

# MANAJEMEN STRATEGIK HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA PUBLIK DI SMK KRIAN 1 SIDOARJO

Naurah Salsabila Az Zahrah<sup>1</sup>, Dr. Ima Widiyanah. M.Pd<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Negeri Surabaya; [naurah.22014@mhs.unesa.ac.id](mailto:naurah.22014@mhs.unesa.ac.id)

<sup>2</sup> Universitas Negeri Surabaya; [imawidiyanah@unesa.ac.id](mailto:imawidiyanah@unesa.ac.id)

---

## INFO ARTIKEL

### *Kata kunci:*

Manajemen Strategik, Humas Sekolah, Citra publik

---

### *Riwayat artikel:*

Diterima 2026-05-05

Direvisi 2026-05-08

Diterima 2026-05-11

---

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategik humas dalam meningkatkan citra publik di SMK Krian 1 Sidoarjo yang meliputi tahap formulasi, implementasi dan strategi. Penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya persaingan antar lembaga Pendidikan, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), sehingga diperlukan strategi humas yang sistematis dalam membangun citra positif dan meingkatkan kepercayaan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jelas penelitiann deskriptif dan rancanmngan studi kasus. Subjek penelitian meliputi kepala sekolah, wakil kepala bidang humas, guru, dan siswa. teknik pengumpulan data dilakukan secara dektektif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan pernarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) formulasi strategi humas dilakukan dengan berlandasan visi dan misi sekolah serta analisis kondisi internal dan eksternal melalui pendekatan SWOT, sehingga menghasilkan program kerja yang terarah dan realistis, 2) implementasi strategi humas dilakukan melalui berbagai kegiatan seperti sosialisasi ke sekolah SMP/MTs, pemanfaatan media sosial, publikasi prestasi siswa, kegiatan expo Pendidikan dan open haous, serta kerja sama dengan dunia usaha dan industri, 3) evaluasi strategi humas dilakukan secara berkala melalui rapat evaluasi dan penggunaan indicator seperti peningkatan jumlah peserta didik, umpan balik masyarakat, serta efektivitas program promosi. Secara keseluruhan, manajemen strategik humas di SMK Krian 1 Sidoarjo telah berjalan secara sistematis dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan citra positif sekolah, yang ditunjukkan melalui meningkatnya kepercayaan masyarakat dan jumlah peserta didik baru setiap tahun..

---

## Penulis yang sesuai:

Naurah Salsabila Az Zahrah

Universitas Negeri Surabaya; [naurah.22014@mhs.unesa.ac.id](mailto:naurah.22014@mhs.unesa.ac.id)

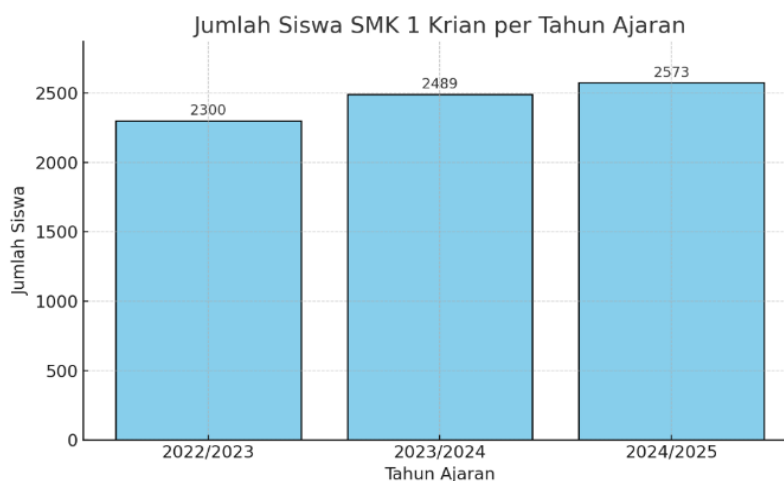
---

## **1. PERKENALAN**

Di era globalisasi dan revolusi industri 5.0, lembaga pendidikan menghadapi persaingan yang semakin kompleks sehingga tidak hanya dituntut memberikan layanan pendidikan, tetapi juga membangun reputasi, citra, dan daya tarik yang kuat untuk menarik minat calon peserta didik. Kondisi ini mendorong sekolah untuk memanfaatkan strategi komunikasi berbasis teknologi yang efektif, transparan, dan interaktif dalam membentuk opini publik (Cai & Loo, 2014). Dalam hal ini, humas (public relations) berkembang menjadi fungsi strategis organisasi yang berperan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan masyarakat serta meningkatkan kepercayaan publik (Parati & Diana, 2025). Pendidikan sebagai upaya sadar dan terencana bertujuan mengembangkan potensi peserta didik secara menyeluruh, sebagaimana ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Namun, dalam konteks nasional, khususnya pada Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), masih terdapat berbagai tantangan seperti kualitas sumber daya manusia, keterbatasan sinergi dengan dunia industri, serta tuntutan relevansi kurikulum. Kondisi ini berdampak pada daya saing lulusan di dunia kerja (Wardoyo et al., 2024).

