

Strategi Pencitraan dan Komunikasi dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa (Studi Kasus di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya)

Fariani Kholidia Masitah

Jurusan Manajemen Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Surabaya
e-mail: shitafkm@yahoo.com

Muhammad Syafiq

Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Surabaya
e-mail: syafiq_muh@yahoo.com

Abstrak

Pencitraan dan komunikasi yang baik penting dilakukan oleh sekolah, terutama sekolah swasta. Strategi yang baik perlu diupayakan agar sekolah diminati masyarakat. Persaingan dalam menarik minat masyarakat memilih suatu sekolah semakin ketat, khususnya sekolah swasta. Hal ini menuntut sekolah swasta untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan strateginya dalam pencitraan dan komunikasi agar dapat meningkatkan jumlah siswanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai: (1) Strategi pencitraan sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. (2) Strategi komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif melalui tiga langkah yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data dengan menggunakan kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas dan konfirmabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi pencitraan sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yaitu dengan membentuk persepsi yang baik meliputi pengadaan lokasi sekolah strategis, prestasi sekolah, pengadaan guru berkompoten, membentuk kognisi jika bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya siswa akan berprestasi, membentuk motivasi dengan adanya diskon khusus jika ada saudara yang diajak untuk bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya, membentuk sikap dari motivasi akan membentuk sikap/kecenderungan masyarakat bertindak untuk menyekolahkan putra-putrinya di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya (2) Strategi komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yaitu dengan memilih komunikator yang baik untuk kegiatan PPDB yakni bagian hubungan masyarakat, guru, alumni, dan siswa, kemudian menjalin komunikasi melalui media cetak seperti Majalah Matan, Koran Radar Surabaya, Jawa Pos, media elektronik seperti Indosiar, SBO, *website*, dan jejaring sosial, melakukan komunikasi melalui aplikasi android, melalui brosur, spanduk, dan *banne* sekolah.

Kata kunci: *strategi pencitraan, strategi komunikasi*

Abstract

Good imaging and communication are important to be done by the school, especially private school. Good strategy is needed to be efforted in order to school is interested by society. Competition in interesting society interest to choose a school is more tight, especially private school. This case demands private school to more respect and increase its strategy in imaging and communication in order be able increase its total pupil. Objective of this study is to describe about: (1) School imaging strategy in increasing effort amount of pupil in SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. (2) communication strategy which is done in increasing effort amount of pupil in SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. This study used qualitative by using study design of case study. Technique of collecting data used interview technique, observation and documentation. Technique of analyzing data used analysis of qualitative descriptive by three steps which are data reduction, data serving and conclude conclusion. Checking data validity by using credibility, transferability, dependability and confirmability. Result of the study shows: (1) School imaging strategy in increasing effort amount of pupil in SMP Muhammadiyah 1 Surabaya which is good covers procurement of strategic school location; school achievement; supplying competence teachers; teachers quality and nice employee, forming motivation with there is special discount if there is sibling who can be asked to study in SMP Muhammadiyah 1 Surabaya, forming attitude from motivation will form attitude/tendency to act society to send to school their children in SMP Muhammadiyah Surabaya, (2) Communication strategy which is done in increasing effort amount of pupil in SMP Muhammadiyah 1 Surabaya which is choosing communicator which is good for activity of PPDB is part of public relation, teacher, alumnus, and students, and then connecting communication by printed media such as Matan magaizen, newspaper of Radar Surabaya, Jawa Pos, electronic media such as such as Indosiar, SBO, website and social media, doing communication by android application, by brochure, banner, and big banner.

Keyword: imaging strategies, communication strategies

PENDAHULUAN

Pencitraan dan komunikasi yang baik penting dilakukan oleh sekolah terutama sekolah swasta, karena tujuan pendirian sekolah tentu tidak lepas dari keinginan agar sekolah diminati oleh masyarakat. Strategi yang baik perlu diupayakan agar sekolah diminati masyarakat sehingga jumlah siswa di sekolah tersebut akan meningkat. Persaingan dalam menarik minat masyarakat memilih suatu sekolah semakin ketat, khususnya sekolah swasta. Hal ini menuntut sekolah swasta untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan strateginya dalam pencitraan dan komunikasi agar dapat meningkatkan jumlah siswanya. Agar suatu sekolah diminati masyarakat maka suatu sekolah perlu secara aktif mengawasi, dan mengevaluasi kualitas jasa dan berkomitmen terhadap perbaikan pencitraan dan komunikasi secara berkesinambungan.

