

**MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* PADA  
PROGRAM PENDIDIKAN KESETARAAN WUSTHA AL-FIEL  
KABUPATEN CILACAP**



**TESIS**

Disusun dan diajukan kepada Pascasarjana  
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd.)

**Wahyu Fatikhatul Umniyah  
201765018**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H SAIFUDDIN  
ZUHRI PURWOKERTO  
2022**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553  
Website : [www.pps.uinsaizu.ac.id](http://www.pps.uinsaizu.ac.id) Email : [pps@uinsaizu.ac.id](mailto:pps@uinsaizu.ac.id)

**PENGESAHAN**

Nomor 677 Tahun 2022

Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto mengesahkan Tesis mahasiswa:

Nama : Wahyu Fatikhatul Umniyah  
NIM : 201765018  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap

Telah disidangkan pada tanggal **15 Juni 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Magister Pendidikan (M.Pd.)** oleh Sidang Dewan Penguji Tesis.



Purwokerto, 21 Juni 2022  
Direktur,

*Sunhaji*  
Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag.  
NIP. 19681008 199403 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
PASCASARJANA**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553  
Website : [www.pps.uinsaizu.ac.id](http://www.pps.uinsaizu.ac.id) Email : [pps@uinsaizu.ac.id](mailto:pps@uinsaizu.ac.id)

**PENGESAHAN TESIS**

Nama Peserta Ujian : Wahyu Fatikhatul Umniyah  
NIM : 201765018  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul Tesis : Manajemen Hubungan- Masyarakat Dalam Meningkatkan  
*Brand Image* Pada Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel  
Kabupaten Cilacap.

No	Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Sunhaji, M.Ag. NIP. 19681008 199403 1 001 Ketua Sidang/ Penguji		21/6-2022
2	Dr. Nawawi, M.Hum NIP.19710508 199803 1 003 Sekretaris/ Penguji		21/6 22
3	Dr. Suparjo, M.A NIP. 19730717 199903 1 001 Pembimbing/ Penguji		21/6 2022
4	Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd NIP. 19720420 200312 1 001 Penguji Utama		21/6 -2022
5	Dr. Hj. Sumiarti, M.Ag NIP.19730125 200003 2 001 Penguji Utama		20/6 -2022

Purwokerto, 21 Juni 2022

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

**Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd**  
NIP. 19720420 200312 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Tesis

Kepada Yth.  
Direktur Pascasarjana UIN  
Prof.K.H. Saifuddin Zuhri  
Di Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan korelasi, serta perbaikan-perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya sampaikan naskah mahasiswa :

Nama : Wahyu Fatikhatul Umniyah  
NIM : 201765018  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul : Fungsi Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap

Dengan ini mohon agar tesis mahasiswa tersebut di atas dapat disidangkan dalam ujian tesis.

Demikian nota dinas ini disampaikan. Atas perhatian bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Purwokerto, 2 Juni 2022  
Pembimbing



Dr. Suparjo, M.A  
NIP. 1973071719991001

### PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis saya yang berjudul: “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Brand Image Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap” seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan tesis yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian tesis ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Purwokerto, 2 Juni 2022



Wahyu Fatikhatul Umniyah



Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan *Brand Image* Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap

Wahyu Fatikhatul Umniyah NIM. 201765018 E-mail :

[wahyufatikhatulumniyah@gmail.com](mailto:wahyufatikhatulumniyah@gmail.com)

Pascasarjana Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

### ABSTRAK

Program Pendidikan Kesetaraan sebagai lembaga pendidikan non-formal yang keberadaannya masih berlangsung sampai saat ini. Hal itu tidak terlepas dari peran hubungan masyarakat yang berperan aktif dalam menyebarkan informasi mengenai program pendidikan kepada masyarakat. Salah satu bentuk luaran dari adanya peran hubungan masyarakat dalam menjalankan fungsi manajemen nya adalah dengan adanya *brand image* yang ada ditengah-tengah masyarakat. Bilamana Program Pendidikan Kesetaraan tidak memiliki image yang baik tentu akan berpengaruh terhadap keberlangsungan penyelenggaraan Program Pendidikan Kesetaraan. Karena saat ini tidak dapat dipungkiri bahwa persaingan dalam lembaga pendidikan tentu harus disikapi dengan strategi- strategi dalam meningkatkan *brand image*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Dimana dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi data. Pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Berdasarkan pengumpulan data serta analisis data, hasil penelitian ini bahwa : humas pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap telah menjalankan fungsi manajemen sesuai dengan prosedur yang dimulai dari tahap perencanaan, tahap pengorganisasian, tahap pelaksanaan dan tahap monitoring evaluasi. Hal tersebut relevan dengan teori George R. Terry. Selain itu dalam meningkatkan brand image humas telah menerapkan strategi membentuk brand image yaitu dengan melihat posisi, menjadikan perbedaan sebagai program unggulan, dan memberikan layanan prima. Hal tersebut relevan dengan *positioning*, *differenting*, dan proses *service* yang dikemukakan oleh Herman Kertajaya. Selain itu juga menerapkan langkah-langkah dalam membentuk brand image, serta paham akan manfaat dan tujuan brand image bagi Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.

**Kata Kunci** : Manajemen Humas, *Brand Image*, Program Pendidikan Kesetaraan

Public Relations Management in Improving Brand Image in the Wustha Al-Fiel  
Equality Education Program, Cilacap Regency.

Wahyu Fatikhatul Umniyah NIM. 201765018 E-mail :

[wahyufatikhatulumniyah@gmail.com](mailto:wahyufatikhatulumniyah@gmail.com)

Postgraduate Islamic Education Management Study Program  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

### ABSTRACT

Equality Education as a non-formal educational institution whose existence is still ongoing today. This is inseparable from the role of public relations which plays an active role in disseminating information about educational programs to the public. One of the external forms of the role of public relations in carrying out its management function is the existence of a brand image in the midst of society. If equality education does not have a good image, it will certainly affect the sustainability of the implementation of equality education programs. Because currently it is undeniable that competition in educational institutions must certainly be addressed with strategies in improving brand image.

This research uses a qualitative approach, and is a type of field research (field research). Where in data collection, researchers use observation techniques, interviews and documentation. The data analysis used includes data reduction, data presentation, and drawing conclusions or data verification. Examination of the validity of the data using source triangulation and triangulation techniques.

Based on data collection and data analysis, the results of this study are: that public relations in the Wustha Al-Fiel equality education program, Cilacap Regency, has carried out management functions in accordance with procedures starting from the planning stage, organizing stage, implementation stage and evaluation monitoring stage. This is relevant to the theory of George R. Terry. In addition, in improving the brand image, public relations has implemented a strategy of forming a brand image, namely by looking at the position, making differences as superior programs, and providing excellent service. This is relevant to the positioning, differentiating, and service process proposed by Herman Kertajaya. In addition, it also implements steps in forming a brand image, as well as understanding the benefits and goals of brand image for the equality education program Wustha Al- Fiel Cilacap Regency.

**Keywords** : Public Relations Management, Brand Image, Equality Education

## **MOTTO**

“Tidak ada manusia yang baik- baik saja, mereka hanya tengah berjuang melalui kesukarannya”

-Wahyu Fatikhatul Umniyah-

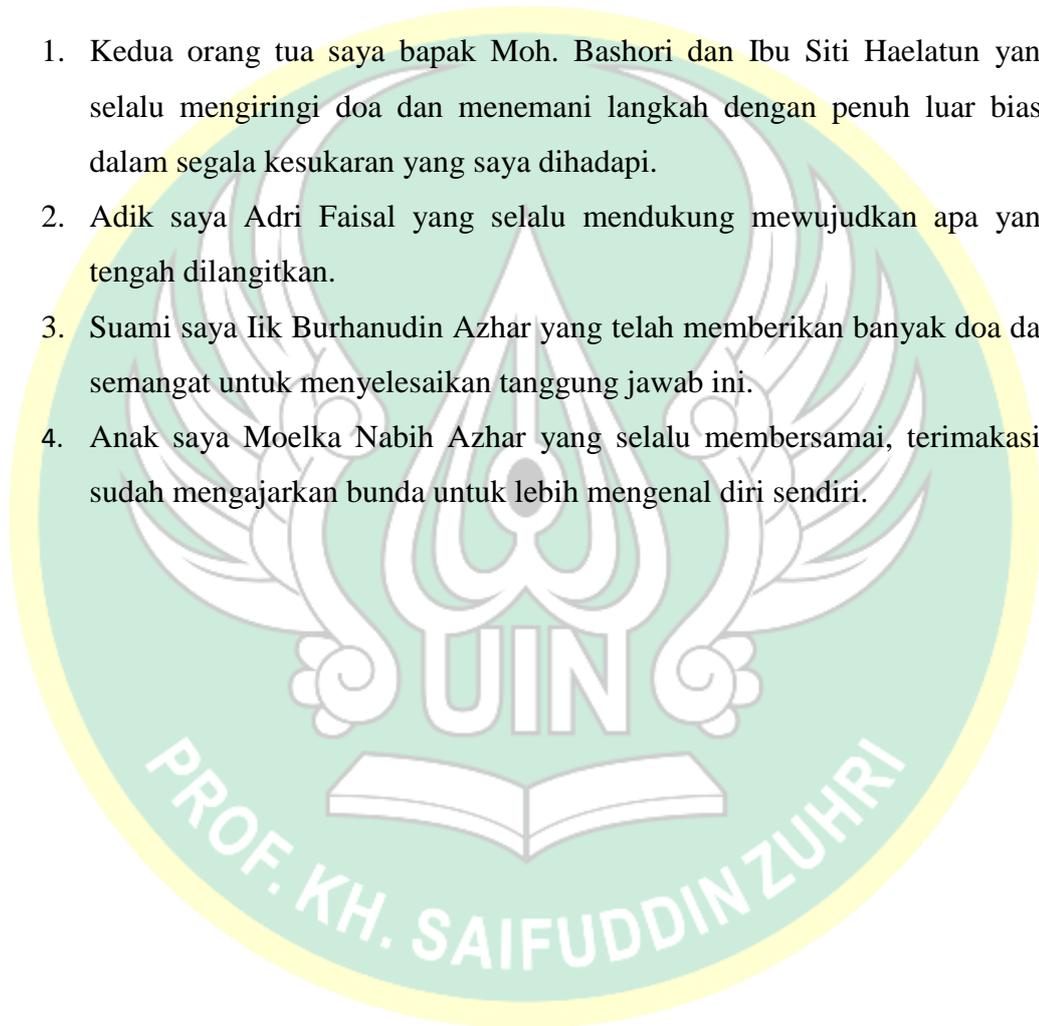


## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahnya. Sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, dan terima kasih sedalam-dalamnya sebuah karya yang sederhana ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya bapak Moh. Bashori dan Ibu Siti Haelatun yang selalu mengiringi doa dan menemani langkah dengan penuh luar biasa dalam segala kesukaran yang saya dihadapi.
2. Adik saya Adri Faisal yang selalu mendukung mewujudkan apa yang tengah dilangitkan.
3. Suami saya Iik Burhanudin Azhar yang telah memberikan banyak doa dan semangat untuk menyelesaikan tanggung jawab ini.
4. Anak saya Moelka Nabih Azhar yang selalu kebersamai, terimakasih sudah mengajarkan bunda untuk lebih mengenal diri sendiri.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah Swt., yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan *Brand Image* Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap”.

Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad Saw., keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa petunjuk kebenaran seluruh umat manusia yaitu Ad-Dinul Islam yang kita harapkan syafa'atnya di dunia dan di akherat. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan, bimbingan, bantuan, arahan serta motivasi kepada penulis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., Selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Rohmat, M.Ag., M.Pd., Selaku Kaprodi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. M. Slamet Yahya, M.Ag., Selaku Penasehat Akademik
5. Dr. Suparjo, MA., Selaku Pembimbing Tesis
6. Segenap Dosen dan Staf Administrasi Pascasarjana Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Ny. Hj. Dra. Maftuhatussamroh, Selaku Kepala Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap yang telah berkenan mengizinkan penulis untuk melaksanakan penelitian.
8. Kedua Orang tua penulis bapak Moh. Bashori dan ibu Siti Haelatun yang selalu mengiringi doa dan menemani langkah penulis dengan penuh luar biasa dalam segala kesukaran yang dihadapi.

9. Badan Amil Zakat Nasional Jawa Tengah yang sudah mempercayakan saya sebagai penerima beasiswa pascasarjana di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Teman-temanku Pascasarjana MPI angkatan 2020 yang telah banyak memberikan pengalaman dalam berjuang menuntaskan tanggung jawab studi pascasarjana ini.
11. Seluruh ustad, ustadzah dan santri Pondok Pesantren Modern El- Fira 1, yang telah memberikan ruang untuk belajar dan berbagi pengalaman
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu dalam tesis ini, teriring do'a semoga Allah Swt., senantiasa melindungi.

Semoga bantuan kebaikan dalam bentuk apapun selama penulis melakukan penelitian hingga terselesaikannya tesis ini, menjadi ibadah dan tentunya mendapat balasan kebaikan pula dari Allah SWT. Penulis berharap, adanya tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik mahasiswa, pendidik, maupun masyarakat. Aamiin.

