

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lembaga pendidikan tidak bisa terlepas dari yang namanya manajemen, karena manajemen pada dasarnya adalah komponen yang penting dan tidak dapat dilepaskan dari pendidikan itu sendiri. Jika tidak ada manajemen, maka tujuan pendidikan juga belum tentu dapat tercapai dengan baik. Maka dari itu dalam mengatur roda pendidikan manajemen dapat digunakan agar sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Dalam membangun dan meningkatkan lembaga pendidikan tentunya memiliki komunikasi yang menduduki urutan pertama. Tidak hanya dalam dunia pendidikan tetapi di perusahaan pun juga memerlukan komunikasi. Dengan berkomunikasi tanpa kita sadari sudah memperoleh hal-hal yang berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, informasi, dengan melakukan komunikasi kita juga bisa melatih bagaimana cara berbahasa yang baik dan benar, sopan santun ketika berbicara dengan orang lain. Lembaga pendidikan memiliki peran strategis sebagai upaya mencapai tujuan Pendidikan Nasional. Aktivitas hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat sekitar dapat dimaknai sebagai sarana komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait lembaga pendidikan tersebut, yang dilakukan oleh divisi atau bagian hubungan masyarakat (humas). Humas atau hubungan masyarakat adalah sebuah bagian dari organisasi yang bertugas berkomunikasi dengan publik, berupa komunikasi satu arah atau dua arah.

International public relations (IPRA) memberi pengertian mengenai *public relations* (humas) adalah fungsi manajemen dari sikap yang telah direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi, lembaga umum, dan pribadi digunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang memiliki hubungan, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan mencapai kerja sama yang lebih produktif,

serta memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan yang terencana dan tersebar luas.

Pada perkembangan saat ini, lembaga pendidikan di Indonesia sangatlah memahami perkembangan yang sangat pesat sehingga tidak sulit bagi masyarakat untuk memilih lembaga pendidikan sesuai dengan keinginannya. Disisi lain, hal ini tentunya membuat para pengelola lembaga pendidikan harus berhati-hati dan terus berusaha untuk meningkatkan citra sekolahnya. Jika tidak mempunyai kegiatan kehumasan dalam meningkatkan citra, maka lembaga tersebut akan berada pada kondisi negatif, yaitu berkurangnya minat masyarakat melihat proses pendidikan yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan tersebut. Jika keberadaan kualitas pengelola pendidikan yang tidak berwujud, masyarakat biasanya melihat tanda-tanda dari sesuatu yang bisa dilihat atau dirasakan untuk bisa menilai kualitas suatu jasa pendidikan. Dengan demikian, komponen lembaga pendidikan harus terus melakukan update pada sisi kompetensinya.

Salah satu kegiatan kehumasan pada lembaga pendidikan yaitu melakukan kegiatan penerimaan siswa baru. Dalam melaksanakan kegiatan kehumasan harus mampu menciptakan dan menjalin komunikasi antara lembaga pendidikan yang diwakilinya dengan masyarakat serta memiliki kemampuan melayani masyarakat dengan sebaik mungkin. Salah satu bentuknya dalam meningkatkan jumlah peserta siswa baru, Berfungsi untuk memperkenalkan lembaga kepada masyarakat dan menarik minat masyarakat yang dapat dilakukan dengan kegiatan langsung dan kegiatan tidak langsung.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Promosi sangat bermanfaat untuk mengembangkan dan menyebarkan informasi mengenai sekolah, serta dapat menambah jumlah minat siswa baru. Cara yang dilakukan dalam mempromosikan sekolah harus tepat agar kegiatan promosi dapat maksimal. Promosi yang dilakukan oleh tim PMB (Penerimaan Murid Baru) di SMP Islam Al Azhar 32 Padang.

Jika tanpa adanya siswa, maka suatu lembaga pendidikan tidak dapat menjalankan fungsinya dan tidak dapat menjual jasa mereka yang dapat berujung pada berakhirnya operasional di sekolah tersebut dan mengalami kebangkrutan. Sekolah yang gagal dan tidak laku artinya mereka tidak mampu memasarkan jasa pendidikannya karena tidak dapat memberi kepuasan pada konsumen (Alfiyanto, 2020). Maka setiap sekolah harus berusaha agar jasa yang mereka tawarkan bisa laku. Sejak diberlakukannya sistem zonasi pada tahun ajaran 2018/2019 dengan dilandasi peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No 20 Tahun 2019 dengan petunjuk teknis di Kota Padang yaitu Peraturan Walikota No. 32 tahun 2019.