Persaingan antar lembaga pendidikan menuntut sekolah untuk tidak hanya berfokus pada kualitas akademik, tetapi juga pada pembentukan citra positif sebagai faktor penentu dalam menarik peserta didik baru. Daya tarik sekolah menjadi elemen penting dalam keberhasilan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), terutama melalui komunikasi publik yang efektif dan konsisten. Hal ini sejalan dengan tujuan ke-4 Sustainable Development Goals (SDGs) yang menekankan pentingnya pendidikan berkualitas, inklusif, dan merata (Unterhalter, 2019). Dalam konteks tersebut, humas sekolah berperan sebagai penghubung strategis antara institusi dan masyarakat melalui komunikasi dua arah yang terencana. Model komunikasi simetris dua arah dinilai efektif dalam membangun hubungan timbal balik dan kepercayaan publik (Harditia & Sudadi, 2025). Pemanfaatan media digital, seperti media sosial dan platform komunikasi daring, semakin memperkuat peran humas dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

SMK Krian 1 Sidoarjo merupakan salah satu lembaga pendidikan vokasi yang aktif dalam mengimplementasikan manajemen humas untuk meningkatkan daya tarik sekolah. Melalui pemanfaatan media sosial, publikasi media, serta promosi langsung ke sekolah-sekolah, SMK Krian 1 Sidoarjo menunjukkan peningkatan jumlah peserta didik hingga lebih dari 2.400 siswa. Hal ini mencerminkan keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan dalam membangun citra positif di masyarakat. Meskipun demikian, meningkatnya jumlah lembaga pendidikan dengan berbagai program unggulan di wilayah Krian dan sekitarnya menjadi tantangan dalam mempertahankan daya saing sekolah. Oleh karena itu, diperlukan manajemen strategik humas yang sistematis melalui tahapan formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi untuk memastikan efektivitas program komunikasi dalam meningkatkan citra publik (Zahra, 2022).



Penelitian terdahulu umumnya masih berfokus pada aspek promosi atau komunikasi secara umum, dan belum banyak yang mengkaji manajemen strategis humas secara sistematis berdasarkan tahapan formulasi, implementasi, dan evaluasi. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengkaji strategi humas secara komprehensif menggunakan pendekatan manajemen strategis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih terarah mengenai bagaimana strategi humas dirumuskan, diimplementasikan, dan dievaluasi dalam meningkatkan citra publik sekolah, khususnya di SMK Krian 1 Sidoarjo. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi secara akademik dalam pengembangan kajian manajemen humas pendidikan, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi lembaga pendidikan dalam meningkatkan daya saing dan citra publik secara berkelanjutan.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam fenomena strategi manajemen humas dalam meningkatkan daya tarik peserta didik. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap makna, proses, dan konteks secara holistik dalam kondisi alami (Moleong, 2017). Rancangan penelitian yang digunakan adalah studi kasus (*case study*), dengan fokus pada praktik manajemen humas di SMK Krian 1 Sidoarjo. Studi kasus memungkinkan peneliti memahami fenomena secara mendalam dalam situasi nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks tidak tampak secara jelas Yin dalam (Mali, 2023). Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan informan yang meliputi kepala sekolah, wakil kepala bidang humas, guru, dan siswa. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, laporan, dan dokumen resmi yang relevan dengan fokus penelitian. Penelitian dilaksanakan di SMK Krian 1 Sidoarjo yang berlokasi di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur, karena sekolah ini memiliki aktivitas humas yang aktif dan relevan dengan kajian penelitian.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi partisipatif pasif, wawancara mendalam (*in-depth interview*), dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas humas, seperti promosi, publikasi, dan komunikasi dengan masyarakat. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar informan dapat memberikan informasi secara mendalam dan fleksibel. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui arsip, program kerja, serta konten media sosial sekolah. Analisis data menggunakan model interaktif Miles et al., (2014)) yang meliputi empat tahap, yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan hingga diperoleh temuan yang valid dan bermakna. Uji

keabsahan data dilakukan melalui uji kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmasiabilitas. Uji kredibilitas dilakukan dengan triangulasi sumber dan teknik serta member check. Uji transferabilitas dilakukan melalui penyajian deskripsi yang jelas dan sistematis, sedangkan uji dependabilitas dan konfirmasiabilitas dilakukan melalui audit proses penelitian dan verifikasi temuan berdasarkan data yang objektif.

### **3. TEMUAN DAN DISKUSI**

Penelitian ini berfokus pada kajian mengenai formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi humas, dalam meningkatkan citra publik melalui manajemen strategik humas di SMK Krian 1 Sidoarjo.

#### **3.1. Fomulasi Strategik Humas dalam Meningkatkan Citra Publik**

Berdasarkan temuan penelitian, jika menurut teori manajemen strategik (David et al., 2023) formulasi strategik humas di SMK Krian 1 Sidoarjo, dilakukan secara sistematis melalui rangkaian tahapan yang mencakup penyelarasan visi dan misi, analisis lingkungan eksternal dan internal, serta pengambilan keputusan strategis berbasis SWOT. Proses ini menunjukkan bahwa strategi humas tidak di susun secara spontan, melainkan melalui perencanaan yang terstruktur dan terintegrasi dengan kebijakan sekolah secara keseluruhan.

