekolah guna memfasilitasi siswa dalam pengembangan bakat dan minat.

Sedangkan strategi eksternal yang diambil yaitu: 1) Melibatkan masyarakat pada kegiatan yang diadakan sekolah, 2) Anjingsana orang sakit atau terjadi bencana di sekitar sekolah, 3) Memberikan laporan kepada wali atau orangtua murid terkait perkembangan atau masalah terkait peserta didik, 4) Mengadakan kerjasama dengan instansi lain, 5) Penyebaran brosur serta pemasangan banner promosi sekolah, 6) Melakukan publikasi pada setiap kegiatan atau informasi mengenai sekolah melalui media sosial seperti website, instagram dan facebook. 7) *Open House*, 8) *Parenting education*, 9) adanya pameran sekolah yang diadakan setiap bulan juli pada hari minggu atau bertepatan dengan hari ulang tahun sekolah, 10) Kegiatan ekstrakurikuler disekolah.²⁵

Persamaan dengan penelitian tersebut adalah dalam hal meningkatkan citra positif melalui strategi hubungan masyarakat. Metode penelitian kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara. Sementara hal yang membedakan dengan penelitian tersebut adalah dalam teori strategi humas, dimana penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori milik Cutlip, sedangkan penelitian milik Happy Ainun Ma'rif menggunakan teori milik Suryosubroto.

²⁵⁾ Happy Ainun Ma'rif, "Strategi Humas dalam Membangun Citra Sekolah di SMA Negeri 1 Gringsing Kabupaten Batang", UIN Walisongo, https://eprints.walisongo.ac.id/18220/1/1703036052_Happy%20Ainun%20Ma_rif_SKRIPSI%20-%20Hapy%20Marif.pdf

2. Penelitian karya Rozanah Ahlam Fadiyah, dengan judul “Peran Humas dalam Membangun Citra Positif Sekolah di SD N Sosrowijayan Yogyakarta”.

Dalam penelitiannya, disimpulkan bahwa kegiatan humas selalu dibantu oleh pihak guru dan kepala sekolah, karena humas tidak dapat berdiri sendiri. Kontribusi humas secara internal mencakup kegiatan yang ada disekolah seperti keagamaan, pertemuan wali murid dengan guru dan komite, serta kegiatan lainnya yang berdampak positif dan menguntungkan satu sama lain. Sedangkan untuk kontribusi secara eksternal, pihak humas melakukan kerja sama dengan pihak luar beberapa contohnya yaitu dengan bank, puskesmas, sekolah se-Yogya Barat.²⁶

Persamaan dengan penelitian tersebut adalah mengenai citra positif. Metode penelitian kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus penelitian, dimana penelitian tersebut membahas tentang peran humas, sementara penelitian yang akan dilakukan membahas tentang strategi dalam hubungan masyarakat.

3. Penelitian karya Amini Latifah, dengan judul “Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah (Studi Kasus di MAN Kendal)”.

Dalam penelitian tersebut, disimpulkan mengenai pengimplmentasian strategi humas untuk meningkatkan citra madrasah,

²⁶) Rozanah Ahlam Fadiyah, “Peran Humas dalam Membangun Citra Positif Sekolah di SD N Sosrowijayan Yogyakarta”, Universitas Negeri Yogyakarta,
https://eprints.uny.ac.id/34499/1/ROZANAH%20AHLAM%20FADIYAH_11101244007.pdf

manajer humas memiliki strategi yang berhubungan dengan fungsi-fungsi manajemen, a) Perencanaan program humas. Perencanaan dengan melakukan analisis yang sesuai dengan perkembangan zaman seperti yang sudah; b) Pengorganisasian program humas. Strategi pengorganisasian ini dilaksanakan untuk mengkomunikasikan dan menjalankan program agar program dapat mencapai tujuan yang diinginkan; c) Pelaksanaan program humas; d) Evaluasi program humas.²⁷

Persamaan dengan penelitian tersebut adalah membahas mengenai strategi humas dalam membangun citra positif, juga persamaan dalam penggunaan teori milik Cutlip. Metode penelitian kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara. Sementara perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah mengenai fokus penelitian, dimana penelitian yang akan dilakukan adalah berfokus pada strateginya, sementara penelitian milik Amini Latifah berfokus pada pengimplementasian strateginya.

4. Penelitian karya Dian Syaraswati dengan judul “Strategi Humas Dalam Menjalin Kerjasama Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (Du/Di) Di SMK N 7 Yogyakarta”.

Dalam penelitian tersebut, disimpulkan bahwa strategi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri (DU/DI) yaitu (a) menetapkan tujuan, (b) menentukan sasaran DU/DI, (c) melaksanakan koordinasi kepengurusan, (d) mengupdate informasi sekolah, (e)

²⁷⁾ Amini Latifah, “Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah (Studi Kasus di MAN Kendal)”, Walisongo, https://eprints.walisongo.ac.id/21135/1/Skripsi_1803036063_Amini_Latifah.pdf

memberikan pembekalan dan penanaman *attitude* kepada peserta didik, (f) membuat MoU, (g) melakukan rapat rutin dan pelaporan hasil kerja.²⁸

Persamaan dengan penelitian tersebut adalah membahas mengenai strategi humas. Sementara perbedaannya adalah dalam hal fokus penelitian, yaitu antara citra sekolah dengan kerjasama dunia usaha/dunia industry (DU/DI).