Purwokerto, 2 Juni 2022

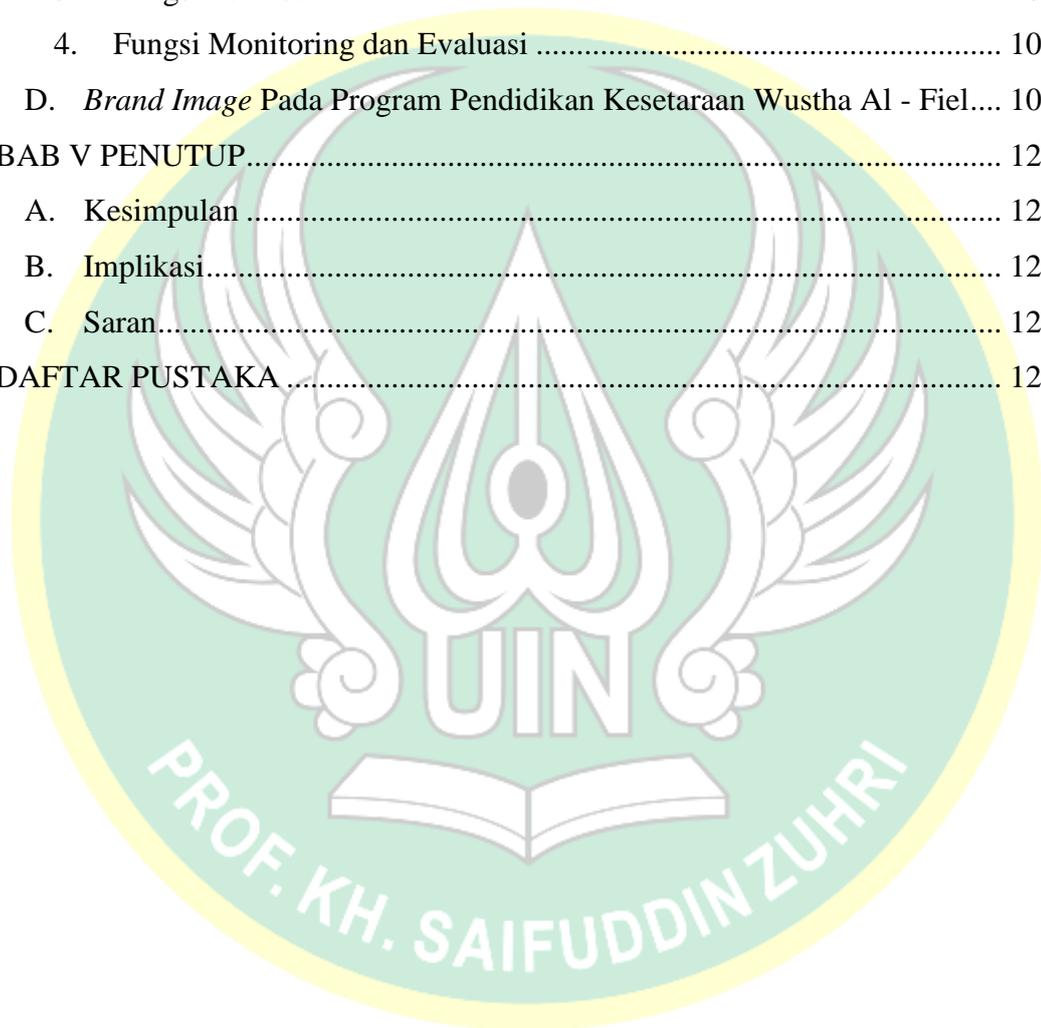
Wahyu Fatikhatul Umniyah

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN DIREKTUR.....	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	14
E. Sistematika Penulisan .....	15
BAB II MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT, <i>BRAND IMAGE</i> , DAN PROGRAM PENDIDIKAN KESETARAAN .....	17
A. Manajemen Hubungan Masyarakat.....	17
1. Pengertian Manajemen Humas.....	17
2. Tujuan Manajemen Humas.....	22
3. Fungsi-Fungsi Manajemen Humas.....	26
4. Tugas dan Kewajiban Hubungan Masyarakat.....	40
B. <i>Brand Image</i> Sekolah.....	43
1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	43

2.	Macam-Macam <i>Brand</i> dan <i>Image</i> .....	47
3.	Langkah- Langkah Menentukan <i>Brand Image</i> .....	50
4.	Manfaat dan Tujuan <i>Brand Image</i> .....	53
5.	Faktor- faktor pembentuk <i>Brand Image</i> .....	55
C.	Program Pendidikan Kesetaraan .....	57
1.	Pengertian Program Pendidikan Kesetaraan .....	57
2.	Dasar Hukum Program Pendidikan Kesetaraan .....	60
3.	Syarat dan Alur Izin Operasional Program Pendidikan Kesetaraan.....	61
4.	Pengelolaan Program Pendidikan Kesetaraan .....	63
D.	Penelitian yang relevan .....	66
E.	Kerangka Berfikir.....	68
BAB III METODE PENELITIAN.....		70
A.	Paradigma Penelitian.....	70
B.	Pendekatan Penelitian .....	70
C.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	71
D.	Objek dan Subjek Penelitian .....	72
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	73
F.	Teknik Analisis Data.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		78
A.	Profil Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel .....	78
1.	Sejarah berdirinya Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel ...	78
2.	Visi Misi dan Tujuan .....	81
3.	Identitas Lembaga .....	81
4.	Data Pendidik, Tenaga Kependidikan, dan Peserta Didik.....	82
5.	Struktur Organisasi Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel... 86	
B.	Profil Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel.....	87
1.	Kedudukan Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel... 87	
2.	Tujuan Pokok Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel88	
3.	Tugas Pokok Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel 89	
4.	Program Kerja Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel	89

5. Struktur Organisasi Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel	92
C. Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel.....	93
1. Fungsi Perencanaan .....	93
2. Fungsi Pengorganisasian .....	98
3. Fungsi Pelaksanaan .....	101
4. Fungsi Monitoring dan Evaluasi .....	103
D. <i>Brand Image</i> Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al - Fiel....	106
BAB V PENUTUP.....	120
A. Kesimpulan .....	120
B. Implikasi.....	121
C. Saran.....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	124





## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pendidik Mata Pelajaran Umum .....	66
Tabel 2 Pendidik Mata Pelajaran Keagamaan .....	67
Tabel 3 Tenaga Kependidikan.....	68
Tabel 4 Data Peserta Didik.....	68
Tabel 5 Rincian Daftar Nama Peserta Didik.....	68



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berfikir.....	66
Gambar 2 Struktur Organisasi Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel.....	70
Gambar 3 Struktur Organisasi Humas Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel...	70



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Pedoman Hasil Wawancara

Lampiran II : Foto Dokumentasi

Lampiran III : SK Pembimbing

Lampiran III : Sertifikat TOEFL

Lampiran IV : Daftar Riwayat Hidup



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan didefinisikan adalah sebagai suatu proses serta bentuk usaha sadar untuk meningkatkan potensi pada peserta didik baik secara akademik, emosi, maupun spiritual agar dapat bertumbuh dan berkembang secara maksimal.<sup>1</sup> Dari definisi pendidikan tersebut sejalan dengan Undang-Undang, Nomor 20 Tahun 2003 pasal 1 disebutkan bahwa pendidikan merupakan bentuk usaha yang sadar dan terencana guna untuk mewujudkan suasana serta proses pembelajaran agar peserta didik dapat secara aktif mampu mengembangkan bakat, minat atau potensi yang ada pada dirinya agar peserta didik memiliki kekuatan spriritual keagamaan, akhlak yang mulia, pengendalian atau control diri, kepribadian yang baik, kecerdasan IQ (*Intelligensi Quotients*) & EQ (*Emotional Quotients*), serta keterampilan hidup yang dibutuhkan oleh drinya, lingkungan masyarakat, serta nusa dan bangsa.<sup>2</sup> Pendidikan pada hakekatnya adalah proses pematangan kualitas hidup, karena itulah fokus pendidikan diarahkan pada pembentukan kepribadian unggul dengan menitik beratkan pada proses pematangan kualitas logika, hati, akhlak dan keimanan. Puncak pendidikan adalah tercapainya titik kesempurnaan kualitas hidup.<sup>3</sup>

Berlangsungnya suatu proses pelaksanaan pendidikan tersebut tidak serta merta sebagai angan saja melainkan membutuhkan suatu wadah untuk mewujudkan keterlaksanaan suatu pendidikan yang tersistem. Adapun salah satu tempat atau wadah tersebut adalah lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan adalah sebagai suatu organisasi, dimana tempat berlangsungnya administrasi dan manajemen pendidikan, yang kemudian tumbuh menjadi besar dan permasalahannya akan menjadi lebih kompleks

---

<sup>1</sup> Suhadi Winoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Bildung,2020), 29

<sup>2</sup> Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 88.

<sup>3</sup> Dedi Mulyasana, *Pendidikan Bermutu Dan Berdaya Saing*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), 2.

dalam suatu sistem pendidikan nasional yang sedang berjalan.<sup>4</sup> Maka memperjelas kembali terkait kompleksitas pendidikan tersebut dapat digunakan suatu pendekatan sistem. Pendekatan sistem yaitu menekankan keseluruhan dan keutuhan, serta pemikiran terhadap bagian-bagian atau elemen sebagai subsistem, dan juga interaksi atau interelasi antar elemen.<sup>5</sup> Maka sehubungan dengan perihal tersebut suatu sistem pendidikan nasional merupakan sebagai alat dan tujuan untuk mencapai suatu cita-cita pendidikan nasional. Lebih rinci sebagai alat berarti sistem tersebut merupakan suatu tempat atau wadah yang didalamnya terdapat suatu proses bentuk kegiatan-kegiatan yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan. Terkait sebagai suatu tujuan, maka suatu bentuk sistem pendidikan nasional mampu memberikan rambu-rambu kemana arah yang dituju dan bagaimana seharusnya pendidikan nasional itu dikelola dan dikembangkan secara baik guna memperoleh output yang maksimal. Adapun bentuk-bentuk dari lembaga pendidikan nasional yang telah ditetapkan oleh pemerintah adalah lembaga pendidikan formal, lembaga pendidikan informal dan lembaga pendidikan non-formal.

Bab I Pasal I mengenai Ketentuan Umum pada Sistem Pendidikan Nasional No.20 Tahun 2003 bahwa pemerintah kita dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa, menjelaskan mengenai jalur pendidikan formal, jalur pendidikan informal dan jalur non-formal yang tertuang sebagai berikut: <sup>6</sup> Pada Pasal 1 ayat 11 berbunyi Pendidikan Formal adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi. Pasal 26 ayat 2 berbunyi pendidikan non-formal berfungsi mengembangkan potensi peserta didik, dengan penekanan pada penguasaan pengetahuan dan keterampilan fungsional dan pengembangan sikap dan kepribadian

---

<sup>4</sup> Syaiiful Sagala, *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 13.

<sup>5</sup> Suhadi Winoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: Bildung, 2020), 24.

<sup>6</sup> Urip Triono, *Kepemimpinan transformasional dalam pendidikan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 14-15.

fungsional. Adapun pada Pasal 26 ayat 3 menegaskan kembali bahwa pendidikan non-formal meliputi pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan kepemudaan, pendidikan keterampilan, pendidikan pelatihan kerja, pendidikan pemberdayaan perempuan serta Program Pendidikan Kesetaraan yang harus dilaksanakan secara sistematis dan terkonsep secara benar sehingga menghasilkan luaran atau output yang tidak menyimpang, dimana antara konsep dengan implementasinya tidak jauh berbeda dilapangan atau ditempat terselenggaranya pendidikan non-formal tersebut. Selain itu, pendidikan non-formal juga bertujuan sebagai pelengkap dan penunjang bahkan pada kondisi tertentu dapat menjadi pengganti pada pendidikan formal. Contoh yang sering dijumpai dalam lingkungan masyarakat sekitar yaitu tidak jarang masyarakat terutama pada usia pelajar yang tengah mengenyam pendidikan formal memiliki kesukaran untuk memahami dalam kegiatan pembelajaran sehingga menyebabkan ketertinggalan, atau karena memiliki suatu kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi pada pendidikan formal.

Pada lembaga pendidikan non-formal salah satu yang populer dan menjadi pendidikan tertua di Indonesia adalah pondok pesantren. Dimana tujuan dari suatu lembaga pendidikan non-formal adalah sebagai pelengkap, penambah bahkan pengganti lembaga pendidikan formal maupun informal sebagai dalam rangka upaya untuk mendukung *tarbiyatul hayyat* atau diartikan sebagai pendidikan sepanjang hayat. Menurut Ahmad Mustofa Bisri berpendapat bahwa pondok pesantren merupakan suatu lembaga pendidikan islam yang telah dikenal sebagai tempat untuk mencetak generasi ahli agama islam sebagai pribadi yang memiliki karakteristik kemandirian dan juga ketaatan kepada guru atau kyai.<sup>7</sup> Pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam yang keberadaanya ada dibawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia, memiliki eksistensi tersendiri dilingkungan masyarakat. Menurut Roqib Tujuan pendidikan Islam merupakan kegiatan dalam

---

<sup>7</sup> Badrut Tamam, *Pesantren, Nalar, dan Tradisi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 20.

membimbing dan membentuk manusia yang berakhlakul karimah.<sup>8</sup> Meskipun proses pembelajaran yang jauh berbeda dengan pendidikan formal pada umumnya, namun pondok pesantren tetap berupaya memberikan kontribusi terbaiknya bagi pendukung sekaligus partisipan dalam penyelenggaraan pendidikan nasional. Suddin Bani dalam jurnal “Kontribusi Pesantren Dalam Sistem Pendidikan Nasional” mengatakan bahwa output dari pesantren kini telah banyak menciptakan generasi yang mandiri, disiplin, jujur, memiliki jiwa kewirausahaan, *leadership*, kreatif dan inovatif dan sebagainya. Pesantren juga selalu mengajarkan mengenai etika sebagai dasar atau pondasi pembentukan karakter peserta didik.<sup>9</sup>

Bentuk kontribusi di atas dapat kita simpulkan bahwa tidak hanya lembaga pendidikan formal saja yang mampu memberikan perannya dalam mewujudkan salah satu tujuan nasional bangsa ini dalam bidang pendidikan. Salah satu pendidikan non-formal yang saat ini tengah gencar diperhatikan oleh pemerintah adalah Program Pendidikan Kesetaraan pada pondok pesantren salafiyah. Sesuai dengan Keputusan Dirjen Pendis (Direktur Jendral Pendidikan Islam) Nomor 3543 pada tahun 2018 tentang penyelenggaraan Program Pendidikan Kesetaraan pada suatu pondok pesantren khususnya salafiyah merupakan bentuk upaya serius yang dilakukan oleh pemerintah guna mengurangi angka putus sekolah di Indonesia. Upaya serius tersebut juga dapat dilihat dari pembaharuan-pembaharuan kebijakan yang bertujuan untuk perlahan meningkatkan mutu pada Program Pendidikan Kesetaraan. Hal tersebut dapat terangkum dalam kilas balik asal muasal berdirinya Program Pendidikan Kesetaraan. Dimana pada tahun 2000, regulasi Wajardikdas (Wajib belajar pendidikan dasar) untuk pondok-pondok pesantren Salafiyah telah terbit. Tepatnya tertuang didalam keputusan bersama antara Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia dengan Kementerian Agama Republik Indonesia Nomor : 1 atau U atau KB atau 2000 dan

---

<sup>8</sup> Moh.Roqib, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2016), 91.