Strategi pencitraan yang baik dibutuhkan lembaga agar masyarakat memberikan apresiasi sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat. Oleh karena itu “Citra lembaga penting dan harus dijaga agar tetap baik di mata publik, baik internal maupun eksternal” (Ruslan, 2010:75). Jumlah siswa akan meningkat apabila sekolah diminati masyarakat. Oleh karena itu sekolah perlu terus menerus membina komunikasi yang baik dengan masyarakat dengan strategi komunikasi yang baik sehingga komunikasi dapat tepat sasaran. Sekolah perlu banyak mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan sekolah, agar masyarakat mengetahui dan memahami. Dari pemahaman dan pengertian ini dapat dihadapkan adanya umpan balik yang sangat berguna bagi peningkatan jumlah siswa (Sabrina, 2014:690).

Berdasarkan data yang di dapat dari bagian hubungan masyarakat SMP Muhammadiyah 1 Surabaya, jumlah rombongan belajar meningkat dari tahun ke tahun. Tahun pelajaran 2013/2014 ada 12 rombongan belajar, tahun pelajaran 2014/2015 ada 13 rombongan belajar, tahun pelajaran 2015/2016 ada 14 rombongan belajar, dan tahun pelajaran 2016/2017 ada 14 rombongan belajar. Peningkatan jumlah siswa tersebut tentu saja tak lepas dari strategi hubungan masyarakat SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

Peneliti telah melakukan studi pendahuluan melalui wawancara dengan Waka Hubungan Masyarakat SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Beliau menjelaskan peningkatan jumlah siswa tentu saja tidak terlepas dari strategi pencitraan sekolah yakni salah satunya dengan SMP Muhammadiyah 1 Surabaya membeli gedung yang berlokasi strategis sehingga menimbulkan citra positif bagi masyarakat dan pada akhirnya masyarakat tertarik untuk menyekolahkan anaknya di sekolah tersebut.

Strategi komunikasi yang baik dengan masyarakat juga terlampir pada data program kerja humas SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yakni dengan menjalin hubungan kerjasama dengan media cetak maupun elektronik. Bagian dari sekolah yang bertanggung jawab untuk meningkatkan minat masyarakat dalam memilih suatu sekolah adalah bagian hubungan masyarakat, sesuai dengan struktur dan tugas hubungan masyarakat SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Bagian hubungan masyarakat dalam suatu lembaga pendidikan merupakan rangkaian pengelolaan yang berkaitan dengan kegiatan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dimaksudkan untuk menunjang proses belajar mengajar di lembaga pendidikan bersangkutan sehingga dapat meningkatkan mutu pembelajaran (Harini, 2014:9).

SMP Muhammadiyah 1 Surabaya terletak di Jalan Kapasan nomor 73-75 Surabaya. Lokasi sekolah tersebut berpotensi sebagai Kawasan *home industry* dan perdagangan. Tempat-tempat yang terkenal di sekitar SMP Muhammadiyah 1 Surabaya seperti Pasar Kapasan, Kiya-Kiya, Jembatan Merah Plaza, ITC, Pasar Atom, THR, dan SMP Muhammadiyah 1 Surabaya juga dekat dengan Jembatan Suramadu. Dengan letak yang strategis, maka SMP Muhammadiyah 1 Surabaya lebih mudah dalam melengkapi sarana prasana sekolah dengan sistem multimedia serta lebih mudah membawa siswa dalam suasana belajar yang kontekstual sehingga siswa dapat belajar menyelesaikan masalah dalam kehidupan nyata. Hal tersebut merupakan salah satu wujud dari strategi pencitraan SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Ibu T salah satu guru di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya, beliau berpendapat bahwa salah satu strategi pencitraan SMP Muhammadiyah 1 Surabaya adalah dengan pembelajaran selain menerapkan kurikulum nasional juga menambah dengan kurikulum standar internasional yang dibuktikan dengan adanya kegiatan belajar di luar negeri, dan bila pembelajaran berkualitas, maka insya Allah akan menghasilkan lulusan yang baik pula sehingga menimbulkan citra positif bagi masyarakat dan masyarakat akan tertarik untuk menyekolahkan anaknya di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya sehingga jumlah siswa pada sekolah tersebut akan meningkat.