##### **a. Visi dan Misi Organisasi**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa visi dan misi sekolah menjadi landasan utama dalam merumuskan strategi humas. Setiap program komunikasi yang dirancang tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan bagian dari upaya mencapai tujuan besar sekolah, yaitu menciptakan lulusan yang kompeten dan siap kerja. Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan yang kuat antara startegi humas dengan arah kebijakan sekolah.

Teori manajemen strategis, Fred R. David, formulasi strategi diawali dengan penetapan visi dan misi sebagai dasar dalam menentukan arah organisasi. Kesesuaian temuan penelitian dengan teori menunjukkan bahwa SMK Krian 1 telah menerapkan prinsip strategik yang tepat, di mana strategi humas berfungsi sebagai instrumen untuk mengkomunikasikan nilai dan keunggulan sekolah kepada publik.

Secara analitis, kondisi ini menunjukkan hubungan sebab-akibat bahwa semakin kuat integrasi antara visi misi dengan strategi humas, maka semakin konsisten pesan yang disampaikan kepada masyarakat. Dampaknya, citra sekolah yang terbentuk bukan sekedar hasil promosi, tetapi melakukan refleksi dari kondisi nyata sekolah. Dengan demikian, kepercayaan publik dapat terbangun secara lebih berkelanjutan karena didasarkan pada kesesuaian antara informasi dan realitas.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Elyus & Sholeh, 2021) menunjukkan bahwa keberhasilan humas sangat ditentukan oleh ketepatan dalam merumuskan tujuan komunikasi dan segmentasi audiens. Selain itu, penelitian (Anisa, 2025) juga menegaskan bahwa formulasi strategi yang berbasis kebutuhan pasar pendidikan akan meningkatkan daya tarik sekolah. Dengan demikian, dapat dimaknai bahwa formulasi strategik humas SMK Krian 1 memiliki peran kasual dalam membentuk arah komunikasi sekolah. Semakin sistematis proses formulasi yang dilakukan, maka semakin kuat fondasi dalam membangun cerita publik yang positif.

##### **b. Analisis Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Treats*) Eksternal**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMK Krian 1 Sidoarjo melakukan analisis lingkungan eksternal dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berkembang di masyarakat. Peluang utama yang dimanfaatkan adalah meningkatnya minat masyarakat terhadap Pendidikan vokasi serta tingginya kebutuhan tenaga kerja keterampilan di dunia industri. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga menjadi peluang dalam memperluas jangkauan informasi sekolah.

Sebaliknya, ancaman yang dihadapi meliputi persaingan antar sekoilah serta perubahan persepsi masyarakat terhadap Pendidikan kejururuan. Selain itu, arus informasi di media sosial yang tidak terkendali juga berpotensi mempengaruhi citra sekolah. Dalam teori Fred R. David, analisis peluang dan ancaman merupakan bagian penting dari formulasi strategi untuk memastikan organisasi mampu beradaptasi dengan lingkungan ekstrnal. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi humas di SMK Krian 1 bersifat adaptif karena mempertimbangkan dinamika tersebut dalam perumusan strategi.

Secara analitis kemampuan sekolah dalam membaca peluang akan berdampak pada relevansi program yang ditawarkan, sedangkan kemampuan mengantisipasi ancaman akan mempengaruhi ketahanan citra sekolah dimata publik. Dengan demikian, semakin tepat analisis eksternal yang dilakukan, maka semakin besar peluang strategi humas dalam meningkatkan citra publik secara kompetitif.

c. Analisis Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*) internal

Temuan penelitian menunjukkan bahwa formulasi startegi humas juga ddidasarkan pada analisis kondisi internal sekolah. Kekuatan ini menjadi model utama dalam membangun citra positif sekolah. Kelemahan yang diidentifikasi berkaitan dengan belum meratanya pengelolaan informasi dan komunikasi di seluruh lini organisasi serta perlunya peningkatan inovasi program agar lebih adaptif terhadap perkembangan zaman.

Teori David, analisis kekuatan dan kelemahan merupakan bagian dari evaluasi internal yang bertujuan untuk mengetahui kapasitas organissi dalam menjalankan strategi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa SMK Krian 1 telah melakukan analisis ini secara cukup komprehensif.

Secara analistis, kekuatan yang dimiliki sekolah akan meningkatkan kredibilitas pesan yang disampaikan kepada masyarakat, karena didukung oleh bukti nyata. Sebaliknya kelemahan yang tidak segera diatasi berpotensi menghambat efektivitas strategi humas, khususnya dalam penyebaran informasi dan inovasi komunikasi. Oleh karena, itu keseimbangan anatar pemanfaatan kekuatan dan perbaikan kelemahan menjadi kunci dalam keberhasilan formulasi strategi.

d. Pengambilan Keputusan Strategi Menggunakan Matriks SWOT

Berdasarkan hasil penelitian, pengambilan keputusan stratgeik humas di SMK Krian 1 dilakukan dengan mengintegrasikan hasil analisis internal dan eksternal yang mengarah pada pendekatan SWOT. Strategidisusun dengan memanfaatkan kekuatan untuk menagkap peluang, memperbaiki kelemahan, serta mengantisipasi ancaman yang ada.