<sup>9</sup> Suddin Bani, “Kontribusi Pesantren Dalam Sistem Pendidikan Nasional”, *Jurnal Auluduna*, 2, no.2 (Desember 2015), 273 (diakses pada tanggal 20 Januari 2022)

Nomor : MA atau 86 atau 2000. Harapan untuk para santri sebagai lulusan pondok pesantren dapat memiliki ijazah sebagai bukti kelulusan telah paripurnanya kegiatan pembelajaran yang dikeluarkan oleh pemerintah secara legal dan diakui oleh negara.

Wajardikdas pada saat tahun 2000 an itu memiliki regulasi yang masih sama dengan sekolah program kejar paket. Dimana tanpa adanya batas usia seluruh masyarakat dapat mengikuti wajardikdas dengan masa belajar yang lebih sedikit dari sekolah formal pada umumnya. Selain itu bobot mata pelajaran umum yang dibebankan juga masih sangat sedikit. Pada tahun 2018 regulasi yang digulirkan oleh pemerintah untuk pondok pesantren salafiyah banyak mengalami perubahan. Salah satu perubahan tersebut termasuk pada perubahan nama dari Wajardikdas menjadi PKPPS yaitu Program Pendidikan Kesetaraan Pondok Pesantren Salafiyah. Adanya regulasi tersebut diperkuat dengan adanya Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 3543 Tahun 2018 mengenai petunjuk teknis penyelenggaraan program Program Pendidikan Kesetaraan pondok pesantren salafiyah yaitu sistem pendidikan di pondok pesantren salafiyah yang ditambah dengan sistem pendidikan yang setara dengan sistem pendidikan formal pada umumnya yang telah berjalan. Termasuk juga pada syarat dan ketentuan akreditasi yang ditetapkan oleh Badan Akreditasi Nasional.

Program pendidikan kesetaraan terbagi menjadi tiga tingkatan, seperti halnya program pendidikan yang digalakan pemerintah adalah wajib belajar selama 12 tahun yaitu tingkat sekolah dasar, tingkat sekolah menengah pertama dan juga tingkat sekolah menengah atas. Sedangkan tiga tingkatan dalam pendidikan kesetaraan yaitu ; Program Pendidikan Kesetaraan Tingkat Ula (setara dengan SD atau MI, & Paket A), Pendidikan Kesetaraan Tingkat Wustha (setara dengan SMP atau MTs, & Paket B), Pendidikan Kesetaraan Tingkat Ulya (setara dengan SMA atau SMK, MA atau MAK, & Paket C). Pada juknis panduan pengelolaan dan pelaksanaan Program Pendidikan Kesetaraan telah memiliki prinsip-

prinsip dasar proses pembelajaran pada Program Pendidikan Kesetaraan di pondok pesantren yang telah disesuaikan dengan proses kegiatan belajar mengajar yang berjalan saat ini, namun ketentuan kurikulum yang diterapkan mengikuti kurikulum yang diberlakukan oleh Kementerian Pendidikan & Kebudayaan Republik Indonesia. Lulusan dan kualifikasi ijazah pendidikan yang dikeluarkan telah mengacu dan berpedoman pada prosedur-prosedur operasional standar ujian nasional, yang telah diterbitkan oleh Badan Standar Nasional Pendidikan dan Kementerian ataupun oleh Lembaga dan instansi yang telah diberikan kewenangan mengenai hal tersebut yang disesuaikan dengan ketentuan perundang-undangan.

Dilansir pada salah satu media elektronik yaitu kompas.com Direktur Pontren, Ahmad Zayadi mengatakan “Ketika pada tahun 2018, Kementerian Agama melalui Direktorat PD Pontren (Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren) telah mampu mengakreditasi sebanyak 184 pada Program Pendidikan Kesetaraan di pondok pesantren”. Salah satu penyelenggara Program Pendidikan Kesetaraan pesantren adalah Kabupaten Cilacap. Bapak Imam Tobroni selaku Kepala Kementerian Agama Kabupaten Cilacap, mengatakan jumlah pondok pesantren yang ada di Kabupaten Cilacap sebanyak 284 lembaga, dan yang menyelenggarakan Program Pendidikan Kesetaraan sebanyak 6 lembaga. Adapun lokasi penyelenggara Program Pendidikan Kesetaraan yaitu berada di Kecamatan Binangun, Kecamatan Kesugihan, Kecamatan Kawunganten, Kecamatan Wanareja dan Kecamatan Majenang. Dari enam penyelenggara Program Pendidikan Kesetaraan ada dua lembaga yang telah terakreditasi dengan kategori Baik (B). Keempat penyelenggara lainnya masih pada proses persiapan perencanaan akreditasi ditahun yang akan datang, meskipun akan jauh berbeda kondisinya, sebab adanya pandemik covid-19. Meskipun demikian upaya dukungan serta pelayanan tetap diberikan dengan sepenuhnya guna membantu memaksimalkan

kegiatan proses belajar mengajar tetap berlangsung dan berjalan dengan baik.

Salah satu Program Pendidikan Kesetaraan yang memperoleh kategori Baik (B) adalah Program Pendidikan Kesetaraan tingkat Wustha Al-Fiel, yang berada di Kecamatan Kesugihan. Tingkat Wustha pada Program Pendidikan Kesetaraan berarti setara dengan SMP atau Mts atau Kejar Paket B. Seperti halnya pendidikan formal pada umumnya, Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel dalam memperoleh kategori dalam akreditasi tersebut karena telah memenuhi delapan standar yang telah ditetapkan oleh Badan Akreditasi Nasional. Delapan standar tersebut meliputi : Standar Isi, Standar Kompetensi Lulusan, Standar Proses, Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan, Standar Sarana dan Prasarana, Standar Pengelolaan, Standar Pembiayaan dan terakhir Standar Penilaian.

Pemerintah dalam rangka meningkatkan aksesibilitas dan untuk memperkuat sumber daya saing bangsa yang kini telah memberikan afirmasi terhadap lembaga pendidikan islam yaitu melalui Program Pendidikan Kesetaraan tersebut harapannya masyarakat juga mampu menikmati pendidikan yang berkualitas, serta memiliki nilai tambah dengan sikap religius didalamnya. Maka dari hal tersebut pendidikan memiliki peranan yang penting dalam keberlangsungan dan mampu menjamin kehidupan bangsa dan juga negara. Pada Undang-Undang mengenai sistem pendidikan yang terdapat pada nomor 20 tahun 2003 Bab IV juga dinyatakan adanya bahwa : menjadi hal yang pertama, peran serta anggota masyarakat dalam pendidikan itu meliputi adanya peran serta perseorangan, peran serta kelompok, peran serta keluarga, peran serta organisasi profesi dan juga peran serta organisasi kemasyarakatan dalam upaya menyelenggarakan dan memantau pelayanan pengendalian mutu suatu pendidikan. Hal yang kedua, yaitu masyarakat harus ikut serta menjadi sumber dalam pelaksanaan dan pengguna hasil suatu pendidikan. Hal yang ketiga, adanya suatu ketentuan mengenai keikutsertaan anggota

masyarakat yang tertera didalam ayat 1 dan 2 sebagaimana yang telah teratur didalam peraturan pemerintah.<sup>10</sup> Pada hal tersebut menumbuhkan kesadaran akan urgensi untuk memberdayakan masyarakat dalam membantu keberlangsungan jalannya proses pendidikan terutama pada lingkungan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel.

Masyarakat sebagai partisipan sekaligus penerima manfaat dari luaran lembaga pendidikan, maka hal ini menunjukkan betapa urgensinya lembaga pendidikan dalam keberlangsungan bertahan dan hidupnya tergantung oleh kepuasan masyarakat. Apabila lembaga pendidikan atau sekolah tidak mampu memberikan kepuasan serta pemenuhan kebutuhan masyarakat di lapangan maka eksistensi dan perkembangannya tidak mungkin dapat bertahan lama. Seperti menurut Siti Nuryudayatun mutu produk serta pelayanan, kegiatan yang berlangsung, dan nilai-nilai yang ada pada lembaga pendidikan adalah sebagai factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan masyarakat.<sup>11</sup> Maka secara garis besar kepuasan masyarakat terhadap lembaga pendidikan dipengaruhi oleh dua factor, yaitu pertama pada kenyataan yang diterima setelah memanfaatkan layanan jasa maupun produk luaran dari lembaga pendidikan serta yang kedua yaitu harapan atas kinerja lembaga pendidikan.

Adanya harapan serta kebutuhan masyarakat pada lembaga pendidikan, maka indikasi dari pendidikan yang berkualitas adalah dengan memberikan layanan pendidikan yang mampu menghasilkan luaran yang sesuai dengan tuntutan masyarakat. Sehingga hal tersebut berkaitan dengan dua faktor yakni mutu produk dengan wujud sebagai standar isi, dan pelayanannya merupakan wujud dari standar kompetensi lulusan. Pada sebuah lembaga pendidikan cara yang dapat dilakukan guna memperoleh kepercayaan masyarakat adalah dengan terus meningkatkan kualitas

---

<sup>10</sup> Syamsudin, Membangun Pelayanan Public Yang Prima: Strategi Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah, *Jurnal Islamic Education Manajemen*, 4, no.2 (Desember 2018), 163. (diakses pada tanggal 10 Januari 2022)

<sup>11</sup> Siti Nuryudayatun, "Membangun Kepuasan Pelanggan Dengan Melakukan Customer Understanding", *Jurnal JBMA*, 1, no.2 (2013), 17. (diakses pada tanggal 10 Januari 2022)

pelayanan baik tenaga pendidik sebagai sumber daya manusianya, sarana dan prasarana serta standar lulusan yang ditetapkan. Selain itu, melakukan inovasi, meningkatkan prestasi, menciptakan kreasi yang kreatif dan visioner, serta membangun relasi dengan banyak pihak maupun lembaga-lembaga lainnya bisa menjadi alternatif peningkatan kualitas lembaga pendidikan. Sebelum melakukan ketercapaian yang diinginkan, serta melakukan hal-hal yang dapat menambah kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan maka perlu adanya suatu manajemen.

Manajemen sebagai ilmu pengetahuan yang universal dimana didalamnya memiliki kaidah, prinsip dan konsep yang tidak terbatas pada suatu seni saja melainkan juga merupakan proses. Pendapat yang kemukakan oleh Stoner dalam buku yang ditulis oleh T.Hani Handoko mengatakan bahwa manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan para anggota kelompok atau organisasi guna mencapai tujuan organisasi yang telah menjadi kesepakatan bersama.<sup>12</sup> Manajemen yang diperlukan pada lembaga pendidikan guna mengenalkan dan mempromosikan lebih luas kepada stakeholder yaitu manajemen humas (hubungan masyarakat). Selain karena berada ditengah-tengah masyarakat, hal tersebut dikarenakan lembaga pendidikan selalu berhubungan saat menjalin kerjasama sosiologis dan pedagogis sehingga menguntungkan bagi lembaga pendidikan itu sendiri juga dengan masyarakat.<sup>13</sup>

Istilah lain dari hubungan masyarakat adalah *public relation*. Salah satu tugas dari *public relation* pada lembaga pendidikan adalah berinteraksi dengan masyarakat, sebagai komunikator kepada public, mediator untuk membangun citra positif lembaga pendidikan, menghindari kesalah pahaman persepsi baik yang datangnya dari masyarakat maupun dari internal lembaga. Maka dari itu *public relation* dalam

---

<sup>12</sup> T. Hani Handoko. *Manajemen*. (Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGM BPFE, 2016), 8.

<sup>13</sup> Burhanudin, "Manajemen Humas dalam Peningkatan Pengelolaan Pendidikan di SD Muhammadiyah Kadisoka Kalasan Sleman" *Tesis* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015), 3.

implementasinya memerlukan manajemen, dimana biasa disebut dengan *relationship management* (manajemen hubungan) yang berpusat pada peran profesional dalam menegosiasikan serangkaian hubungan yang kompleks dan menyeluruh, baik secara internal pada lembaga pendidikan maupun dengan eksternal public.<sup>14</sup> Dari dua makna mengenai manajemen hubungan masyarakat diatas maka tidak dapat dipungkiri bahwa posisi humas pada suatu penyelenggara lembaga pendidikan menjadi hal yang diperhatikan.

Peranan masyarakat menjadi salah satu andil penting dalam meningkatkan mutu pendidikan. Menjadi suatu permasalahan yang kompleks dalam suatu sistem pendidikan apabila masyarakat pasif pada informasi pendidikan yang ada dilingkungannya. Begitupun sebaliknya jika suatu lembaga pendidikan tidak mampu menggandeng masyarakat untuk berperan aktif pada informasi pendidikan maka akan berdampak pada dukungan serta kepedulian masyarakat terhadap pendidikan. Lembaga pendidikan akan memiliki citra yang positif, *brand image* yang baik, serta peningkatan kualitas mutu pendidikan apabila memiliki hubungan yang baik dengan masyarakat. Hal tersebut juga dituliskan oleh Qoimah pada jurnal yang berjudul : Membangun pelayanan public yang prima : suatu strategi manajemen hubungan masyarakat dalam penyampaian program yang unggulan dilembaga pendidikan pada tanggal 2 Juli 2018. Hasil kesimpulan pada jurnal tersebut dikatakan bahwa tugas dan peran *public relations* yaitu untuk mewakili keberadaan suatu lembaga dan citra pendidikan dilingkungan masyarakat, selain untuk mengatasi keseluruhan bentuk permasalahan yang berkaitan dengan humas itu sendiri. Perihal lain untuk mendapatkan citra yang positif dibutuhkan fungsi manajemen yang baik, maka mengingat pentingnya daripada fungsi dan peran *public relations*, maka sudah seyogyanya bahwa kehadiran

---

<sup>14</sup> Narayana Mahendra Prastya, "Perspektif Islam Dalam Pendidikan *Public Relation*" *Jurnal Komunikasi*, 7, no.1, (2012), 60.

*public relations* ini menjadi sesuatu yang dipertimbangkan oleh suatu lembaga pendidikan.