Keunggulan SMP Muhammadiyah 1 Surabaya adalah Sekolah *full day school* Unggulan Muhammadiyah ke-3 Tingkat Jawa Timur, yang juga menyediakan *bilingual class*, hal tersebut merupakan salah satu wujud dari strategi pencitraan SMP Muhammadiyah 1 Surabaya dalam upaya meningkatkan jumlah siswanya. Sekolah ini juga mampu berprestasi dalam bidang akademik maupun non akademik. Tenaga pendidik dan tenaga kependidikan

sangat mendukung tercapainya prestasi sekolah yang tinggi dimana mereka senantiasa mampu melaksanakan tugas pokok sesuai fungsinya dengan baik dan bertanggung jawab. Hal ini mendapat dukungan penuh dari *stakeholders* yang dengan sungguh-sungguh mampu menjembatani dan mencari jalan keluar terhadap segala permasalahan yang di hadapi sekolah. Fasilitas dan sarana prasarana untuk mendukung peningkatan proses pembelajaran SMP Muhammadiyah 1 Surabaya telah memenuhi standar pelayanan peserta didik dengan 14 ruang belajar, 2 ruang laboratorium, 1 ruang media, 1 IPM (OSIS), 1 ruang perpustakaan, 1 ruang *multi education*, 1 ruang kesenian beserta peralatannya seperti alat *band*, seperangkat gamelan, *barongsay*, peralatan olah raga, lapangan *Football*, lapangan *volly*, lapangan bulu tangkis, lapangan upacara dan mushola untuk ibadah. Pembelajaran yang berbasis IT telah didukung oleh komputerisasi dan LCD. Lingkungan yang bersih, indah dan rapi sangat mendukung jalannya proses pembelajaran di sekolah. Hal tersebut tidak lepas dari wujud strategi pencitraan dan komunikasi SMP Muhammadiyah 1 Surabaya dalam menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya sehingga jumlah siswa akan meningkat.

Pencitraan dan komunikasi yang baik tidak terlepas dari aktivitas hubungan masyarakat. Humas merupakan bagian menyeluruh dari suatu kelembagaan atau organisasi dan bukan merupakan fungsi terpisah dari sistem manajemen suatu perusahaan atau organisasi (Setiantara, 2011:1). Sekolah swasta harus memiliki strategi humas yang lebih baik dari sekolah negeri karena peningkatan jumlah siswa banyak ditentukan atas persepsi para pengguna jasa pendidikan tersebut (siswa, *stakeholder*, masyarakat) terhadap pencitraan dan komunikasi yang dibangun sekolah tersebut. Strategi pencitraan dan komunikasi SMP Muhammadiyah 1 tertuang dalam “Strategi Pilar Berhasil”.

SMP Muhammadiyah 1 Surabaya memiliki strategi yang berbeda dengan sekolah swasta di sekitar dalam meningkatkan jumlah siswanya. Data yang diperoleh dari buku “Sekolah Bintang Teladan Muhammadiyah untuk Bangsa” SMP Muhammadiyah 1 Surabaya memiliki Strategi Pilar Berhasil yang terdiri dari tiga pilar, yakni: 1) Pilar I kualitas pendidikan yang berfokus pada pengguna, berfokus pada pengelolaan yang bermutu, berfokus pada peningkatan berkesinambungan, 2) Pilar II pengelolaan pengetahuan dan informasi yang berada di dalam dan luar SMP Muhammadiyah 1 Surabaya, memiliki relevansi dan manfaat guna mencapai Visi dan Misi, berdasarkan fakta dan data, mendorong pengambilan keputusan dan prioritas, dan diwujudkan dalam lingkungan kerja yang sehat, 3) Pilar III

pencitraan dan komunikasi yang menjadi bagian tidak terpisahkan dari komunitas, menyediakan informasi yang berupa data dan fakta yang cepat tepat serta lengkap, menyajikan pemecahan masalah berdasarkan kebutuhan pihak terkait, menyajikan citra yang baik sebagaimana adanya dengan landasan pengelolaan potensi sekolah, dan semua yang dilakukan SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