Teori Fred R. David, penggunaan matriks SWOT merupakan alat penting dalam tahap formulasi menunjukan bahwa SMK Krian 1 telah menerapkan Pendekatan ini secara praktis dalam menentukan arah strategi humas. Secara analistis, penggunaan SWOT memungkinkan strategi yang dihasilkan menjadi lebih realistis dan berbasis kondisi nyata. Hal ini berdampak pada meningkatnya efektivitas setrategi karena disusun berdasarkan

kesesuaian antara kapasitas internal dan tuntutan eksternal. Dengan demikian, strategi humas tidak hanya bersifat normative, tetapi juga aplikatif dan tepat sasaran.

Selain itu, keterlibatan seluruh stakeholder dalam proses perumusan strategi menunjukkan adanya pendekatan kolaboratif dalam manajemen strategik. Hal ini memperkuat kualitas keputusan yang diambil serta meningkatkan komitmen dalam pelaksanaan strategi. Dampaknya, strategi yang dirumuskan tidak hanya menjadi dokumen perencanaan, tetapi benar-benar diimplementasikan secara konsisten dalam kegiatan sekolah.

### **3.2. Implementasi Strategik Humas dalam Meningkatkan Citra Publik**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas diterapkan di SMK Krian 1 Sidoarjo melalui berbagai program yang berfokus pada promosi dan peningkatan kualitas pendidikan serta pembuktian kinerja sekolah kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa strategi humas adalah substantif dan komunikatif. Menurut teori manajemen strategik Fred R. David, implementasi strategi adalah tahap tindakan yang menekankan penggunaan sumber daya yang efektif, pelaksanaan program, dan manajemen aktivitas organisasi dengan baik. Oleh karena itu, tiga indikator utama digunakan untuk menilai pelaksanaan strategi humas dalam penelitian ini: *strategies in action*, masalah manajemen dan pemasaran, dan masalah keuangan dan akuntansi.

#### **a. *Strategies in Action* (Strategi Intensif)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi humas di SMK Krian 1 Sidoarjo menghasilkan strategi pertumbuhan (intensif) yang meningkatkan posisi sekolah di masyarakat dengan menonjolkan program unggulan, publikasi prestasi siswa, dan keberhasilan lulusan. Oleh karena itu, strategi humas tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi; itu juga berfokus pada menunjukkan kualitas pendidikan yang sebenarnya.

Metode ini menunjukkan secara analitis bahwa ada hubungan sebab-akibat antara persepsi publik tentang output sekolah dan kualitasnya. Semakin banyak bukti keberhasilan, seperti lulusan yang bekerja, melanjutkan studi, dan berwirausaha, semakin kuat kepercayaan masyarakat terhadap keberhasilan. Hal ini mendukung gagasan promosi berbasis bukti, yaitu promosi yang didasarkan pada fakta daripada klaim.

Selain itu, pemanfaatan berbagai media promosi yang saling melengkapi juga menunjukkan strategi intensif. Ini terjadi baik melalui media digital seperti Instagram dan TikTok maupun melalui kegiatan langsung seperti sosialisasi ke SMP, pameran pendidikan, dan workshop. Selain memberikan pengalaman langsung kepada calon peserta didik, integrasi antara promosi digital dan tatap muka ini memperluas jangkauan informasi.

Kemitraan dengan dunia bisnis dan industri (DUDI) adalah komponen penting dari strategi intensif. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas pembelajaran melalui program PKL dan sinkronisasi kurikulum, tetapi juga meningkatkan reputasi sekolah sebagai lembaga yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja. Oleh karena itu, sekolah yang memiliki hubungan yang lebih kuat dengan industri meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lulusan.

Menurut teori David, menunjukkan bahwa penerapan strategi telah mampu mengoptimalkan kekuatan organisasi untuk mencapai pertumbuhan. Strategi yang

diterapkan tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah siswa, tetapi juga pada peningkatan kualitas dan daya saing sekolah secara keseluruhan.

b. *Management and Marketing Issues*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi humas juga didukung oleh manajemen dan pemasaran yang terorganisir, terutama dalam hal penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi utama. Tim humas mengelola media sosial dan bertanggung jawab untuk memproduksi dan mempublikasikan konten terus-menerus yang mencakup kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan informasi penting lainnya.

Menurut teori David, keberhasilan implementasi strategi sangat dipengaruhi oleh seberapa efektif manajemen mengorganisasikan sumber daya dan bagaimana strategi dikomunikasikan kepada semua anggota organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMK Krian 1 menerapkan manajemen melalui pembagian tugas yang jelas dan koordinasi internal yang baik.