Hubungan partisipan masyarakat sebagai salah satu bentuk kontribusi pada lembaga pendidikan islam khususnya pada wilayah Kabupaten Cilacap perlu kiranya hal tersebut menjadi perhatian yang lebih secara manajerial. Sebab masyarakat kian menyadari keberadaan mereka memiliki peranan kedudukan yang penting, dikarenakan adanya kepercayaan masyarakat pada lembaga pendidikan islam menjadi satu unsur terhadap kemajuan lembaga pendidikan islam yang ada saat ini. Selain itu peran hubungan masyarakat terhadap lembaga pendidikan islam merupakan komponen penting didalam proses manajemen pendidikan. Adapun proses manajemen hubungan masyarakat pada suatu lembaga pendidikan adalah proses yang diawali dengan perencanaan, kemudian pengorganisasian, pelaksanaan kegiatan, berlanjut pada yang terakhir yaitu monitoring dan evaluasi pada program yang terpusat pada interaksi sosial lembaga pendidikan islam dengan memberdayakan berbagai sumber daya secara lebih maksimal. Fungsi-fungsi yang digunakan oleh hubungan masyarakat pendidikan juga mampu mempengaruhi signifikansi input yang ada. Maka tahapan manajemen yang dilakukan juga tidak semata-mata dapat bergerak secara mandiri tanpa adanya peran aktif masyarakat maupun mengikutsertakan fungsi-fungsi hubungan masyarakat lembaga pendidikan yang lainnya. Selain itu banyaknya lembaga pendidikan islam yang semakin menjamur ditengah-tengah masyarakat ini menjadikan lembaga pendidikan islam mau tidak mau menghadapi persaingan dengan lembaga atau instansi sederajatnya.

Persaingan dalam dunia pendidikan menjadi tidak dapat terelakan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya, sehingga banyak terjadi penggabungan dari beberapa lembaga pendidikan islam.<sup>15</sup> Agar lembaga pendidikan islam dapat

---

<sup>15</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan: Konsep, Prinsip Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah* (Bandung: Pustaka Educa, 2019), 257.

mempertahankan eksistensinya, maka dituntut untuk dapat memasarkan sekolahnya, karena menjadi sebegus apapun suatu lembaga pendidikan jika tidak dipublikasikan secara maksimal akan berdampak pada minimnya jumlah siswa bahkan menjadi tidak dikenalnya sekolah tersebut oleh lingkungan masyarakat. Pemasaran menjadi sesuatu hal mutlak yang harus dilaksanakan oleh sekolah, selain ditujukan untuk memperkenalkan, pemasaran di lembaga pendidikan berfungsi untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa.<sup>16</sup> Citra baik yang ada dimasyarakat mengenai lembaga pendidikan tersebut tidak serta merta terbentuk begitu saja, melainkan melalui berbagai proses. Salah satu bentuk citra baik dengan melalui *brand image*.

*Brand Image* adalah suatu bentuk luaran dari lembaga pendidikan yang telah digunakan untuk menyikapi persaingan antar lembaga pendidikan, juga sekaligus sebagai output dari hubungan relasi yang baik antara lembaga pendidikan dengan anggota masyarakat. Sehingga lembaga pendidikan islam salah satunya adalah Program Pendidikan Kesetaraan yang memiliki persepsi kualitas yang baik akan membentuk karakter yang kuat ditengah-tengah masyarakat. Hal tersebut pula yang menjadi sinyal positif dalam peningkatan kualitas penyelenggara Program Pendidikan Kesetaraan. Oleh karena itu diperlukan fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-fiel Kabupaten Cilacap sebagai salah satu upaya untuk menyamakan bahkan memenangkan kompetisi antar penyelenggara pendidikan umum, serta juga untuk meningkatkan tingkat akselerasi kualitas terkait profesionalisme terhadap fungsi manajemen hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan islam khususnya pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.

Dari gambaran di lapangan serta hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti tentang urgensi fungsi manajemen hubungan masyarakat

---

<sup>16</sup> Muhaimin, dkk, Manajemen Pendidikan: *Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah atau Madrasah* (Jakarta: Kencana, 2019), 101.

dalam meningkatkan *brand image* pada lembaga pendidikan islam yang terkhusus pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap maka peneliti menarik untuk melakukan penelitian. Oleh karena itu peneliti mengambil judul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan *Brand Image* Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap”.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang dimaksud dalam penelitian ini bertujuan agar penelitian ini lebih fokus, terstruktur dan tidak keluar dari materi serta tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud nantinya. Maka penelitian ini membatasi pada manajemen hubungan masyarakat yang meliputi : perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi serta pengendalian dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-fiel Kabupaten Cilacap.

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada gambaran uraian latar belakang dan batasan masalah tersebut, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana fungsi perencanaan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap ?
- b. Bagaimana fungsi pengorganisasian manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap ?
- c. Bagaimana fungsi pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Kabupaten Cilacap ?
- d. Bagaimana fungsi monitoring dan evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap ?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari gambaran fokus penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- a. Menganalisis fungsi perencanaan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap ?
- b. Menganalisis fungsi pengorganisasian manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap ?
- c. Menganalisis fungsi pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap ?
- d. Menganalisis fungsi monitoring dan evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap ?

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dipelajari dari penelitian ini dapat terbagi menjadi dua macam, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis :

#### 1. Manfaat teoritis

Pada wilayah keilmuan yang diteliti, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mampu memberi sumbangsih pada pemikiran baru dan memperkaya khasanah pada bidang ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan manajemen hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan.

#### 2. Manfaat praktis

Adapun salah satu manfaat praktisnya adalah dari hasil penelitian ini diharap dapat memberikan manfaat lebih luas serta bisa menjadi bahan pedoman atau acuan bagi peneliti-peneliti lain untuk meneliti lebih lanjut, terkait tentang objek yang sama, dimana objek tersebut berkenaan dengan manajemen hubungan masyarakat dalam

meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan, terutama pada sebuah lembaga pendidikan islam.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika pembahasan adalah susunan penulisan proposal tesis, dimana memiliki tujuan untuk memberi gambaran terkait pokok gagasan pembahasan yang ditulis oleh peneliti pada tesis tersebut. Adapun gambaran menyeluruh yang digunakan untuk memberikan informasi terhadap penulisan tesis ini, maka penulis menjelaskan bahwa tesis ini tertuang atas lima bab, dimana bab tersebut terdiri atas sub-bab yang satu dengan lainnya saling berkaitan. Adapun penjelasan sebagai berikut :

1. Bab I berisi pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah, kemudian batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
2. Bab II berisi landasan teori dari berbagai literatur dan beberapa teori dari para ahli yang relevan dengan judul penelitian manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.
3. Bab III berisi metode penelitian yang akan dipergunakan, meliputi pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data meliputi: observasi, wawancara dan dokumentasi, pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi sumber, teknik dan waktu, teknik analisis data dengan cara reduksi, penyajian data, serta penarikan simpulan dan verifikasi data.
4. Bab IV berisi hasil penelitian berupa profil humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kesugihan, yang meliputi kedudukan humas Program Pendidikan Kesetaraan, tugas dan fungsi humas Program Pendidikan Kesetaraan, program kerja humas, struktur organisasi humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap. Serta berisi pembahasan temuan penelitian mengenai fungsi manajemen hubungan masyarakat yang meliputi :

fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan, fungsi monitoring dan evaluasi, kemudian mengenai brand image yaitu strategi membentuk brand image, langkah-langkah dalam menentukann brand image, tujuan dan manfaat brand image bagi Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.

5. Bab V berisi penutup, yang meliputi kesimpulan, implikasi dan saran terkait fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.



## BAB II

### MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT, *BRAND IMAGE*, DAN PROGRAM PENDIDIKAN KESETARAAN

#### A. Manajemen Hubungan Masyarakat

##### 1. Pengertian Manajemen Humas

Manajemen berasal dari kata *manus* yang memiliki arti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Kemudian kata itu digabungkan menjadi *managere* yang berarti menangani. Secara bahasa manajemen berarti memimpin, menangani, mengatur atau membimbing. Sedangkan secara istilah manajemen merupakan sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.<sup>1</sup> Kemudian deklarasi mengenai hubungan masyarakat pertama kali dilakukan oleh Thomas Jefferson pada tahun 1807, dimana pada saat itu dirinya menjabat sebagai presiden Amerika Serikat.<sup>2</sup>

Manajemen secara etimologi kata, berasal dari bahasa Latin, yaitu *manus* yang berarti tangan dan *agree* yang berarti melakukan. Kemudian kedua kata tersebut digabungkan sehingga menjadi sebuah kata kerja yang menjadi “*manage*” dengan memiliki arti menangani. Sedangkan secara terminologi, menurut George R. Terry menyatakan bahwa “*Manajemen is a process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling performed to determine and accomplish stated by the use of human being and other resource*” yang berarti bahwa, manajemen diartikan sebagai suatu proses tertentu yang terdiri atas tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta

---

5. <sup>1</sup> Morisan, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008),

12 <sup>2</sup> Suryotosubroto, *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2012)

pengawasan yang dilakukan dalam rangka menentukan serta mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditentukan dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya pendukung lainnya.<sup>3</sup>

Menurut Harold Kontz dalam Muhammad Toha mendefinisikan bahwa manajemen merupakan sebagai usaha pencapaian tujuan yang diinginkan dengan membangun suatu lingkungan yang kondusif terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dalam suatu kelompok yang terorganisir, di mana kegiatan utamanya adalah pada administrator yang mengatur individu-individu berkepentingan yang terlibat di dalamnya.<sup>4</sup> Menurut Sarinah dan Mardalena bahwa manajemen adalah suatu proses dalam rangka mencapai tujuan dengan bekerja bersama melalui orang-orang dan sumber daya organisasi lainnya.<sup>5</sup>

Dari beberapa pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses usaha untuk mengelola dan mengatur yang terdiri atas beberapa tahapan, tahapan tersebut yaitu : tahapan perencanaan, tahapan pengorganisasian, tahapan pelaksanaan serta tahap pengawasan yang dimana banyak melibatkan beberapa orang dan sumber daya lainnya yang bertujuan untuk mencapai sasaran tertentu dan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Thomas Jefferson di tahun 1807 sebagai Presiden Amerika Serikat, untuk pertama kali mendeklarasikan terkait hubungan masyarakat, bahwa humas muncul dari dunia hiburan dengan adanya kemunculan era press agency. Pada saat itu press agent menggunakan segala cara agar jasa mereka menjadi terkenal termasuk memanipulasi informasi. Pada era press agency ini kemudian dikenal dengan era

---

<sup>3</sup> Imam Machali dan Ara Hidayat, *The Handbook of Education Management: Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah atau Madrasah di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2016), 3.

<sup>4</sup> Muhammad Toha, *Manajemen Pendidikan Islam, Konseptual Dan Operasional* (Surabaya: Pustaka Radja, 2016), 2.

<sup>5</sup> Sarinah dan Mardalena, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: Deepublish, 2017), 7.

praktek humas yang berjalan negatif, yaitu era manipulatif dan komunikasi yang digunakan bersifat satu arah atau biasa kita kenal dengan sebutan *one way communication*.<sup>6</sup>

Hubungan masyarakat dapat diartikan sebagai suatu usaha proses kegiatan yang berencana memiliki kesepakatan yang baik, saling mengerti dan simpati dengan tujuan untuk memperoleh suatu pengakuan, penerimaan serta dukungan masyarakat dengan melalui komunikasi dua arah dan sarana pendukung seperti media masa untuk mencapai kesepakatan bersama serta memperoleh kebermanfaatannya.<sup>7</sup>

Istilah lain mengenai hubungan masyarakat juga dikemukakan oleh Muhammad Nur Hakim dalam jurnalnya yang memaparkan bahwa Hubungan masyarakat pada dunia pendidikan dapat diartikan sebagai salah satu bagian dari komponen kegiatan manajerial pada suatu lembaga pendidikan yang berkaitan dengan terwujudnya kerjasama yang harmonis antara pihak dari lembaga pendidikan dengan masyarakat sebagai salah satu faktor yang dapat mendorong kemajuan lembaga pendidikan tersebut. Sebab salah satu tugas hubungan masyarakat adalah membangun sebuah kepercayaan kepada masyarakat sekitar, yang akan berdampak positif terhadap kemajuan lembaga pendidikan, seperti halnya menambah perhatian serta kepedulian masyarakat terkait dengan peningkatan kualitas pendidikan lembaga tersebut kedepannya, yang pada akhirnya dapat menunjang proses kegiatan belajar mengajar pada lembaga pendidikan tersebut.<sup>8</sup>

*Public Relations* atau Hubungan masyarakat merupakan suatu usaha sadar dan sengaja yang dilakukan oleh individu maupun kelompok, yang telah direncanakan secara matang dan berkesinambungan, dengan tujuan untuk menciptakan keharmonisan

---

<sup>6</sup> Abdul Rohmat, *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), 11.

<sup>7</sup> Muhammad Toha, *Manajemen Pendidikan Islam, Konseptual Dan Operasional* (Surabaya: Pustaka Radja, 2016), 98.

<sup>8</sup> Muhammad Nur Hakim, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan", *Nidhomul Haq*, 4, no 1 (2019), 125.

atau saling mengerti kebutuhan antara suatu lembaga pendidikan dengan kebutuhan masyarakat disekitar. Hubungan masyarakat adalah suatu pola seni dan juga ilmu bersosial pada kategori menganalisa sebuah kecenderungan yang muncul, memprediksikan konsekuensi-konsekuensinya, kepada kepala atau pimpinan mampu memberikan sinergitas berbagai pengarahan, serta terakhir yaitu terlaksananya suatu program yang terencana dan nantinya kepentingan banyak pihak menjadi terpenuhi, baik pada kepentingan lembaga pendidikan maupun kepentingan masyarakat sekitar yang terlibat. Maka *Public Relations* atau hubungan masyarakat menjadi fungsi manajemen dalam tujuan membidik target khusus, dimana sebelum itu harus memiliki program kerja yang terinci dan jelas, kemudian mengulas berbagai fakta, menyusutn strategi terencana, selanjutnya mengkomunikasikan dua ranah kepada lembaga dan masyarakat sasaran, hingga pada tahap terakhir yaitu mengevaluasi hasil pencapaian yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>9</sup>

Secara etimologis, “hubungan masyarakat” diterjemahkan dari perkataan Bahasa Inggris *public relation*, yang berarti hubungan sekolah dengan masyarakat ialah hubungan timbal balik antara suatu organisasi (sekolah) dan masyarakat. Namun, terdapat teori tentang hubungan masyarakat yang dirumuskan oleh beberapa ahli, diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Onong Uchjana Effendy

Hubungan masyarakat adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama.<sup>10</sup>

b. Morisan

---

<sup>9</sup> Morisan, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 11.

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 23.