Bagian dari Strategi Pilar Berhasil yang paling menarik diteliti adalah Pilar Ketiga yaitu pencitraan dan komunikasi dengan landasan pengelolaan potensi sekolah. SMP Muhammadiyah 1 Surabaya adalah *full day school* yang juga menyediakan *bilingual class*. Berdasarkan wawancara dengan Waka Humas SMP Muhammadiyah 1 Surabaya, diketahui bahwa pilar ketiga dari Strategi Pilar Berhasil ini merupakan strategi humas untuk meningkatkan jumlah siswa sehingga masyarakat tertarik menyekolahkan putra-putrinya di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Dampak positif dari penelitian ini adalah bahwa hubungan masyarakat dalam suatu lembaga pendidikan merupakan rangkaian pengelolaan yang berkaitan dengan pencitraan dan komunikasi dari lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah siswa.

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji secara mendalam tentang “Strategi Pencitraan dan Komunikasi dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya”.

Fokus dari penelitian ini terbagi menjadi empat fokus, yaitu:

1. Strategi pencitraan sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya
 - a. Strategi membentuk persepsi yang baik di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya
 - b. Strategi membentuk kognisi di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya
 - c. Strategi membentuk motivasi di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya
 - d. Strategi membentuk sikap di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya
2. Strategi komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya
 - a. Strategi memilih komunikator yang baik di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya
 - b. Strategi menjalin komunikasi melalui media di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah Kualitatif. Rancangan penelitian menggunakan studi kasus. Penelitian ini mengambil lokasi di SMP

Muhammadiyah 1 Surabaya Jalan Kapasan nomor 73-75 Surabaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan teknik wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Adapun beberapa informan yang diwawancarai yaitu Kepala Sekolah, Waka Humas, Guru, Wali Murid, dan Murid. Wawancara dilakukan sesuai dengan fokus penelitian yaitu: (1) Strategi komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; (2) Strategi komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

Teknik analisis data yang digunakan adalah Reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Menurut Sugiyono (2012:247) data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks, dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Menurut Sugiyono (2012:249) dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut. Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2012:252) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahapan pengumpulan data berikutnya.

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan empat teknik sesuai dengan pendapat Sugiyono (2012:270) dalam pengujian keabsahan data, metode kualitatif menggunakan teknik-teknik meliputi *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan penelitian di SMP Negeri 1 Sidoarjo menunjukkan bahwa: (1) Strategi pencitraan sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; (2) Strategi komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

HASIL TEMUAN

1. Strategi pencitraan sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

- a. Strategi membentuk persepsi yang baik dengan hal-hal yang meliputi pengadaan lokasi SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yang strategis dan mudah dijangkau; prestasi yang sudah ataupun sedang diraih SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; pengadaan guru SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yang berkompeten; pengadaan ekstrakurikuler yang menarik di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; pengadaan gedung yang memadai di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; pengadaan sarana pembelajaran yang memadai di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; SMP Muhammadiyah 1 Surabaya memiliki ciri khas yang berbeda dari sekolah lain dengan strategi pilar berhasil; dan SMP Muhammadiyah 1 Surabaya menjalin kemitraan dengan lembaga di dalam maupun di luar negeri.
 - b. Strategi membentuk kognisi dengan hal-hal sebagai berikut: dengan bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya siswa akan berprestasi; kinerja guru dan karyawan sudah baik; kegiatan ekstrakurikuler akan menghasilkan siswa yang berprestasi; sarpras sekolah menimbulkan siswa berprestasi; pembelajaran di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yang menyenangkan; dan dengan menjalin kemitraan dengan lembaga di dalam maupun di luar negeri menyebabkan siswa berprestasi.
 - c. Strategi membentuk motivasi yang menggerakkan respon yaitu dengan adanya diskon khusus yang diberikan sekolah jika ada saudara yang diajak untuk bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Sekolah juga memberikan hadiah sebagai tanda ucapan terimakasih kepada siswa yg mengajak tetangga atau kerabat untuk bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Pihak sekolah juga melakukan kunjungan ke SD-SD untuk bersosialisasi dan mengajak para siswa bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Masyarakat umum juga diundang ke SMP Muhammadiyah 1 Surabaya dalam acara *open house*.
 - d. Strategi membentuk sikap yakni kecenderungan bertindak. Dari motivasi tersebut akan membentuk sikap atau kecenderungan bertindak masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya..
2. Strategi komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya
- a. Strategi memilih komunikator yang baik sehingga apa yang ingin dikomunikasikan