Secara analitis, pengelolaan media sosial yang aktif dan terorganisir menciptakan hubungan sebab-akibat antara tingkat keterlibatan masyarakat dan intensitas komunikasi. Interaksi yang terjadi antara sekolah dan masyarakat meningkat seiring dengan frekuensi dan kualitas konten yang dipublikasikan. Ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya dapat digunakan untuk promosi satu arah tetapi juga dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain dan membangun hubungan dengan mereka.

Selain itu, strategi pemasaran yang digunakan menggabungkan promosi digital dan tatap muka. Sementara kegiatan seperti expo, sosialisasi, dan open house memberikan pengalaman langsung kepada calon siswa, media sosial digunakan untuk menjangkau audiens yang luas dan cepat. Terbukti bahwa kombinasi ini membentuk persepsi yang lebih positif bagi masyarakat.

Selain itu, hasil siswa menunjukkan bahwa pendekatan humas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mereka tentang sekolah yang mereka pilih. Gambaran sekolah telah tertanam secara kuat di masyarakat, menurut informasi yang diperoleh melalui kegiatan promosi, keluarga, dan media sosial. Oleh karena itu, tidak hanya aktivitas yang dilakukan yang menunjukkan keberhasilan penerapan strategi humas, tetapi juga bagaimana persepsi dan keputusan publik berubah.

c. *Finance and Accounting Issues*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen keuangan dan akuntansi sangat penting untuk menerapkan strategi humas. Anggaran disusun dengan baik dan disesuaikan dengan rencana sekolah. Sekolah menggunakan media sosial sebagai strategi promosi utama karena memiliki jangkauan luas dan murah.

Menurut teori manajemen strategik David, pembagian sumber daya keuangan adalah komponen penting yang menentukan keberhasilan implementasi strategi. Penelitian menunjukkan bahwa SMK Krian 1 mampu mengelola dana secara efektif dengan memprioritaskan program yang berdampak besar pada reputasi sekolah. Secara analitis, keberlanjutan program humas terkait langsung dengan efisiensi penggunaan anggaran. Karena pemanfaatan teknologi digital dan partisipasi aktif seluruh siswa, sekolah tetap dapat melakukan banyak kegiatan promosi dengan biaya yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan yang tepat lebih penting daripada anggaran untuk sukses strategi. Selain itu, penggunaan anggaran menjadi lebih terarah dan efektif karena kegiatan promosi seperti sosialisasi, expo, dan acara sekolah diprioritaskan berdasarkan

skala prioritas. Akibatnya, program humas tetap berjalan dengan baik dan mampu meningkatkan citra publik sekolah.

### 3.3. Evaluasi Strategik Humas dalam Meningkatkan Citra Publik

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa evaluasi strategi humas di SMK Krian 1 Sidoarjo dilakukan secara sistematis dan berkelanjutan melalui pertemuan evaluasi yang melibatkan berbagai elemen di sekolah. Tujuan evaluasi ini adalah untuk mengevaluasi pelaksanaan program, mengevaluasi tingkat keberhasilan, dan menemukan hambatan selama implementasi. Menurut teori manajemen strategik Fred R. David, evaluasi strategi adalah tahap akhir dari strategi. Tahap ini dimaksudkan untuk mengukur kinerja, membandingkan hasil dengan target, dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas strategi. Oleh karena itu, tiga indikator utama digunakan untuk menganalisis evaluasi strategi humas dalam penelitian ini: menilai kinerja, membandingkannya dengan tujuan, dan mengambil tindakan perbaikan.

#### a Mengukur Kinerja (*Measuring Performance*)

Hasilnya menunjukkan bahwa SMK Krian 1 Sidoarjo secara teratur mengevaluasi kinerja strategi humas melalui pertemuan evaluasi mingguan, bulanan, dan tahunan. Pengukuran ini tidak hanya melihat seberapa baik program dijalankan, tetapi juga bagaimana hal itu berdampak pada reputasi sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi dilakukan secara menyeluruh dan berdasarkan hasil (berorientasi pada hasil).

Menurut teori David, pengukuran kinerja adalah langkah penting untuk mengetahui sejauh mana strategi yang digunakan dapat mencapai tujuan. Tingkat keterserapan lulusan, peningkatan jumlah siswa baru, dan tingkat kepercayaan dunia usaha dan industri (DUDI) adalah indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan strategi humas, menurut temuan penelitian.

Secara analitis, indikator tersebut menunjukkan hubungan sebab-akibat antara persepsi publik tentang program sekolah. Misalnya, tingginya keterserapan lulusan menjadi bukti nyata keberhasilan sekolah dalam mempersiapkan siswa untuk dunia kerja, meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat citra positif sekolah. Selain itu, peningkatan jumlah siswa baru menunjukkan bahwa masyarakat melihat sekolah dengan cara yang baik.

Selain itu, penggunaan penelitian *tracer* sebagai alat ukur menunjukkan bahwa lembaga pendidikan telah berusaha melakukan evaluasi secara lebih sistematis. Dengan bantuan alat-alat ini, pengukuran kinerja tidak hanya bersifat subjektif tetapi juga didasarkan pada data dan indikator yang jelas, yang memperkuat validitas hasil evaluasi dan membantu lembaga pendidikan menentukan langkah apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan kinerja mereka.