Humas merupakan ilmu sosial yang dapat digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik.<sup>11</sup>

Menurut *Internasional Public Relations Association*, Humas merupakan fungsi manajemen yang memiliki ciri khas, serta mendukung pemeliharaan dan pembinaan pada jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, kerjasama dan penerimaan dalam menghadapi persoalan yang ada membutuhkan manajemen, humas mendukung manajemen dalam memanfaatkan perubahan secara efektif dan efisien, humas juga bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang etis sebagai sarana utama.<sup>12</sup>

Dari pendapat beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat merupakan suatu bentuk kegiatan yang kooperatif dan memiliki hubungan saling menguntungkan antara penyelenggara lembaga pendidikan dengan masyarakat dimana masyarakat sebagai penerima hasil luaran dari kegiatan belajar yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan.

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai manajemen dan mengenai hubungan masyarakat, maka dapat diambil kesimpulan dari kedua pengertian di atas bahwa manajemen humas adalah suatu komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta evaluasi dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Manajemen humas

---

<sup>11</sup> Morisan, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 6.

<sup>12</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*, (Jakarta : Rajagrafinda Persada, 2016) , 16.

berarti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan monitoring evaluasi suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari menyelenggarakan acara open house hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis. Pada dasarnya manajemen hubungan masyarakat di sekolah dengan masyarakat merupakan kegiatan menilai sikap masyarakat agar tercipta keserasian antara masyarakat dan kebijakan organisasi. Karena mulai dari aktivitas program humas, tujuan dan sasaran yang hendak dicapai oleh organisasi tidak terlepas dari dukungan, serta kepercayaan citra positif dari masyarakat.

## **2. Tujuan Manajemen Humas**

Tujuan humas adalah untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi bisa selalui dimengerti oleh pihak lain yang berkepentingan (atau lazim disebut sebagai seluruh “khalayak” atau publiknya). Menurut E. Mulyasa, tujuan utama yang ingin dicapai dengan mengembangkan kegiatan Humas adalah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang tujuan serta sasaran yang ingin direalisasikan sekolah, meningkatkan pemahaman sekolah tentang keadaan serta aspirasi masyarakat tersebut terhadap sekolah, meningkatkan usaha orang tua siswa dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik serta meningkatkan kuantitas serta kualitas bantuan orang tua siswa dalam kegiatan pendidikan sekolah, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya peran serta mereka dalam memajukan pendidikan di sekolah dalam era pembangunan, terpeliharanya kepercayaan masyarakat terhadap sekolah serta apa yang dilakukan oleh sekolah, pertanggungjawaban sekolah atas harapan yang dibebankan masyarakat kepada sekolah, dukungan serta bantuan dari masyarakat dalam memperoleh sumber-

sumber yang diperlukan untuk meneruskan dan meningkatkan program sekolah.<sup>13</sup>

Sedangkan menurut T Sianipar dalam bukunya Purwanto meninjau tujuan hubungan masyarakat melalui sudut kepentingan kedua lembaga tersebut, yakni kepentingan sekolah dan kepentingan masyarakat itu sendiri.<sup>14</sup> Ditinjau dari kepentingan sekolah, penyelenggaraan hubungan sekolah dan masyarakat bertujuan untuk:

- a. Memelihara kelangsungan hidup sekolah,
- b. Meningkatkan mutu pendidikan di sekolah yang bersangkutan,
- c. Memperlancar proses belajar mengajar,
- d. Memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat yang diperlukan dalam pengembangan dan pelaksanaan program sekolah.

Sedangkan ditinjau dari kebutuhan masyarakat, tujuan hubungan masyarakat dengan sekolah adalah untuk:

- a. Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama dalam bidang mental spiritual.
- b. Memperoleh bantuan sekolah dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat.
- c. Menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat.
- d. Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkatkan kemampuannya.<sup>15</sup>

Adanya hubungan masyarakat diharapkan terjadi saling pengertian, maka memunculkan sikap kerjasama yang baik antara masyarakat dengan pihak sekolah untuk menanggulangi masalah pendidikan yang dihadapi oleh kedua belah pihak. Sehingga pada

---

<sup>13</sup> Mulyasa E, *Standar Kompetensi dan Sertifikasi Guru*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 178.

<sup>14</sup> Ngalim Purwanto, *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan*, (Jakarta: Rosda Publisher, 2019), 189-190.

<sup>15</sup> Ngalim Purwanto, *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan*, 190.

dasarnya tujuan diselenggarakannya manajemen hubungan masyarakat adalah untuk :

- a. Mencegah kesalah pahaman (*to prevent misunderstanding*)
- b. Mendapatkan hubungan dan bantuan moral maupun finansial yang dibutuhkan bagi pengembangan sekolah (*to secure financial support*)
- c. Menjalin kerjasama dalam pembuatan kebijakan baru (*to secure cooperation in policy making*).<sup>16</sup>

Hubungan masyarakat memiliki peran strategis dalam upaya peningkatan mutu lembaga pendidikan. Masyarakat di sini, bisa orang tua murid, masyarakat umum ataupun pihak lain yang berada di lingkungan sekitar sekolah. Humas berkedudukan sangat penting. Dengan adanya humas, kesuksesan dan keberhasilan sebuah institusi akan dapat tercapai dengan baik dan maksimal. Bahkan banyak disebutkan bahwa keberhasilan yang dilakukan lembaga pendidikan tergantung pada kepercayaan masyarakat terhadap pekerjaan dan tindakan itu. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sebuah lembaga pendidikan, maka akan berpengaruh terhadap keberhasilan pengembangan lembaga tersebut. Terutama bila lembaga tersebut melakukan *opened-management* (manajemen terbuka).<sup>17</sup>

Pada dasarnya, humas pendidikan meliputi segala pembicaraan mengenai hubungan masyarakat luas yang pesannya berupa masalah-masalah pendidikan. Jenis hubungan sekolah dengan masyarakat dapat digolongkan menjadi 3 jenis, yaitu :

- a. Hubungan Edukatif

Merupakan hubungan kerjasama dalam hal mendidik murid, antara guru di sekolah dan orang tua di dalam keluarga. Hubungan ini dimaksudkan agar tidak terjadi perbedaan prinsip dan

---

<sup>16</sup> M. Daryanto, *Administrasi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 75.

<sup>17</sup> Baharuddin, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Malang : UIN Maliki Press, 2010), 39.

pertentangan yang mengakibatkan keragu-raguan pendirian dan sikap pada anak.

b. Hubungan Kultural

Merupakan usaha kerjasama antara sekolah dengan masyarakat yang memungkinkan adanya sikap saling membina dan mengembangkan budaya. Misalnya kegiatan kurikulum di sekolah disesuaikan dengan kebutuhan dan tuntutan perkembangan masyarakat.

c. Hubungan Institusional

Merupakan hubungan kerjasama antara pihak sekolah dengan lembaga atau instansi lain, baik swasta maupun pemerintah.<sup>18</sup>

Kegiatan humas terkandung suatu kegiatan komunikasi. Jika ditinjau dari segi komunikasi, maka jenis humas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

a. Komunikasi Formal

Komunikasi yang dilakukan oleh petugas-petugas yang ditunjuk oleh lembaga pendidikan untuk melakukan kegiatan humas. Kegiatan ini dilakukan secara sistematis, terencana tujuannya dan dinyatakan dengan jelas. Hal tersebut bisa dilakukan dengan melaksanakan pertemuan secara resmi dengan mengundang orang tua siswa kesekolah.

b. Komunikasi informal

Komunikasi informal yaitu semua pemindahan gagasan atau ide yang dilakukan melalui jalur yang tidak direncanakan terlebih dahulu. Komunikasi informal memiliki keuntungan, antara lain:

1. Penyebaran informasi dapat langsung kepada tujuannya, karena tidak perlu melalui prosedur tertentu.
2. Tidak mengenal batas-batas organisasi sehingga lebih fleksibel.

---

<sup>18</sup> Ngalim Purwanto, *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan*, (Jakarta : Rosda Publisher, 2019), 93.

3. Komunikasi berlangsung dalam suasana yang akrab, dengan lebih banyak penjelasan yang rinci.
4. Tidak mengenal batas waktu.

Pada pelaksanaannya, komunikasi informal biasa dilakukan oleh para guru dan staf sekolah lainnya secara tidak resmi, dengan santai. Hal ini memberi kesempatan untuk memperbincangkan persoalan yang dapat segera dijawab serta untuk membina hubungan yang kelak dapat memperlancar pertemuan-pertemuan resmi, jika diperlukan<sup>19</sup>.

Dari pendapat beberapa ahli yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari manajemen hubungan masyarakat adalah untuk memelihara kelangsungan hidup sekolah, meningkatkan mutu pendidikan di sekolah yang bersangkutan, memperlancar proses belajar mengajar, memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat yang diperlukan dalam pengembangan dan pelaksanaan program-program pada lembaga pendidikan.

### **3. Fungsi-Fungsi Manajemen Humas**

Fungsi- fungsi manajemen menurut ahli, memiliki perbedaan, namun pada hakikatnya saling melengkapi antara pendapat ahli satu dengan yang lainnya. Berikut beberapa pendapat ahli mengenai fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut :

- a. Menurut Henry Fayol, fungsi-fungsi manajemen meliputi :
  - *Planning*
  - *Organizing*
  - *Coordinating*
  - *Controlling*
- b. Menurut George R. Terry, fungsi-fungsi manajemen meliputi :
  - *Planning*
  - *Organizing*
  - *Actuating*

---

<sup>19</sup> Daryanto, *Administrasi Pendidikan*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2010), 78.

- *Controlling*
- c. Menurut Koontz dan O'Donnel, fungsi-fungsi manajemen meliputi :
  - *Organizing*
  - *Staffing*
  - *Directing*
  - *Planning*

Wehrich dan Koontz berpendapat bahwa manajemen merupakan suatu proses perencanaan sampai dengan pemeliharaan lingkungan dimana individu tersebut bekerjasama dengan individu atau kelompok-kelompok untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan terpilih secara efektif<sup>20</sup>.

Adapun fungsi manajemen itu sendiri meliputi :

a. Fungsi Perencanaan

Fungsi Perencanaan adalah upaya untuk mencapai tujuan organisasi dengan menentukan satu atau berbagai program dan menentukan kegiatan yang nantinya akan dilakukan. Perencanaan juga dapat dikatakan sebagai suatu bentuk proses guna mencapai tujuan atau *goals* yang sebelumnya telah ditetapkan dengan mempersiapkan juga mengerjakan hal-hal untuk waktu mendatang.

b. Fungsi Pengorganisasian

Fungsi Pengorganisasian dalam pengerjaannya harus dengan membagi tugas-tugas sebagai salah satu fungsi manajemen, kemudian menetapkan SDM (Sumber Daya Manusia) yang ada guna untuk melaksanakan dan menyelesaikan tugas-tugas yang telah ditetapkan. Adapun fungsi pengorganisasian ini meliputi keseluruhan kegiatan administratif atau manajerial yang

---

<sup>20</sup> Jejen Musfah, *Manajemen Pendidikan (Teori, Kebijakan dan Praktik)*, (Jakarta: Kencana, 2017), 2.

diperlukan pada sebuah struktur tugas dan kewenangan untuk menerjemahkan rencana kegiatan yang diperlukan.

c. Fungsi Pelaksanaan

Fungsi pelaksanaan merangsang anggota-anggota kelompok melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan yang baik. Pelaksanaan artinya menggerakkan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau dengan kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif.

d. Fungsi Monitoring dan Evaluasi

Monitoring digunakan untuk mengetahui, dan menganalisis ketepatan antara kegiatan perencanaan program dengan kegiatan pelaksanaannya. Evaluasi adalah suatu proses usaha yang dapat menentukan tujuan organisasi sudah sejauh mana yang telah diperoleh, serta dapat mengukur tingkat kesesuaian antara rencana, tujuan dan keberhasilan.

e. Fungsi Pengendalian

Fungsi Pengendalian adalah fungsi manajemen dengan tujuan untuk melihat seluruh kegiatan perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi apakah telah sesuai dengan yang digambarkan dan ditetapkan oleh suatu organisasi. Keberlangsungan berjalannya suatu organisasi tidak akan menjadi efektif apabila tanpa disertai dengan adanya fungsi pengawas itu sendiri<sup>21</sup>.

Menurut George R. Terry mengemukakan rumusnya mengenai fungsi manajemen terdiri atas *Planning*, *Organizing*, *Actuating* dan *Controlling* yang familiar disingkat menjadi POAC. Adapun penjabaran mengenai fungsi manajemen tersebut adalah sebagai berikut :

a. *Planning* (Perencanaan)

---

<sup>21</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016),63.

*Planning* (perencanaan) merupakan serangkaian kegiatan menentukan apa yang hendak dilakukan, supaya memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Perencanaan juga merupakan fungsi pertatma dari seluruh fungsi manajemen. Bilamana tidak ada perencanaan maka tidak dapat mengetahui apakah usaha yang telah dilaksanakan sudah mencapai target atau belum. Sedangkan rencana strategis (*strategic planning*) adalah rencana yang mencakup seluruh tujuan dalam jangka panjang serta memiliki sifat yang global atau umum yang ingin dicapai oleh suatu organisasi. Upaya berfikir strategis mencakup tindakan memperkirakan serta membangun tujuan masa depan, menentukan streng atau kekuatan yang nantinya akan membantu atau justru menjadi penghalang tercapainya suatu tujuan, dan yang terakhir adalah merumuskan rencana guna mencapai tujuan keadaan yang telah diharapkan.<sup>22</sup>

Adapun tahapan *planning* (perencanaan) sebagai berikut :

1. Menetapkan berbagai tujuan  
Perencanaan diawali dari pengambilan keputusan-keputusan. Dimana apabila tidak ada tujuan yang jelas, maka sebuah lembaga dalam penggunaan sumber dayanya dapat dikatakan kurang efektif.
2. Merumuskan keadaan yang sedang berlangsung.  
Pemahaman akan kondisi yang tengah berlangsung dari tujuan yang telah ditetapkan dan hendak dicapai, maka menjadi sangat urgent untuk menetapkan tujuan dan rencana diwaktu yang akan mendatang.
3. Mengidentifikasi hambatan dan kemudahan.  
Perlunya pemahaman mengenai faktor lingkungan internal maupun faktor eksternal ini, maka dapat diperoleh hasil

---

<sup>22</sup> Morison, *Manajemen Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 152.

identifikasi hambatan dan kemudahan yang nantinya akan digunakan dalam mengukur kemampuan lembaga dalam mencapai tujuan.