sekolah akan tersampai dan dapat dipahami oleh masyarakat. Pihak SMP Muhammadiyah 1 Surabaya memilih orang yang tepat untuk kegiatan PPDB yakni bagian hubungan masyarakat, guru tertentu yang sudah ditunjuk, alumni yang telah memasuki sekolah favorit, dan siswa SMP Muhammadiyah 1 Surabaya sendiri. Pihak-pihak tersebut juga akan bersosialisasi dan memberikan penjelasan ke SD-SD tentang SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

- b. Strategi menjalin komunikasi melalui berbagai media. SMP Muhammadiyah 1 Surabaya menjalin komunikasi melalui media cetak seperti Majalah Matan, Majalah Lazizmu, Majalah Suara Muhammadiyah, Koran Radar Surabaya, Jawa Pos, serta Koran Surya. SMP Muhammadiyah 1 Surabaya juga menjalin komunikasi melalui radio, televisi, dan internet seperti Indosiar, SBO, *website*, dan jejaring sosial seperti *facebook*. SMP Muhammadiyah 1 Surabaya juga melakukan komunikasi melalui aplikasi android seperti *whats app grup* dan *line*. SMP Muhammadiyah juga melakukan komunikasi melalui brosur, spanduk di perempatan jalan dan di depan sekolah, serta *banner* besar yang berada di depan sekolah.

PEMBAHASAN

1. Strategi Pencitraan Sekolah dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya

Dalam temuan penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa: 1) Strategi membentuk persepsi yang baik dengan hal-hal yang meliputi pengadaan lokasi SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yang strategis dan mudah dijangkau; prestasi yang sudah ataupun sedang diraih SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; pengadaan guru SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yang berkompeten; pengadaan ekstrakurikuler yang menarik di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; pengadaan gedung yang memadai di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; pengadaan sarana pembelajaran yang memadai di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; SMP Muhammadiyah 1 Surabaya memiliki ciri khas yang berbeda dari sekolah lain dengan strategi pilar berhasil; dan SMP Muhammadiyah 1 Surabaya menjalin kemitraan dengan lembaga di dalam maupun di luar negeri; 2) Strategi membentuk kognisi dengan hal-hal sebagai

berikut: dengan bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya siswa akan berprestasi; kinerja guru dan karyawan sudah baik; kegiatan ekstrakurikuler akan menghasilkan siswa yang berprestasi; sarpras sekolah menimbulkan siswa berprestasi; pembelajaran di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yang menyenangkan; dan dengan menjalin kemitraan dengan lembaga di dalam maupun di luar negeri menyebabkan siswa berprestasi; 3) Strategi membentuk motivasi yang menggerakkan respon yaitu dengan adanya diskon khusus yang diberikan sekolah jika ada saudara yang diajak untuk bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Sekolah juga memberikan hadiah sebagai tanda ucapan terimakasih kepada siswa yg mengajak tetangga atau kerabat untuk bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Pihak sekolah juga melakukan kunjungan ke SD-SD untuk bersosialisasi dan mengajak para siswa bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Masyarakat umum juga diundang ke SMP Muhammadiyah 1 Surabaya dalam acara *open house*; 4) Strategi membentuk sikap yakni kecenderungan bertindak. Dari motivasi tersebut akan membentuk sikap atau kecenderungan bertindak masyarakat untuk menyekolahkan putra-putrinya di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Menurut peneliti, di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya didapatkan fakta bahwa strategi pencitraan terus dilakukan oleh SMP Muhammadiyah 1 Surabaya, baik itu melalui persepsi dengan jalan membeli dan membangun gedung baru yang megah, kognisi pencitraan melalui pembinaan agar berprestasi, dengan cara bekerja sama dengan lembaga terkait, motivasi melalui ajakan untuk bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya, serta sikap dengan membangun hubungan baik dengan masyarakat, yang telah sesuai dengan pendapat Soemirat (2008:116).

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang.