#### b Membandingkan Hasil dengan Rencana (*Comparing Performace With Targets*)

Membandingkan hasil yang telah dicapai dengan tujuan yang telah ditetapkan adalah tahapan selanjutnya dalam evaluasi strategi. Dengan menggunakan hasil penelitian, SMK Krian 1 Sidoarjo melakukan perbandingan dengan melihat apakah program yang direncanakan dan hasil yang diperoleh sesuai satu sama lain dalam hal capaian, waktu pelaksanaan, dan dampak terhadap reputasi sekolah.

Dalam teori David, perbandingan antara hasil dan target dilakukan dengan tujuan menemukan tingkat efektivitas strategi dan mengidentifikasi disparitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar program humas telah mencapai target, yang ditandai

dengan peningkatan jumlah siswa baru setiap tahun dan peningkatan kepercayaan masyarakat dan dunia industri. Peningkatan jumlah siswa baru dapat dianggap sebagai tanda keberhasilan strategi humas dalam mempromosikan reputasi sekolah yang baik. Hal ini menunjukkan hubungan sebab-akibat di mana peningkatan minat masyarakat untuk memilih sekolah tersebut didorong oleh program seperti kerja sama industri, publikasi digital, dan kegiatan promosi langsung.

Selain itu, evaluasi program yang paling berdampak, seperti kerja sama dengan DUDI, sosialisasi langsung, dan publikasi media sosial, menunjukkan bahwa sekolah tidak hanya melakukan evaluasi secara keseluruhan, tetapi juga mampu menemukan faktor-faktor kunci keberhasilan strategi. Akibatnya, proses evaluasi tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga strategis dalam menentukan jalan ke depan untuk program.

c Mengambil Tindakan Korektif (*Taking Corrective Actions*)

Proses terakhir dalam evaluasi strategi adalah melakukan perbaikan terhadap kesalahan yang ditemukan selama implementasi program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMK Krian 1 Sidoarjo telah melakukan beberapa perbaikan, seperti membuat program humas lebih inovatif, membuat publikasi media sosial lebih konsisten, membuat evaluasi berbasis data, dan menyesuaikan strategi promosi dengan kebutuhan masyarakat.

Menurut teori David, langkah penting untuk memastikan strategi tetap relevan dengan dinamika lingkungan adalah tindakan korektif. Penelitian menunjukkan bahwa sekolah sangat menyadari pentingnya mengembangkan program dan inovasi secara berkelanjutan. Ada hubungan sebab-akibat antara proses evaluasi dan peningkatan kualitas strategi, menurut analisis tindakan korektif yang dilakukan. Misalnya, upaya untuk memperkuat branding sekolah secara berkelanjutan melalui peningkatan konsistensi publikasi media sosial dan pengembangan evaluasi berbasis data memungkinkan sekolah untuk membuat keputusan yang lebih akurat dan tepat sasaran.

Selain itu, dukungan kebijakan dari kepala sekolah dalam bentuk penguatan program, peningkatan sarana prasarana, dan perluasan kerja sama industri menunjukkan bahwa tindakan korektif tidak hanya bersifat teknis tetapi juga strategis. Ini memastikan keberlanjutan implementasi strategi humas dan memastikan bahwa citra sekolah dibangun melalui kualitas nyata.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan manajemen strategik humas secara komprehensif dalam menganalisis upaya peningkatan citra publik sekolah, yang tidak hanya berfokus pada kegiatan promosi atau komunikasi semata. Penelitian ini mengkaji strategi humas berdasarkan tiga tahapan utama, yaitu formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi, sehingga memberikan gambaran yang lebih sistematis dan terstruktur.

Selain itu, penelitian ini menghadirkan konteks empiris di SMK Krian 1 Sidoarjo yang menunjukkan praktik humas modern melalui pemanfaatan media digital, kemitraan dengan dunia industri, serta keterlibatan aktif seluruh stakeholder sekolah. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa strategi humas tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga strategis dalam membangun kepercayaan dan citra positif lembaga. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru berupa model penerapan manajemen strategik humas di lingkungan pendidikan vokasi yang lebih terukur, adaptif, dan relevan dengan

perkembangan zaman, serta dapat menjadi rujukan bagi sekolah lain dalam meningkatkan daya saing dan reputasi lembaga pendidikan.