#### 4. Mengembangkan rencana tujuan

Mengembangkan serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan berbagai macam alternatif kegiatan dalam mencapai tujuan lembaga.<sup>23</sup>

Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto perencanaan program kerja bidang humas tidak terlepas dari perencanaan program kerja secara kompleks dan menyeluruh, yaitu :<sup>24</sup>

1. Mengidentifikasi masalah.
2. Perumusan masalah.
3. Perumusan tujuan.
4. Analisis dan seleksi alternatif pemecahan masalah
5. Identifikasi sumber penunjang dan hambatan
6. Penyusunan program.
7. Menyusun jadwal pertemuan dan kegiatan tahunan.

Penyusunan perencanaan program humas, harus terdapat hubungan erat antara tujuan program yang ditetapkan dengan sasaran yang akan dituju dan strategi yang akan dipilih. Hal yang terpenting adalah bahwa strategi dipilih untuk mencapai suatu hasil yang dinyatakan dalam tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan. Pada pelaksanaan perencanaan harus benar-benar berpijak pada fakta, baik berupa hal yang dilihat sendiri ataupun keterangan yang didapat dari sumber lain. Maka, diperlukan informasi mengenai hasil evaluasi humas pada periode sebelumnya. Sehingga semua masalah yang muncul dan mungkin akan menghambat tujuan dapat diatasi. Selain berdasarkan fakta dan hasil evaluasi, perencanaan program humas juga membutuhkan komunikasi intensif antara

---

<sup>23</sup> T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta : BPEE Yogyakarta, 2016), 79.

<sup>24</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Aditia Media, 2016), 367-

pihak lembaga pendidikan dengan masyarakat guna menjalin kerjasama yang harmonis. Komuniasi itu dilakukan dalam rangka menentukan tujuan kerjasama, bentuk kerjasama dan bidang kerjasama yang akan dilakukan :

1. Tujuan kerjasama antara sekolah dengan orangtua siswa.

Usaha kerjasama yang dilakukan bertujuan untuk :

a. Saling membantu dan saling mengisi.

Sekolah bisa memberikan informasi pada orangtua siswa mengenai perkembangan belajar siswa (perkembangan ketaqwaan, keterampilan, akademik, budi pekerti, tingkah laku dll), serta kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh siswa.

b. Bantuan Keuangan

c. Mencegah munculnya perbuatan kurang baik

2. Bentuk kerjasama antara sekolah dengan orangtua siswa

Usaha kerjasama dapat dilakukan dengan :

a. Melalui pertemuan

Misalnya penerimaan siswa baru, kegiatan wisuda, pembagian nilai raport, pertemuan komite dan wali siswa, serta pertemuan-pertemuan lainnya. Yang membahas mengenai perkembangan anak disekolah.

b. Ceramah ilmiah, bazar dll.

3. Bidang kerjasama yang dilakukan

Beberapa hal penting yang masuk dalam rencana hubungan kerjasama antara sekolah dengan orang tua siswa, yaitu :

a. Bidang pendidikan mental, misalnya pengawasan terhadap siswa-siswi yang melakukan pelanggaran seperti membolos, tidak tertib peraturan, mencuri, berkelahi, dan lainnya.

- b. Bidang pengembangan bakat, misalnya dengan memfasilitasi siswa-siswi yang memiliki bakat dapat dikembangkan.
- c. Bidang pengajaran, misalnya mengawasi siswa-siswi yang mengalami kesulitan belajar, kelambatan berfikir, tugas-tugas yang diberikan guru.
- d. Bidang pembinaan rohani & jasmani, misalnya dengan mengingatkan siswa-siswi untuk selalu bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta melakukan pembinaan jasmani terhadap siswa-siswi yang menderita penyakit.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

*Organizing* (pengorganisasian) merupakan seluruh kegiatan manajemen ketika mengelompokkan individu-individu serta penetapan tugas pokok, fungsi, kewenangan, serta tanggungjawab masing-masing dengan maksud agar terciptanya kegiatan yang berdayaguna dan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Syaiful Sagala pengorganisasian dapat diartikan sebagai kegiatan membagi tugas pada orang yang terlibat kerjasama pada bidang pendidikan.<sup>25</sup> Kegiatan pengorganisasian tersebut dilaksanakan untuk menentukan siapa yang nantinya akan melaksanakan tugas sesuai prinsip pengorganisasian. Adapun prinsip-prinsip pengorganisasian adalah sebagai berikut :

- a. Memiliki tujuan yang jelas.
- b. Memiliki kesatuan arah sehingga mewujudkan kesatuan pikiran dan tindakan
- c. Memiliki keseimbangan antara tanggungjawab dengan wewenang yang diemban.

---

<sup>25</sup> Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 49.

- d. Adanya pembagian tugas atau *job description* yang sesuai dengan kemampuan, bakat, dan keahlian yang dimiliki oleh individu.
- e. Memiliki sifat relatif permanen, serta terstruktur sesederhana mungkin, sesuai kebutuhan, koordinasi, pengawasan dan pengendalian.
- f. Memiliki jaminan keamanan pada anggota kelompok.
- g. Memiliki acuan tata kerja serta tanggungjawab yang jelas yang tertuang dalam struktur organisasi.

Pengorganisasian pada seluruh komponen sekolah merupakan pelaksanaan hubungan sekolah dengan masyarakat. Maka tugas-tugas mereka perlu dipahami, dikelola, dan ditata, sehingga program penyelenggaraan hubungan sekolah dengan masyarakat dapat berjalan secara efektif dan efisien.<sup>26</sup>

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Menurut George R. Terry berpendapat bahwa *Actuating* (pelaksanaan) adalah merangsang seluruh anggota kelompok untuk melaksanakan tugas-tugas dengan penuh kemauan dan sikap antusias yang tinggi. Maka *actuating* (pelaksanaan) berarti menggerakkan seluruh anggota supaya mau bekerja dengan inisiatif dari dirinya, dengan kesadaran secara penuh serta bersama-sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif.

*Actuating* (pelaksanaan) dalam fungsi manajemen sangat membutuhkan komunikasi. Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian suatu berita dari satu sumber berita kepada pemirsa atau individu yang menyaksikannya. Komunikasi juga merupakan segala bentuk perilaku seseorang baik secara verbal berupa kata-kata maupun nonverbal yang ditanggapi atau adanya *feedback* dari orang lain. Berbagai jenis perilaku dapat dikatakan

---

<sup>26</sup> Soetjipto, Rafli Kosasi, *Profesi Keguruan*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2016), 159.

sebagai kegiatan komunikasi apabila melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi terjadi jika bilamana setidaknya ada satu sumber yang membangkitkan respons pada penerima atau kawan bicara melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik dalam bentuk verbal atau bentuk nonverbal, meski kedua pihak tanpa harus memastikan terlebih dahulu lawan komunikasinya memiliki suatu simbol yang sama.<sup>27</sup>

Komunikasi sebagai proses penyampaian suatu berita dari satu sumber berita kepada pemirsa atau individu yang lain, maka melibatkan beberapa unsur yang saling berkaitan didalamnya. Seperti menurut Suharsimi Arikunto, bahwa didalam kegiatan komunikasi terdapat berbagai unsur. Unsur-unsur tersebut antara lain:<sup>28</sup>

1. Adanya sumber berita

Merupakan tempat yang menunjuk pada asal diperolehnya suatu gagasan atau ide. Sumber ini harus jelas, terpercaya, dan mudah dipahami.

2. Adanya Pengirim berita.

Pengirim pesan atau ide disebut sebagai komunikator.

3. Adanya berita atau pesan (*Message*).

Berita yang disampaikan biasanya berbentuk simbol-simbol yang mengandung arti. Dimana Pesan tersebut dapat berupa :

- a. Gerak : lambaian tangan, anggukan kepala, tengokan kepala, kerlingan atau kedipan mata.
- b. Suara : Dentuman, klakson, dering, bahasa, ucapan.
- c. Benda : tanda, tulisan, bendera.
- d. Media atau saran penyampaian berita adalah benda yang digunakan untuk menyampaikan berita misalnya : surat kabar (untuk berita tertulis), bahasa bermakna, televisi

---

<sup>27</sup> Dedy Mulyana, Komunikasi efektif, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2018), 3.

<sup>28</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Aditia Media, 2016), 354.

(berita gambar dan suara), seorang penyanyi dan sebagainya.

- e. Penerima berita (komunikan) adalah orang yang diberi berita atau orang yang menjadikan sasaran untuk dipengaruhi oleh pengirim berita.
- f. Tujuan komunikasi. Seseorang yang mengirim berita tentunya memiliki tujuan untuk mempengaruhi penerima pesan atau berita tersebut.

Sedangkan M. Soebry Sutikno mengungkapkan unsur-unsur komunikasi meliputi:<sup>29</sup>

1. Adanya seorang komunikator.
2. Adanya suatu tujuan yang hendak dicapai yang dibutuhkan kerjasama.
3. Adanya suatu ide gagasan yang perlu disebarkan sebagai media dalam mempengaruhi orang lain, sehingga orang tersebut dapat merespon dengan positif
4. Tersedianya fasilitas yang dapat menghubungkan sumber informasi dengan penerima informasi, sehingga terjadi hubungan timbal balik antara komunikator dengan komunikan.
5. Adanya *feed back* dari penerima berita.
6. Adanya *noises* atau gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

d. *Controlling* (Pengawasan)

Menurut George R. Terry pengawasan adalah suatu proses untuk menjamin bahwa tujuan organisasi berhasil tercapai atau tidak tercapai. Selain itu juga mendeskripsikan mengenai

---

<sup>29</sup> M. Sobri Sutikno, *Manajemen Pendidikan : Langkah Praktis Mewujudkan Lembaga Pendidikan yang Unggul*, (Lombok : Holistica, 2021), 137.

pengawasan sebagai kegiatan untuk menemukan, mengoreksi temuan penyimpangan atau masalah pada hasil yang dicapai dari kegiatan yang telah direncanakan dan terealisasi.<sup>30</sup>

Sedangkan menurut Manulang mengemukakan bahwa pengawasan merupakan suatu proses untuk menetapkan kegiatan apa yang telah dilakukan, menilainya serta mengoreksi, agar kegiatan pelaksanaan sesuai dengan yang telah direncanakan.<sup>31</sup> Setelah tujuan ditetapkan, rencana dirumuskan, pembagian wewenang dan tanggungjawab, dimotivasi kemudian masih ada kemungkinan sesau yang keliru dan perlu dikoreksi serta memastikan bahwa seluruh kegiatan berjalan seperti yang telah direncanakan dan ditetapkan, maka disitulah perlu adanya pemantauan kinerja organisasi. Kinerja ini yang sebenarnya harus dibandingkan dengan tujuan dan rencana yang telah ditetapkan pada sebelumnya. Maka Adanya pemantauan, perbandingan serta kemungkinan mengoreksi inilah yang diartikan sebagai fungsi *controlling* (pengawasan).

e. *Evaluating* (Evaluasi)

Evaluasi merupakan tahap terakhir setelah tahap-tahap penelitian, perencanaan dan penggiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi.<sup>32</sup> Evaluasi dalam lembaga pendidikan memiliki peran penting yang berkaitan dengan perkembangan, kemajuan, atau kemunduran suatu program. Kegiatan evaluasi sangat strategis dalam upaya menentukan arah kebijakan selanjutnya bagi lembaga pendidikan. Evaluasi yang dilaksanakan akan berimplikasi pada kemajuan sekolah bila evaluasi dilakukan secara obyektif tanpa adanya intervensi dari sekolah terhadap

---

<sup>30</sup> George R. Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen : Penerjemah J-Smith*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2012), 20.

<sup>31</sup> Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi : Edisi 16*, (Jakarta : Prenhallindo, 2021), 5.

<sup>32</sup> Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 131.

opini publik dalam menentukan arah jawabannya akan suatu lembaga pendidikan yang ada di sekitarnya. Kemudian ditindak lanjuti dengan program baru yang telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan yang ada dalam program pelaksanaan evaluasi.

Pada dasarnya kegiatan evaluasi pelaksanaan program humas bertujuan untuk mengetahui implikasi suatu lembaga pendidikan terhadap masyarakat dalam berbagai hal. Sedangkan fungsi evaluasi dalam pelaksanaan humas yaitu :

1. Berfungsi selektif.

Dengan adanya evaluasi, pihak sekolah memiliki cara untuk mengadakan seleksi terhadap kinerjanya.

2. Berfungsi diagnostik.

Bila menggunakan alat evaluasi yang memenuhi syarat, maka dengan melihat hasilnya sekolah bisa mengetahui kelemahan yang dimilikinya. Ketika kelemahan telah teridentifikasi maka sekolah akan mudah mencari alternatif dalam pemecahan masalah yang dialami melalui berbagai cara, tergantung tingkat kelemahan dan kebutuhan sekolah serta masyarakat.

3. Berfungsi sebagai pengukur keberhasilan.

Untuk mengetahui sejauh mana suatu program telah berhasil diterapkan serta kemudian ditindak lanjuti dengan pengembangan program jika memungkinkan.

Atas dasar uraian tersebut, dapat diketahui bahwa kegiatan evaluasi dalam pelaksanaan program humas di lembaga pendidikan dilaksanakan untuk:<sup>33</sup>

- a. Memperoleh informasi yang diperlukan untuk meningkatkan produktifitas serta keefektifan belajar siswa dan pengembangan sekolah.
- b. Memperoleh *feed back*.

---

<sup>33</sup> Slameto, *Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta : PT Bina Aksara, 2018), 15.

- c. Memperoleh informasi yang diperlukan untuk memperbaiki dan menyempurnakan proses pembelajaran di sekolah.
- d. Memperoleh informasi yang diperlukan untuk memperbaiki, menyempurnakan serta mengembangkan program.
- e. Mengetahui kesukaran-kesukaran apa yang dialami siswa selama belajar dan bagaimana mencari jalan keluarnya.

Evaluasi pelaksanaan program hubungan masyarakat dapat pula mengusulkan penambahan untuk peningkatan prestasi yang diharapkan dapat membawa ke arah perkembangan humas yang ada pada suatu lembaga pendidikan. Evaluasi dalam proses pengembangan dimaksud untuk memperbaiki sistem, pertanggung jawaban kepada pemerintah dan masyarakat, serta penentuan tindak lanjut hasil pengembangan, yaitu :

- a. Perbaiki sistem.

Peran evaluasi lebih bersifat konstruktif karena hasil penilaian dijadikan input bagi perbaikan yang diperlukan dalam program pelaksanaan humas di lembaga pendidikan yang sedang dikembangkan.

- b. Pertanggung jawaban kepada pemerintah dan masyarakat.