Menurut Soemirat (2008:116), terdapat empat komponen pembentukan citra: 1) Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan

unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan dengan kata lain. Individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi inilah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra. Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu. 2) Kognisi, yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus keyakinan ini akan timbul apabila individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya. 3) Motivasi yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan. 4) Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan, sikap mengandung aspek evaluatif artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan, sikap juga diperhitungkan atau diubah.

pencitraan sekolah menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan sekolah, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi masyarakat, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik. Selain itu humas juga berfungsi untuk menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen sekolah dalam rangka memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. Semua ini bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan kemauan baik masyarakat serta memperoleh dukungan masyarakat yang menguntungkan (Ruslan 2010:341). Menurut peneliti hal ini sesuai dengan pendapat wali murid dan murid SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yang menyatakan bahwa sekolah telah menjalin hubungan baik dengan masyarakat, di mana melalui pencitraan yang dilakukan SMP Muhammadiyah 1

Surabaya dapat menumbuhkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi masyarakat menyekolahkan anaknya di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

Citra berhubungan erat dengan suatu penilaian maupun opini publik terhadap segala bentuk produk maupun jasa layanan yang dihasilkan oleh organisasi (Kholisoh, 2015:196). Menurut Peneliti, SMP Muhammadiyah 1 Surabaya telah melayani masyarakat dengan baik, baik kegiatan intra maupun ekstra. Jasa layanan tidak hanya dinikmati oleh warga sekolah tetapi juga masyarakat sekitar seperti masjid Aya Sofa yang dipakai sholat Jumat oleh masyarakat, dan juga ada payment point Bank Jatim Syariah yang dimanfaatkan jasanya oleh masyarakat sekitar.

Lembaga pendidikan harus dikelola dengan manajemen yang baik dan dikenalkan di masyarakat luas dengan cara-cara inovatif dan modern. Pencitraan lembaga pendidikan Islam tidak dapat terlepas dari adanya peran serta berupa dukungan dan harapan dari masyarakat (Indrioko, 2015:274). Menurut peneliti, SMP Muhammadiyah 1 Surabaya mengelola manajemen dengan baik sehingga humas memperkenalkan sekolah kepada masyarakat melalui cara-cara inovatif dan modern dengan mengadakan *try out* SD di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya beserta acara pentas seni dan open house yang mengundang masyarakat umum bebas untuk mengikutinya.

Humas merupakan fungsi strategis yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan masyarakat. Dalam kegiatannya, humas melakukan komunikasi dua arah antara sekolah dan masyarakat untuk menciptakan pengertian dan dukungan bagi tercapainya maksud, kegiatan, jasa layanan, dan kebijakan lembaga.

Melalui unit kerja humas tersebut, pencitraan sekolah dapat dapat terwujud. Keberadaan unit kehumasan di sebuah sekolah merupakan keharusan secara fungsional dan oprasional dalam upaya menyebarluaskan atau mempublikasikan kegiatan atau aktivitas sekolah yang ditujukan untuk hubungan masyarakat (Ruslan 2010:341). Menurut peneliti, Humas SMP Muhammadiyah telah menjalankan strategi Pilar Berhasil khususnya pilar ketiga yaitu pencitraan dan komunikasi yang baik untuk meningkatkan jumlah siswa.

2. Strategi komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya

Dalam temuan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa: 1) Strategi memilih komunikator yang baik sehingga apa yang ingin dikomunikasikan sekolah akan tersampaikan dan dapat dipahami oleh masyarakat. Pihak SMP Muhammadiyah 1 Surabaya memilih orang yang tepat untuk kegiatan PPDB yakni bagian hubungan masyarakat, guru tertentu yang sudah ditunjuk, alumni yang telah memasuki sekolah favorit, dan siswa SMP Muhammadiyah 1 Surabaya sendiri. Pihak-pihak tersebut juga akan bersosialisasi dan memberikan penjelasan ke SD-SD tentang SMP Muhammadiyah 1 Surabaya; 2) Strategi menjalin komunikasi melalui berbagai media. SMP Muhammadiyah 1 Surabaya menjalin komunikasi melalui media cetak seperti Majalah Matan, Majalah Lazizmu, Majalah Suara Muhammadiyah, Koran Radar Surabaya, Jawa Pos, serta Koran Surya. SMP Muhammadiyah 1 Surabaya juga menjalin komunikasi melalui radio, televisi, dan internet seperti Indosiar, SBO, *website*, dan jejaring sosial seperti *facebook*. SMP Muhammadiyah 1 Surabaya juga melakukan komunikasi melalui aplikasi android seperti *whats app grup* dan *line*. SMP Muhammadiyah juga melakukan komunikasi melalui brosur, spanduk di perempatan jalan dan di depan sekolah, serta *banner* besar yang berada di depan sekolah.