No	Rumusan Masalah	Indikator	Temuan
1	Bagaimana Formulasi strategik humas dalam meningkatkan citra publik di SMK Krian 1 Sidoarjo?	Visi dan Misi Organisasi	Perencanaan strategi humas disusun visi dan misi sekolah berorientasi pada peningkatan kualitas lulusan dan kesiapan kerja. Strategi humas tidak berdiri sendiri, melainkan terintegrasi dengan program kerja sekolah secara menyeluruh.
		Analisis Peluang ( <i>opportunities</i> ) dan Ancaman ( <i>Threats</i> )	Sekolah melihat peluang dari tingginya kebutuhan dunia kerja serta minat masyarakat terhadap Pendidikan vokasi. Ancaman berasal dari persaingan antar sekolah dan tuntutan masyarakat terhadap kualitas lulusan. Oleh karena itu, strategi disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat di perkembangan dunia industri.
		Analisis kekuatan ( <i>strengths</i> ) dan kelemahan ( <i>weaknesses</i> )	Kekuatan sekolah terletak pada fasilitas yang memadai, prestasi siswa, serta kerja sama dengan dunia industri. Kelemahan yang diidentifikasi berkaitan dengan perlunya peningkatan inovasi program baru dan konsistensi publikasi media sosial
		Pengambilan keputusan setrategi SWOT	Strategi di tentukan melalui rapat perencanaan dan evaluasi yang melibatkan seluruh stakeholder. Keputusan startegis diambil dengan mempertimbangkan kekuatan internal dan peluang eksternal, seperti penguatan fasilitaas, peningkatan prestasi siswa, serta perluasan kerja sama industri sebagai upaya membangun citra positif sekolah.
		Pihak yang terlibat	Kepala sekolah, waka humas, guru, tenaga kependidikan Tim BKK dan tim media sosial. Siswa turut dilibatkan saat promosi
2	Bagaimana Implementasi strategik humas dalam meningkatkan citra publik di SMK Krian 1 Sidoarjo?	<i>Strategis In Action</i> (strategi intensif)	Impelemntasi strategi humas dilakukan melalui penguatan program sekolah yang berorientasi pada peningkatan daya Tarik. Program meliputi pembelajaran intrakurikuler dan kokurikuler, pelatihan Bahasa asing (jepang dan korea), serta pemetaan siswa (kerja kuliah dan luar negeri). Selain itu, strategi juga diwujudkan melalui promosi sekolah sekolah seperti sosialisasi ke SMP/MTs, expo Pendidikan, open house, serta publikasi prestasi siswa.
		Penguatan Citra melalui Output Lulusan	Keberhasilan lulusan menjadi starategi utama dalam membangun citra sekolah. Lulusan yang bekerja, melanjutkan Pendidikan, maupun bekerja di luar

No	Rumusan Masalah	Indikator	Temuan
			negeri dijadikan bukti nyata kualitas sekolah yang mampu menarik kepercayaan masyarakat.
		<i>Management and Marketing Issues</i>	Implementasi strategi oleh manajemen sekolah didukung oleh pembagian tanggung jawab yang jelas antara tim humas dan Bursa Kerja Khusus (BKK). Pemasaran dilakukan melalui promosi langsung, publikasi digital, dan media sosial (seperti Instagram dan TikTok). Pengelolaan media sosial melibatkan guru dan siswa untuk membuat konten yang inovatif dan sesuai dengan tren.
		Kerja sama industri	Kerja sama dengan dunia usaha dan industri (DUDI) Program PKL dan penyuluhan kerja melalui BKK. Industri terlibat dalam pelatihan dan pembelajaran.
		Pengelolaan media sosial	Dikelola oleh tim humas Melibatkan siswa dalam pembuatan konten Konten berupa kegiatan prestasi, dan informasi SPMB.
		Komunikasi dua arah	Interaksi melalui komentar dan pesan langsung. Respon cepat terhadap masyarakat. Live media sosial untuk komunikasi langsung
		<i>Finance and Accounting Issues</i>	Penyediaan fasilitas pembelajaran yang memadai dan program unggulan seperti pelatihan bahasa asing yang ditawarkan sekolah tanpa biaya tambahan menunjukkan dukungan pembiayaan untuk menerapkan strategi humas.
	Bagaimana Evaluasi strategik humas dalam meningkatkan citra publik di SMK Krian 1 Sidoarjo?	Mengukur Kinerja ( <i>Performance measurement</i> )	dilakukan secara berkala melalui rapat evaluasi; ini memungkinkan untuk menilai kemajuan dan kendala program serta memberikan dasar untuk perbaikan lanjutan. Beberapa indikator digunakan untuk mengevaluasi strategi humas. Ini termasuk tingkat keterserapan lulusan (kuliah, bekerja, wirausaha, atau di luar negeri), peningkatan jumlah siswa baru, kepercayaan dunia usaha dan industri (DUDI), dan respons masyarakat. Keterlibatan masyarakat di media sosial dan tracer studi lulusan juga mendukung evaluasi ini. Selain itu, sekolah menggunakan rubrik penilaian sebagai alat ukur untuk menilai pencapaian target program, efektivitas kegiatan, dan dampaknya terhadap citra sekolah. Ini membuat proses evaluasi lebih terorganisir dan adil.
		Memandikan Hasil dengan Rencana ( <i>Comparing with Targets</i> )	Dalam perencanaan program humas, sekolah membandingkan hasil yang dicapai dengan target yang telah ditetapkan. Pertemuan rutin, seperti mingguan, bulanan, dan tahunan, digunakan untuk