Pada fase pelaksanaan perlu adanya pertanggung jawaban dari pelaksana kepada pihak yang berkepentingan. Pihak-pihak yang dimaksud mencakup pemerintah, masyarakat, orangtua, petugaspetugas pendidikan, dan pihak-pihak lain yang ikut mensponsori kegiatan pengembangan tersebut.

- c. Penentuan tindak lanjut hasil pengembangan.

Tindak lanjut yang dilakukan dapat berbentuk jawaban atas dua pertanyaan. Pertama, apakah sistem baru tersebut akan atau tidak akan disebar luaskan. Kedua, dalam kondisi bagaimana dan dengan cara yang bagaimana sistembaru itu akan disebarluaskan.

Menurut Cultip dan Center fungsi manajemen humas terbagi menjadi empat yaitu :<sup>34</sup>

- a. Menunjang berbagai kegiatan manajemen untuk dapat mencapai tujuan organisasi.
- b. Menciptakan komunikasi dua arah yaitu antara organisasi dengan khalayak publiknya.
- c. Melayani kepentingan dan permintaan publik untuk kemudian memberikan saran masukan kepada pimpinan terkait kepentingan umum.
- d. Membina serta menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi dengan khalayak publiknya.

Fungsi dari humas juga dapat melingkupi faktor internal organisasi dan juga faktor eksternal, dimana pada setiap fungsinya harus menekankan komunikasi dua arah serta harus menguntungkan bagi kedua belah pihak baik organisasinya dengan lingkungan publiknya. Agar fungsi humas dapat terintegrasikan dengan baik guna mampu menunjang manajemen bidang lainnya sehingga tujuan organisasi dapat terwujud dan memperoleh hasil output sesuai dengan yang dicita-citakan oleh organisasi tersebut.

Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan meliputi fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, fungsi pelaksanaan, fungsi monitoring dan evaluasi. Dimana fungsi yang dijalankan satu sama lain saling berkaitan dan memiliki proses yang beriringan. Sehingga dalam mengimplementasikannya memerlukan penataan secara sistematis dan terstruktur. Dari implementasi manajemen hubungan masyarakat dapat mengetahui bagaimana jalannya proses program kerja bidang kehumasan.

---

<sup>34</sup> Syarifuddin, dkk. *Public Relations*. (Yogyakarta: Andi Offsite, 2016), 106.

#### 4. Tugas dan Kewajiban Hubungan Masyarakat

Menurut Gassing dan Suryanto *public realtions* memiliki tiga tugas pokok yang utama yaitu:<sup>35</sup>

- a. Menganalisis serta mengevaluasi kecenderungan perilaku publik.

Pelayanan yang diberikan oleh organisasi dapat berpengaruh juga mencerminkan terhadap baik dan juga buruknya perilaku publik terhadap organisasi. Maka perilaku atas respon publik harus senantiasa dipantau dan dijadikan perhatian yang lebih serius. Setelah melakukan pengamatan terhadap perilaku publik kemudian dianalisis dan dievaluasi untuk selanjutnya direkomendasikan kepada manajemen. Menjadi salah satu dasar dalam merumuskan kebijakan organisasi adalah rekomendasi tersebut.

- b. Mempertemukan kepentingan-kepentingan organisasi yang tidak menutup kemungkinan berbeda dengan kepentingan publik atau dapat sebaliknya.

Salah satu tugas humas lainnya adalah harus bisa mempertemukan berbagai macam kepentingan organisasi dengan kepentingan publik. Sehingga dapat menciptakan perasaan saling percaya, memahami dan juga menghormati satu sama lain. Bila terdapat kepentingan yang berbeda antara kedua pihak tersebut, maka humas dapat menjalankan tugasnya untuk dapat menghubungkan serta mempertemukan organisasi dengan publik guna membahas kepentingan-kepentingan tersebut.

- c. Melakukan evaluasi terkait program organisasi dengan kepentingan publik.

Tugas humas lainnya yaitu mengevaluasi program organisasi yang berkaitan dengan kepentingan publik ini menjadi tergambar dengan jelas bahwa kedudukan dan wewenang praktisi seorang humas cukup luas. Praktisi humas juga harus tanggap dan setelah

---

<sup>35</sup> Syarifuddin S Gassing, Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 127-128.

program kerja organisasi dilaksanakan harus segera melakukan evaluasi. Sebab hasil evaluasi tersebut akan menjadi bahan pertimbangan untuk organisasi mengambil kebijakan terlebih yang berkaitan dengan kepentingan publik itu sendiri. Evaluasi program kerja organisasi tidak hanya dilakukan untuk sebatas manajemen saja, melainkan praktisi humas juga harus dapat membaca respon publik. Tujuan dari hal tersebut yaitu untuk melihat apakah kebijakan yang telah dikeluarkan oleh organisasi sudah sesuai dengan kepentingan yang diharapkan oleh publik dan mampu diakomodir oleh organisasi dengan baik. Jadi program kerja yang tepat sasaran juga tergantung pada kemampuan humas dalam mengevaluasi kepentingan organisasi dan kepentingan publik secara seimbang.

Tugas dan kewajiban dari hubungan masyarakat meliputi :

- a. Memberikan penyampaian informasi atau pesan secara lisan, tulisan ataupun visual kepada khalayak publik, sehingga masyarakat secara luas dapat memperoleh pengertian informasi yang benar dan tepat mengenai isu pendidikan, kondisi lapangan, serta tujuan dan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan.
- b. Humas memiliki tugas untuk melakukan analisis dan studi atas tanggapan publik atau reaksi terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh lembaga pendidikan, termasuk menerima aspirasi dari masyarakat atau publik terhadap hal-hal baik dan bermanfaat yang dapat mempengaruhi pendidikan, menyampaikan informasi kepada atasan tentang cara-cara pelayanan yang telah dilakukan.
- c. Menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dan memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik.

Humas disekolah juga memiliki tiga tugas yang erat kaitannya dengan tujuan humas itu sendiri, antara lain yaitu :

- a. Menganalisis, menginterpretasikan dan mengevaluasi adanya kecenderungan publik, kemudian memberikan rekomendasi kepada pimpinan untuk merumuskan kebijakan lembaga atau organisasi. Dimana Frank Jeffkins mengklasifikasikan kecenderungan tersebut menjadi empat, yaitu : kondisi tidak tahu menjadi serba tahu, apatis, prasangka serta memusuhi. Dari empat kalsifikasi tersebut, maka tugas *public relations* adalah merubah publik yang tidak tahu menjadi tahu, yang tadinya apatis menjadi lebih peduli, berprasangka menjadi mudah menerima, serta yang memusuhi menjadi lebih simpati.
- b. Mempertemukan kepentingan lembaga dengan kepentingan publik. Tugas humas disini adalah mempertemukan berbagai kepentingan untuk menjadi saling dipahami, dihormati, dimengerti, dan dilaksanakan antar dua kepentingan tersebut. Bilamana anatara lembaga dengan publik memiliki kepentingan yang berbeda, maka tugas dari humas adalah menghubungkan keduanya untuk menjadi sama-sama merasa diuntungkan.
- c. Mengevaluasi program lembaga atau organisasi. Tugas humas disini mensyaratkan kedudukan, wewenang untuk memberi nasihat hasil evaluasi program apakah dapat dilanjutkan atau ditunda terlebih dahulu bakhann diberhentikan. Maka disini humas bertugas untuk senantiasa memonitor semua program yang telah tersusun dan terlaksana pada lembaga atau organisasi.

Sementara menurut Astrid Susanto yang mengutip pendapat Cutllip dan Center, mengemukakan bahwa tugas *public relations* perusahaan adalah sebagai berikut :

- a. Mendidik kegiatan non-profit dari suatu publik untuk menggunakan barang dan jasa produksinya.
- b. Mengadakan berbagai usaha untuk mengatasi kesalahpahaman antara instansi dengan publiknya.
- c. Meningkatkan penjualan barang atau jasa.

- d. Meningkatkan kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan mensyaratkan sehari-harinya.
- e. Mendidik dan meningkatkan tuntutan serta kebutuhan masyarakat akan barang ataupun jasa yang diproduksinya.
- f. Mencegah pergeseran penggunaan barang atau jasa yang sejenis dari persaingan perusahaan lain.

Adanya tujuan-tujuan pada lembaga dibidang kehumasan tidak terbatas hanya pada beberapa pendapat para ahli diatas, melainkan kadangkala lembaga atau suatu organisasi memiliki tujuan yang telah sama-sama disepakati dan telah ditentukan oleh semua anggotanya tersebut. Namun setiap tujuan humas senantiasa menginginkan tanggapan yang baik dan juga positif dari publik, sehingga tanggapan tersebut dapat disesuaikan dengan kegiatan organisasi atau lembaga maupun oleh tim humasnya. Seluruh tujuan humas melandaskan pada kode etik yang telah disepakati dan disetujui bersama.

Dari pendapat beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa tugas dan kewajiban *public relations* diantaranya adalah sebagai berikut : memberikan penyampaian informasi atau pesan secara lisan, tulisan ataupun visual kepada khalayak publik, melakukan analisis dan studi atas tanggapan publik atau reaksi terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh lembaga pendidikan, dan menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada pimpinan guna membantu mereka dan memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publiknya.

## **B. Brand Image Sekolah**

### **1. Pengertian Brand Image**

Merek dapat dikatakan sebagai salah satu aset perusahaan yang dapat memberikan keuntungan besar bagi perusahaan jika citra yang ingin disampaikan kepada konsumen dapat tersampaikan dengan tepat. *Brand* adalah bentuk nama atau simbol yang ditujukan untuk

sebuah produk atau jasa agar dapat dibedakan dengan produk atau jasa saingannya.<sup>36</sup>

*Brand image* menurut pendapat Keller dalam Fathul Mujib merupakan sebuah pencitraan dari adanya sebuah merek yang kemudian terbawa kedalam pikiran dan benak seseorang atau dalam hal ini berarti konsumen. *Brand image* sekolah dapat membantu masyarakat pada upaya mengenali berbagai macam kebutuhan pendidikan untuk mereka, kemudian menilai kepuasan mengenai pendidikan yang telah dipadatkan serta membantu masyarakat membedakan sekolah yang sesuai dengan kebutuhannya ataupun sekolah-sekolah lain yang memiliki keunggulan dibidang lainnya.<sup>37</sup>

*Brand image* merupakan gambaran kesan yang ditimbulkan dalam benak seseorang. Penempatan *brand image* yang baik akan memiliki dampak positif dan besar kemungkinan konsumen mempunyai persepsi yang baik terhadap *brand* tersebut. *Brand image* dapat mempengaruhi para konsumen untuk mengambil sikap dan mengevaluasi merek baik disenangi ataupun tidak disenangi. Oleh sebab itu *brand image* yang baik perlu diciptakan agar dapat menunjang keberhasilan perusahaan atau merek.<sup>38</sup>

*Brand* merupakan bagian terpenting dari penjualan suatu produk, *brand* dapat menjadi suatu nilai tambahan bagi produk baik itu produk yang berupa barang maupun jasa. Sedangkan *image* adalah kepercayaan, ide, dan impressi, seseorang terhadap sesuatu. Jadi, *brand image* adalah anggapan tentang merek yang direfleksikan

---

<sup>36</sup> Hatane Samuel, Julian Wibisono, "Brand Image Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya" *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12, no. 1. (April 2019), 28. (di akses pada tanggal 29 Januari 2022)

<sup>37</sup> Fathul Mujib, *School branding strategi di era disruptif*, (Jakarta Timur: Bumi Aksara, 2020), 12.

<sup>38</sup> Anastasia Stefany Susanto, "Strategi Publik Relations Smartpin PR Dalam Membangun *Brand Image* Klien (Studi Pada Re:ON comics)", *Jurnal Prologia*, 3, no.2, (Desember 2019), 322. (di akses pada tanggal 29 Januari 2022)

konsumen yang berpegang pada ingatan konsumen dan cara berfikir tentang sebuah merek secara abstrak.<sup>39</sup>

Istilah *brand* berasal dari kata *brand* yang berarti “to brand” yaitu aktifitas yang sering dilakukan para peternak sapi di amerika dengan memberi tanda pada ternak-ternak mereka untuk memudahkan identifikasi kepemilikan sebelum dijual ke pasar.<sup>40</sup> Sedangkan *Image* terbentuk dari bagaimana lembaga melaksanakan kegiatan operasional yang mempunyai landasan utama pada segi layanan. *Image* juga terbentuk berdasarkan impresi dan berdasarkan pengalaman yang dialami seseorang terhadap sesuatu, sehingga membangun suatu sikap mental. Kotler menyatakan bahwa *image* konsumen yang positif terhadap suatu *brand* lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian. Brand yang baik juga menjadi dasar untuk membangun citra lembaga yang positif.<sup>41</sup>

Menurut American Marketing Association “A *brand* is a term, design, name, symbol or any other features that distinguish one company’s product to the others” merek adalah istilah, desain, nama, simbol, atau lainnya fitur yang membedakan satu produk perusahaan dengan lain-lain. Dalam Undang-Undang Merek Nomer 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1, *brand* (merek) adalah tanda yang terdiri dari huruf, angka, gambar, nama, kata-kata, kombinasi atau susunan warna dimana unsur-unsur tersebut yang memiliki simbol pembeda dan digunakan dalam kegiatan perindustrian barang atau jasa. Pada akhirnya, *brand* sebagai tanda atau simbol produk serta melindungi pelanggan maupun produsen dari berbagai pesaing yang berusaha menghasilkan produk-produk yang tampak identik. Sedangkan *image*

---

<sup>39</sup> Reka Malinda, “Strategi Membangun Brand Image Pada Produk Handphone Oppo”, *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 16, no.2, (Desember 2018), 75. (di akses pada tanggal 1 Februari 2022)

<sup>40</sup> Andi Sadat, *Brand Belife: Strategi Membangun Merk Berbasis Keyakinan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 18.