Hal yang penting bagi humas adalah harus mahir dalam berkomunikasi agar tujuan bisa dicapai secara efisien dan efektif dalam komunikasi dengan sasaran khalayak dapat menjamin opini publik dengan baik. Ruslan (2010:19) berpendapat bahwa humas pada hakekatnya merupakan bagian dari teknik kegiatan berkomunikasi (*technique of communication*) dengan ciri khas komunikasi dua arah antara lembaga atau organisasi yang diwakilinya dengan publiknya atau sebaliknya. Menurut peneliti, SMP Muhammadiyah 1 Surabaya telah melakukan komunikasi yang membangun interaksi antar sekolah dan masyarakat yang bertujuan untuk menumbuhkan pengertian antara komunikator (penyampai pesan) dengan komunikan (penerima pesan). Komunikasi yang efektif, yaitu bagaimana antara penyampai pesan dan penerima pesan dapat menimbulkan suatu pengertian yang sama

tentang suatu pesan, yaitu agar masyarakat menyekolahkan anaknya di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

Effendy (2006:32) mengungkapkan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi ini harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi. Menurut Pace (2000:36), pada dasarnya tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga hal yaitu: 1) Untuk memastikan bahwa terjadi suatu pengertian dalam berkomunikasi 2) Bagaimana cara penerimaan itu terus dibina dengan baik 3) Peningkatan untuk memotivasinya. Menurut peneliti, SMP Muhammadiyah 1 Surabaya telah melakukan komunikasi dengan baik, komunikasi terus dibina dengan melibatkan murid, wali murid, serta alumni, dan terus memotivasi warga sekolah untuk mengajak saudara dan tetangga bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.

Komunikasi merupakan proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut. Kita mulai secara berturut-turut dari komunikan sebagai sasaran komunikasi, media, pesan, dan komunikator. Komunikasi yang baik juga menyebabkan siswa memilih bersekolah di suatu sekolah (Gusdiandika, 2012:38). Berkat komunikasi yang baik, maka *stake holder* akan percaya kepada lembaga pendidikan (Kurnia, 2013:14). Menurut peneliti berkat komunikasi SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yang baik, maka jumlah siswa meningkat karena kepercayaan masyarakat meningkat

PENUTUP

Simpulan

Beberapa pernyataan sebagai simpulan hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Strategi pencitraan sekolah dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yaitu strategi membentuk persepsi yang baik dengan hal-hal yang meliputi pengadaan lokasi sekolah yang strategis; prestasi yang diraih sekolah; pengadaan guru yang berkompeten; pengadaan ekstrakurikuler yang menarik; pengadaan gedung yang memadai; pengadaan sarana pembelajaran yang memadai; ciri khas yang berbeda dari sekolah lain dengan strategi pilar berhasil; dan menjalin kemitraan dengan lembaga di dalam maupun di luar negeri. Strategi membentuk kognisi dengan hal-hal sebagai berikut: dengan bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya siswa akan berprestasi; kinerja guru dan karyawan sudah baik; kegiatan ekstrakurikuler menghasilkan siswa yang berprestasi; sarpras menimbulkan siswa berprestasi; pembelajaran yang menyenangkan; dan dengan menjalin kemitraan dengan lembaga di dalam maupun di luar negeri menyebabkan siswa berprestasi. Strategi membentuk motivasi yang menggerakkan respon yaitu dengan adanya diskon khusus yang diberikan sekolah jika ada saudara yang diajak untuk bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Sekolah memberikan hadiah kepada siswa yg mengajak tetangga atau kerabat untuk bersekolah di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Melakukan kunjungan ke SD-SD untuk bersosialisasi. Masyarakat umum diundang dalam acara *open house* sekolah. Strategi membentuk sikap yakni dari motivasi akan membentuk sikap/kecenderungan bertindak masyarakat menyekolahkan putra-putrinya di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya.
- b. Strategi komunikasi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan jumlah siswa di SMP Muhammadiyah 1 Surabaya yaitu strategi memilih komunikator yang baik untuk kegiatan PPDB yakni bagian hubungan masyarakat, guru tertentu yang sudah ditunjuk, alumni yang telah memasuki sekolah favorit, dan siswa SMP Muhammadiyah 1 Surabaya sendiri. Pihak tersebut juga akan bersosialisasi dan memberikan penjelasan ke SD-SD tentang SMP Muhammadiyah 1 Surabaya. Strategi menjalin komunikasi melalui berbagai media. SMP Muhammadiyah 1 Surabaya menjalin komunikasi melalui media cetak seperti Majalah Matan, Majalah Lazizmu, Majalah Suara Muhammadiyah, Koran Radar Surabaya, Jawa Pos, serta Koran Surya, menjalin komunikasi melalui radio, televisi, dan internet seperti Indosiar, SBO, *website*, dan jejaring