No	Rumusan Masalah	Indikator	Temuan
			menilai kesesuaian program, waktu pelaksanaan, dan efektivitas kegiatan yang telah dilakukan.
		Mengambil Tindakan Korektif ( <i>Corrective Action</i> )	Hasil evaluasi digunakan untuk memperbaiki strategi humas. Perbaikan termasuk meningkatkan inovasi program, memperkuat publikasi media sosial, dan menggunakan data yang lebih terukur untuk evaluasi, seperti data dari sekolah pendaftar dan tanggapan masyarakat.
		Evaluasi Berkelanjutan ( <i>Cotinuuous Improvement</i> )	Secara teratur, strategi humas dievaluasi melalui pertemuan evaluasi yang melibatkan seluruh stakeholder sekolah. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk memastikan bahwa program berjalan sesuai dengan tujuan dan untuk memastikan bahwa strategi secara terus-menerus disesuaikan dengan tuntutan masyarakat.
		Program paling berdampak	Berdasarkan hasil evaluasi, program yang paling berdampak dalam meningkatkan citra sekolah adalah kerja sama dengan dunia industri (DUDI), sosialisasi langsung ke sekolah SMP/MTs, serta publikasi digital melalui media sosial yang dilakukan secara konsisten.
		Dukungan kebijakan kepala sekolah	Kebijakan kepala sekolah mendukung evaluasi strategi humas, yang berfokus pada meningkatkan kualitas program, meningkatkan sarana prasarana, dan memperluas kerja sama industri. Kebijakan ini sangat penting untuk keberlanjutan dan keberhasilan strategi humas.

#### 4. KESIMPULAN

Pada tahap formulasi strategi, humas sekolah menyusun perencanaan secara terstruktur dengan berlandaskan visi dan misi organisasi, serta didukung oleh analisis lingkungan internal dan eksternal melalui pendekatan SWOT. Proses ini menghasilkan strategi yang tidak hanya terarah, tetapi juga adaptif terhadap dinamika lingkungan pendidikan dan kebutuhan masyarakat. Pada tahap implementasi strategi, humas sekolah mampu mengoptimalkan berbagai sumber daya melalui program promosi yang terintegrasi, baik secara digital maupun tatap muka. Pemanfaatan media sosial, publikasi prestasi, serta kerja sama dengan dunia usaha dan industri menjadi faktor utama dalam memperkuat citra sekolah. Implementasi strategi ini tidak hanya bersifat komunikatif, tetapi juga berbasis pada pembuktian kualitas nyata sekolah, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat. Pada tahap evaluasi strategi, humas sekolah melakukan penilaian secara berkelanjutan melalui pengukuran kinerja, perbandingan hasil dengan target, serta pengambilan tindakan korektif. Evaluasi dilakukan secara sistematis dan berbasis data, sehingga memungkinkan perbaikan strategi secara berkesinambungan dan meningkatkan efektivitas program kehumasan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan peningkatan citra publik sekolah sangat dipengaruhi oleh penerapan manajemen strategik humas yang terencana, terintegrasi, dan berkelanjutan. Semakin

sistematis pengelolaan strategi humas, maka semakin kuat pula citra positif yang terbentuk di masyarakat. Dengan demikian, manajemen strategik humas tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan..

## REFERENSI

- Anisa, P. A. F. (2025). Humas dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(4), 4550–4557.
- Cai, J., & Loo, T. (2014). Decision Making in International Tertiary Education: The Role of National Image. *Advances in Journalism and Communication*, 02(03), 109–120. <https://doi.org/10.4236/ajc.2014.23012>
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2023). Strategic Management A Competitive Advantage Approach. In *Pearson Education Limited* (17 ed., Vol. 01). *Pearson Education Limited*.
- Elyus, D. S., & Sholeh, M. (2021). Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 9(2), 281–289.
- Harditia, & Sudadi. (2025). Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Reputasi Sekolah Di Mata Publik. *Jrpp*, 3(1), 29. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/mmp/article/view/13574>
- Mali, Y. C. G. (2023). A book review: *Case study: Case study research and applications design and methods* (6th ed.) by Yin. *Beyond words*, 11(1), 61–64. <https://doi.org/doi.org/10.1563>
- Miles, B. M., Huberman, M. A., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. (3rd ed.). CA: Sage Publications.
- Unterhalter, E. (2019). The Many Meanings of Quality Education: Politics of Targets and Indicators in SDG4. *Global Policy*, 10(January), 39–51. <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12591>
- Wardoyo, S., Septiani, M., Fauzia, N., Wiherdiansyah, F., & Akbar, Z. (2024). Pengaruh Keterkaitan Kompetensi Guru Smk Terhadap Daya Saing Lulusan Dalam Dunia Industri: Systematic Literature Review. *Volcational: Jurnal Inovasi Pendidikan Kejuruan*, 3(4), 184–192. <https://doi.org/10.51878/vocational.v3i4.3874>
- Zahra, L. A. (2022). Strategi humas Sekolah Alam Purwakarta dalam membangun Brand Awareness. 5(September), 347–366. <https://etheses.uinsgd.ac.id/60100/>