5. Penelitian karya Irfan yang berjudul “Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di SMA Insan Cendekia Syech Yusuf Kabupaten Gowa”.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat oleh pihak sekolah telah mampu untuk meningkatkan partisipasi aktif masyarakat untuk terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelenggaraan pendidikan di SMA Insan Cendekia Syech Yusuf. Akan tetapi masih perlunya sosialisasi sekolah dilakukan secara terus-menerus dikarenakan sebagian masyarakat belum mengenal dan memahami sekolah dengan konsep boarding school.

Partisipasi masyarakat di sekolah SMA Insan Cendekia Syech Yusuf terklasifikasi menjadi dua yaitu partisipasi materil berupa sumbangan pembangunan serta pembayaran umum orang tua/wali siswa serta partisipasi moril berupa keterlibatan komite dalam pengambilan

²⁸⁾ Dian Syaraswati, “Strategi Humas Dalam Menjalin Kerjasama Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (Du/Di) Di SMK N 7 Yogyakarta”, Universitas Negeri Yogyakarta, <http://eprints.uny.ac.id/view/divisions/fip%3D5Fap/2016.type.html>

keputusan dan sumbangan pemikiran baik langsung maupun tidak langsung yang diberikan oleh masyarakat.²⁹

Persamaan dengan penelitian tersebut adalah membahas mengenai strategi humas. Sementara perbedaannya adalah dalam hal fokus penelitian, yaitu antara citra sekolah dengan partisipasi masyarakat.

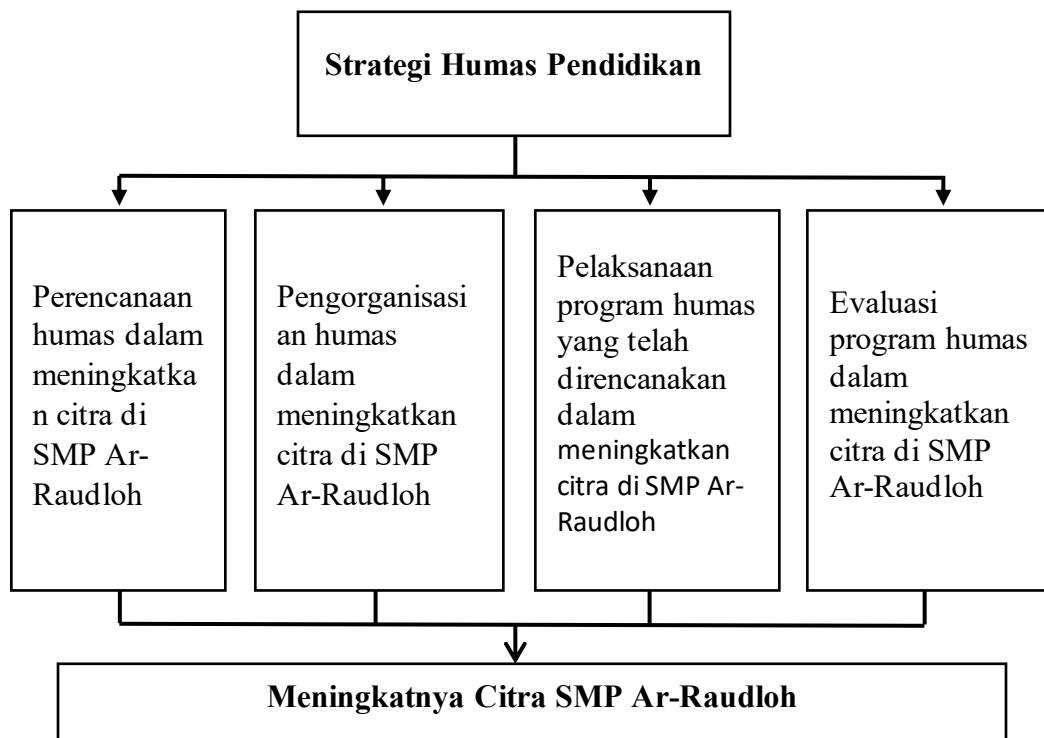
C. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan representasi dari keseluruhan proses penelitian. Dalam hal ini, kerangka teori akan menjelaskan mengenai perlunya penelitian (latar belakang masalah), bagaimana proses penelitian (solusi masalah), temuan penelitian, dan tujuan penggunaan hasil penelitian. Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian ini dilakukan di SMP Ar-Raudloh, dimana peneliti menemukan beberapa permasalahan strategi humas dalam hal meningkatkan citra sekolah.

Hubungan masyarakat adalah jenis keterlibatan publik yang melibatkan pembangunan hubungan yang kuat dengan masyarakat untuk menumbuhkan persepsi publik yang baik. Perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian merupakan aktivitas manajemen yang harus dipertimbangkan oleh humas ketika menyusun suatu program. Selain memilih program, humas harus mengembangkan rencana untuk memastikan bahwa program tersebut tepat sasaran dan dilaksanakan. Rencana kehumasan tentu diperlukan oleh semua perusahaan, termasuk dalam bidang pendidikan seperti sekolah. Karena menjaga hubungan kekeluargaan dengan seluruh pihak internal dan

²⁹⁾ Irfan yang berjudul "Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di SMA Insan Cendekia Syech Yusuf Kabupaten Gowa". <https://eprints.unm.ac.id/23481/>

eksternal merupakan tujuan dari humas itu sendiri. Menjunjung tinggi hubungan masyarakat yang positif sangatlah penting karena hal ini akan mempengaruhi citra suatu institusi. Membangun ikatan yang kuat dengan masyarakat akan membantu lembaga mendapatkan kepercayaan masyarakat, yang akan berkontribusi pada pencapaian visi, misi, dan tujuan organisasi.



Gambar 1. Kerangka Teori