sosial seperti *facebook*, melakukan komunikasi melalui aplikasi android seperti *whats app grup* dan *line*, melakukan komunikasi melalui brosur, spanduk di perempatan jalan dan di depan sekolah, serta *banner* besar yang berada di depan sekolah.

Saran

Sesuai dengan paparan diatas setelah dilakukan penelitian, maka peneliti memiliki saran, yaitu:

1. Bagi kepala SMP Muhammadiyah 1 Surabaya, strategi pencitraan yang baik dari persepsi terhadap prestasi siswa juga ditingkatkan tidak hanya bagi siswa yang pandai untuk mengikuti lomba tetapi juga bimbingan bagi siswa yang kurang.
2. Bagi Waka Humas, hendaknya strategi komunikasi yang dilakukan humas dalam upaya meningkatkan jumlah siswa harus dipertahankan dengan baik agar komunikasi selalu terjalin dengan baik. Namun ada baiknya pihak humas menambahkan beberapa strategi yang harus ditingkatkan lagi yaitu dengan adanya monitoring dan evaluasi bersama pihak komite sekolah untuk mengetahui kegiatan mana yang belum bisa berjalan sesuai dengan rencana yang disepakati bersama, sehingga humas dapat melakukan perbaikan sebagai pengambilan keputusan dalam melakukan perencanaan selanjutnya.
3. Bagi sekolah lain, Diharapkan penelitian ini mampu menjadi contoh bagi sekolah lain agar berlomba-lomba dalam menyusun strategi pencitraan dan komunikasi dalam upaya meningkatkan jumlah siswanya.
4. Bagi Peneliti Lain, hendaknya menjadikan referensi informasi untuk penelitian yang dilakukan oleh penelitian dilain waktu dengan pembahasan yang sama mengenai strategi pencitraan dan komunikasi dalam upaya meningkatkan jumlah siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, OU. 2003. Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek). Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Gusdiandika, R. 2012. *Pengaruh Promosi Sekolah terhadap Keputusan Ssiswa dalam Pemilihan SMK Sepuluh Nopember Sidoarjo*. Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Jurnal KANAL, Vol.1, No.1, September 2012, Hal. 1-101
- Harini, IN. 2014. Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus di SMP Al Hikmah Surabaya). Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol. 4 No. 4, April 2014, hlm. 8-20
- Indrioko, E. 2015. *Membangun Citra Publik dalam Lembaga Pendidikan Islam* Jurnal Universum Vol. 9 No. 2 Juli 2015 | 265-274

- Kholisoh, N. 2015. *Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit "X" di Jakarta)* Universitas Mercu Buana. Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 13, Nomor 3, September - Desember 2015, halaman 195-209
- Kurnia, I.H. 2013. *Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)*. Pendidikan Ekonomi-BKK Administrasi Perkantoran , FKIP Universitas Sebelas Maret Surakarta, Jurnal Indonesia Jupe UNS, Vol I , No 2, Hal 1 s/d 15 April 2013
- Pace, WR. 2000. *Komunikasi Organisasi*. Bandung Remaja Rosdakarya
- Ruslan, R. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sabrina, S. 2014. *Pengelolaan Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (Husemas) di SMA Negeri 1 Enam Lingsung Kabupaten Padang Pariaman*. Jurnal Administrasi Pendidikan. Bahana Manajemen Pendidikan. Volume 2 Nomor 1, Juni 2014
- Soemirat S. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