Adanya peraturan terkait zonasi dalam PPDB menuai pro dan kontra terhadap masyarakat. Sistem zonasi memperkecil peluang sekolah swasta untuk mendapatkan calon siswa baru di sekolah swasta. Selain itu besarnya biaya operasional sekolah, rendahnya animo masyarakat memasukkan anaknya ke sekolah swasta. Selain meningkatkan mutu sekolah, promosi juga penting bagi sekolah untuk mendapatkan siswa (Syukur, 2016)

SMP Al Azhar 32 Padang harus tetap menjaga eksistensi sekolah agar tetap eksis. Oleh karena itu SMP Islam Al Azhar 32 Padang harus gencar mencari peserta didik demi eksistensi sekolah. Dari data penerimaan siswa baru relatif meningkat dari tahun-tahun sebelumnya namun peningkatan ini berasal dari dalam lingkup Al Azhar itu sendiri. Peserta didik tiap tahunnya banyak berasal dari SD Islam Al Azhar 32 sedangkan sisanya yang dari SD luar lingkup Al Azhar mengalami penurunan. Keadaan tersebut menunjukkan adanya ketidakstabilan mengenai jumlah siswa pertahunnya.

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Peminat dari SD Islam Al Azhar 32	Jumlah Peminat Dari SD lain	Jumlah Keseluruhan
1.	2019/2020	15	25	40
2.	2020/2021	26	37	63

3.	2021/2022	24	39	63
4.	2022/2023	23	34	57
5.	2023/2024	54	25	79

Tabel 1.1

Data jumlah siswa baru SMP Islam Al Azhar 32 Padang

Sumber : Data Sekolah SMP Islam Al Azhar 32 Padang

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa SMP Al Azhar peningkatan minat siswa pada tahun 2020/2021 dan tahun 2023/2024. Pada tahun 2020/2021 dan tahun 2021/2022 SMP Islam Al Azhar mendapatkan jumlah siswa yang tetap sama, dan pada tahun 2022/2023 SMP Islam Al Azhar kembali mengalami penurunan minat siswa. Dari persoalan di atas adanya peningkatan dan penurunan jumlah peminat siswa SMP Islam Al Azhar, pihak sekolah berupaya untuk melakukan kegiatan promosi dan memberikan penawaran menarik bagi siswa dan orang tua. Penelitian ini berfokus terhadap bagaimana manajemen kegiatan kehumasan dalam mempromosikan sekolah kepada masyarakat. Salah satu sekolah menengah pertama swasta dengan terakreditasi A adalah SMP Islam Al Azhar 32 Padang yang terletak di Jl. Khatib Sulaiman No. 86 sebagai lembaga pendidikan yang dimiliki oleh Yayasan Pendidikan Bung Hatta, Dimana sekolah tersebut merupakan sekolah yang paling terbaru didirikan dibandingkan 2 tingkat lainnya yaitu tingkat TK dan SD. SMP Islam Al Azhar 32 Padang didirikan pada tahun 2012, memiliki beragam capaian prestasi yang diraih oleh sekolah, maupun peserta didik yang ada di dalamnya, serta tetap eksis dan mampu bertahan sampai sekarang.

Disaat persaingan dunia pendidikan yang semakin ketat, penulis ingin mengetahui bagaimana kegiatan humas sekolah dalam merencanakan, pelaksanaan, evaluasi serta dampak dan kendala dalam mempromosikan sekolah. Sebagai diketahui salah satunya ada citra yang baik di masyarakat sehingga mempunyai nilai citra atau karakteristik tersendiri. Hal yang dimiliki oleh SMP Islam Al Azhar 32 Padang dikenal dengan program unggulan *tahfiz* yang baik dan

bagus. Kemudian prestasi Akademik dan Non Akademik selalu dihasilkan setiap tahun.

1.2 Rumusan Masalah

Pada rumusan masalah ini berisi masalah yang dihasilkan tidak terlepas dari latar belakang masalah yang dikemukakan pada pendahuluan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana Manajemen Kegiatan Kehumasan Dalam Mempromosikan SMP Islam Al Azhar 32 Kepada Masyarakat Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang sudah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Manajemen Kegiatan Kehumasan dalam Mempromosikan SMP Islam Al Azhar 32 kepada masyarakat Kota Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bagi kajian Ilmu Komunikasi bermanfaat untuk memberikan sumbangsih yang dijadikan sebagai masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya kajian komunikasi bidang kehumasan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga Pendidikan, Diharapkan dapat dapat menjadi motivasi untuk terus berkontribusi dalam peningkatan citra sekolah. Menjadi rujukan atau sebagai masukan bagi praktisi pendidikan, pengelola lembaga pendidikan yang memiliki kesamaan karakteristik dan para pendidik.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian tentang Kegiatan Humas yang berkaitan dengan promosi sekolah.