<sup>41</sup> Fajar Dwiyama, “Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing” *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9, no.2, (Agustus 2019), 882-883. (di akses pada tanggal 1 Februari 2022)

*branding* juga diartikan sebagai sekumpulan asosiasi yang terdapat dalam benak konsumen terhadap suatu merek, dan akan tersusun menjadi suatu makna.<sup>42</sup>

*Brand Image* adalah sekumpulan keyakinan, ide, kesan, dan persepsi dari seseorang, suatu komunitas, atau masyarakat tentang suatu *brand*. Konsumen memandang *brand image* sebagai bagian yang terpenting dari suatu produk, karena *brand image* mencerminkan suatu produk. dengan kata lain, *brand image* merupakan salah satu unsur penting yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk. semakin baik *brand image* yang melekat pada produk maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut.<sup>43</sup>

*Brand image* adalah gambaran mental atau konsep tentang sesuatu. Objek yang dimaksud berupa orang, organisasi, kelompok orang atau lainnya yang tidak diketahui. *Image* merupakan pandangan atau persepsi serta terjadinya proses akumulasi dari amanat kepercayaan yang diberikan oleh individuindividu, akan mengalami suatu proses cepat atau lambat membentuk suatu opini publik yang lebih luas dan abstrak.<sup>44</sup>

*Brand Image* merupakan seluruh persepsi terhadap *image* tertentu dan dibuat melalui informasi pengalaman masa lalu terhadap *image*.<sup>45</sup>

Citra merek atau *brand image* adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan pemikiran atau persepsi konsumen terhadap merek

---

<sup>42</sup> Abu Hasan Agus R, “Strategi Image Branding Universitas Nurul Jadid Di Era Revolusi Industri”, *Jurnal Pendidikan Islam*, 12, no.1, (Februari 2019), 65-66. (di akses pada tanggal 3 Februari 2022)

<sup>43</sup> Nurul Huda, “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha Di Makasar”, *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2, no. 1, (2020), 38 (di akses pada tanggal 3 Februari 2022)

<sup>44</sup> Agus Supandi Soegoto dkk, “Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris Pada PT. Hajrat Abadi Manado”, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Universitas Sam Ratulangi, 15, no.5, (2015), 779. (diakses pada tanggal 7 Februari 2022)

<sup>45</sup> Rendika Putri Kartika Sari, Ida Aryati Rochimi Widayanti, “Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Tiga Tjeret Di Surakarta”, *Jurnal Edunomika*, 03, no.1, (Februari 2019), 17. (diakses pada tanggal 7 Februari 2022 )

dari sebuah produk. pemikiran konsumen seperti ini tercipta karena memori yang kuat setelah menerima kegunaan atau manfaat dari produk. citra merek yang kuat serta didorong oleh produk yang berkualitas baik nanti yang akan menguasai pasar.<sup>46</sup>

*Brand Image* dapat juga didefinisikan sebagai memori skematis dari suatu merek. *Brand Image* terdiri dari interpretasi *target market* terhadap karakteristik-karakteristik produk, dimana termasuk didalamnya keuntungan, penggunaan produk, situasi penggunaannya maupun karakteristik pengguna, produsen dan pemasar produk tersebut.<sup>47</sup>

*Brand* adalah identitas dari sebuah produk di pasar, dari sebuah merek kita dapat menunjukkan nilai bisnis dari suatu organisasi atau suatu perusahaan. *Branding* memegang peran penting dalam sebuah bisnis, dengan strategi bisnis, suatu produk akan lebih dikenal oleh masyarakat dan pasar.<sup>48</sup>

Jadi, berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan oleh beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *brand image* merupakan merk yang digunakan oleh suatu perusahaan atau lembaga pendidikan untuk menarik konsumen atau peserta didik di kalangan masyarakat agar tidak terjadi adanya konflik atau salah paham.

## 2. **Macam-Macam *Brand* dan *Image***

Macam-macam *brand* yang dirumuskan sebagai berikut :

### a. *Brand Awareness*

Merupakan kekuatan dari kehadiran brand dalam pelanggan atau pengguna.

### b. *Brand Association*

---

<sup>46</sup> Faisal Munif Soim, Suharyono, Yusri Abdillah, "Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35, no.1, (Juni 2016), 147. (diakses pada tanggal 11 Februari 2022)

<sup>47</sup> Mega Febriani, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Image* Pada Media Sosial Twitter", *Jurnal JOM Fisip*, 1, no.2, (Oktober 2014), 7. (diakses pada tanggal 11 Februari 2022)

<sup>48</sup> Rahman Afandi, *Branding Madrasah Unggulan*, (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu, 2019), 26.

Merupakan asosiasi yang terbentuk dalam benak pelanggan mengenai suatu *brand* baik berupa atribut, *endorse*, atau simbol tertentu.

c. *Brand Identity*

Seperangkat asosiasi unik yang dimiliki oleh brand yang harus dibentuk dan dipelihara. Asosiasi ini merepresentasikan apa yang diwakili oleh *brand* dan mengimplikasikan janji kepada pelanggan dari organisasi.

d. *Brand image*

Merupakan bagaimana sebuah *brand* dipersepsikan.

e. *Brand Personality*

Merupakan seperangkat karakteristik manusia yang diasosiasikan dengan sebuah *brand*.

f. *Brand Equity*

Merupakan seperangkat aset (dan liabilitas) yang terkait dengan nama dan simbol *brand* yang menambah (atau mengurangi) nilai yang dimiliki oleh produk dan jasa dari perusahaan dan atau pelanggan atau pengguna perusahaan tersebut.

Macam-macam *image* yang dirumuskan sebagai berikut :

a. *Mirror Image*

Menyangkut pada “cermin” yang dipantulkan dari perusahaan atau organisasi tertentu dengan menitikberatkan pada tingkah laku manajemen perusahaan, dalam hal ini menyangkut : tingkah laku kepemimpinan organisasi atau tingkah laku dari personal-personal yang ada pada organisasi tersebut. Jadi, image yang baik tidak dibentuk oleh kata-kata tetapi oleh fakta-fakta yang ada yang terlihat dari tingkah laku manajemen dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan organisasi.

b. *Current Image*

Bertolak dari pengetahuan dan pengalaman publik terhadap organisasi tertentu (*current* kabar yang beredar). Contoh:

pengalaman seseorang ketika membayar listrik PLN (Perusahaan Listrik Negara) atau air minum ke PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum), dimana seseorang mendapatkan service yang baik, maka pengalaman itu diberitahukan kepada orang lain (perusahaan tersebut telah mendapatkan *favorable* dari publiknya). Mengenai pengetahuan atau pengalaman ini akan beredar kabarnya kesetiap orang dari mulut ke mulut, sehingga akan membentuk *image* mengenai organisasi tersebut.

c. *Multiple Image*

Yaitu adanya *image* yang bermacam-macam dari publiknya terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi kita dengan tingkah laku yang berbeda-beda atau tidak seirama dengan tujuan atau asas organisasi. *Image* ini harus dihindari, karena akan atau dapat menimbulkan kesalah pahaman *public* terhadap organisasi, yang perlu diperhatikan untuk menghindari dari *image* adalah seseorang yang pro harus dapat menyampaikan kebijaksanaan manajemen perusahaan terhadap *public* secara utuh dan terbuka, sehingga *public* mengetahui fakta-fakta yang ada tentang organisasi yang sebenarnya.

d. *Corporate Image*

1. Citra atau *image* organisasi atau perusahaan
2. Reputasi (baik buruk nama perusahaan)
3. Aktifitas (kegiatan-kegiatannya)
4. Perilaku manajemen perusahaan.

e. *Product Image*

Didasarkan pada kualitas, *performace*, *selling point* mempunyai sifat jual tersendiri yang berbeda dengan sifat jual perusahaan lain.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Asriani Sagiyanto, Arlinda Dwi Darmayanti, “Strategi Rebranding Kampung Babakan Menjadi Kampung Berkelir Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Kota Yangerang”, *Jurnal Akrab Juara*, 4, no.2, (Mei 2019) 164-165. (di akses pada tanggal 17 Februari 2022)

Berdasarkan beberapa pendapat ahli mengenai macam-macam *brand* dan *image* maka dapat disimpulkan bahwa macam-macam *brand* meliputi : *Brand Awareness*, *Brand Association*, *Brand Identiti*, *Brand image*, *Brand Personality* dan *Brand Equit*. Sedangkan macam-macam *image* adalah sebagai berikut : *Mirror image*, *current image*, *multiple image*, *corporate image*, dan *product image*.

### 3. Langkah- Langkah Menentukan *Brand Image*

Adapun langkah-langkah menentukan *brand image* yaitu :

- a. Harus mudah di ingat, misalnya untuk pemilihan nama domain jangan terdiri dari kosakata yang sulit atau lebih dari tiga kata.
- b. Relevan, meski tidak harus, tapi nama *brand* yang relevan dengan produk akan membuat *brand image* semakin kuat.
- c. Usahakan untuk bersifat dinamis dan fleksibel, ini juga sama pentingnya, artinya kita juga harus memiliki kemampuan untuk terus berinovasi, sekalipun masih dalam produk yang sama, cara ini bertujuan agar bisnis kita bisa bertahan sekaligus tidak ketinggalan zaman.
- d. Tingkatkan interaksi dengan *audience*.<sup>50</sup>

Sedangkan menurut Ryan Gondo Kusumo, sebagaimana dikutip dalam Rahman Afandi, ada 10 langkah agar kita dapat meningkatkan *brand*. Berikut ini adalah 10 langkah tersebut :

- a. Buatlah desain logo yang sesuai dengan produk
- b. Ciptakan desain logo perusahaan yang baik
- c. Pilih alat marketing yang sesuai untuk meningkatkan brand anda di mata publik
- d. Berinteraksi melalui media sosial
- e. Menggunakan *partnership* untuk membangun *brand awareness*
- f. Gunakan blog untuk meningkatkan *branding* bisnis
- g. Ciptakan pesan yang membuat orang ingin menyebarkannya

---

<sup>50</sup> Rahman Afandi, *Brandin,g Madrasah Unggulan*, (Yogyakarta : Penerbit Pustaka Ilmu, 2019), 27.

- h. Berikan *fans* kesempatan untuk berpartisipasi
- i. Hargai super *fans*.<sup>51</sup>

Langkah-langkah pembentukan *brand image* lainnya yaitu :

- a. Keunggulan asosiasi merek.

Asosiasi merek yang menguntungkan dimana konsumen percaya bahwa atribut dan manfaat yang diberikan oleh merek dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen membentuk sikap positif terhadap merek.

- b. Keunikan asosiasi merek.

Inti dari *brand positioning* adalah merek memiliki keuntungan bersaing yang terus menerus atau *unique selling proposition* yang memberikan alasan yang menarik bagi konsumen mengapa harus membeli merek tersebut.

- c. Kekuatan asosiasi

Merek atau *strength of brand association* tergantung pada bagaimana proses bertahan sebagai bagian dari citra merek. Ketika seseorang konsumen secara aktif menguraikan informasi suatu produk atau jasa maka akan tercipta asosiasi yang semakin kuat dalam ingatan konsumen.<sup>52</sup>

Langkah-langkah membangun *brand image* selanjutnya yaitu :

- a. Memiliki *Positioning* yang tepat.

Merek harus dapat menempati atau memposisikan diri secara tepat untuk selalu menjadi yang nomor satu dan utama di benak konsumen. Hal tersebut bukan hanya didukung oleh kualitas produk melainkan kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

---

<sup>51</sup> Rahman Afandi, *Brandin,g Madrasah Unggulan,...* 26.

<sup>52</sup> Faisal Munif Soim, Suharyono, Yusri Abdillah, "Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian", *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35, no.1, (Juni 2016), 147-148. (diakses pada tanggal 17 Februari 2022)

b. Memiliki *brand value* yang tepat.

Produsen harus membuat *brand value* yang tepat untuk membentuk *brand personality* yang baik terhadap merek untuk membuat merek semakin bernilai dan kompetitif di benak konsumen. *Brand personality* lebih cepat berubah dibandingkan *brand positioning* karena *brand personality* mengikuti permintaan atau kehendak konsumen setiap saat.

c. Memiliki konsep yang tepat.

Untuk mengkomunikasikan *brand value* dan *positioning* yang tepat maka dibutuhkan konsep yang tepat sesuai sasaran baik terhadap produk, segmentasi pasar, cara memasarkan, target pasar, kualitas pelayanan, dsb. Hal ini membantu perusahaan untuk membangun *brand image* yang baik di benak konsumen.<sup>53</sup>

Faktor-faktor pembentuk *brand image* menurut Shiftman dan Kanuk antara lain :

- a. Kualitas atau mutu yang ditawarkan oleh produsen dengan *brand* tertentu,
- b. Dapat dipercaya atau diandalkan,
- c. Mempunyai kegunaan atau manfaat,
- d. Pelayanan, berkaitan dengan tugas produsen dalam melayani konsumen,
- e. Resiko berkaitan dengan untung dan rugi yang dialami oleh konsumen,
- f. Harga, berkaitan dengan tinggi rendahnya biaya yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk,

---

<sup>53</sup> Widya Karunia, Ernita Arif, Elva Ronaning Roen, “Strategi IMC Pemerintah Kota Payakumbuh Dalam Proses *Rebranding* Untuk Membentuk *Brand Image* Payakumbuh City Of Randang”, *Open Jurnal System*, 4, no.12 (Juli 2020), 36-73. (diakses pada tanggal 17 Februari 2022)

- g. Image dari *brand* itu sendiri yang berupa pandangan, informasi, dan kesepakatan, yang berkaitan dengan suatu *brand*.<sup>54</sup>

Dari pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah menyusun *brand image* adalah memiliki *positioning* yang tepat, *brand value* yang tepat dan konsep yang tepat. Selain itu harus mudah di ingat, relevan, dan bersifat dinamis serta fleksibel, kemudian melihat tingkatan interaksi dengan *audience*.

#### 4. Manfaat dan Tujuan *Brand Image*.

Dalam hal pemanfaatan, pembuat atau penghasil dan juga pelanggan sangat berguna secara aktif, secara :

- a. Cara pengenalan untuk memfasilitasi operasi dalam pengerjaan atau mengejar suatu produk untuk perusahaan, terutama dalam mengatur inventaris dan catatan akuntansi.
- b. Wujud dari suatu perlindungan lembaga kekuasaan terhadap suatu karakter atau bagian komoditas yang lebih spesifik. Symbol maupun merek mendapatkan preservasi kekayaan terpelajar, dengan nama merek terdaftar, merek dagang dapat dilindungi. Mengenai cara-cara membuat atau menciptakan bisa dilindungi dengan memamatkan suatu pengemasan dilindungi dengan mempergunakan kewenangan cipta, dan desain.
- c. Berikan sinyal dengan bobot atau dengan jenis yang tinggi dengan tujuan membuat pelanggan merasa puas, sehingga para pelanggan bisa memilih dan memilah dengan mudah dan tentu membeli kembali.
- d. Membuat ikatan dan membentuk sebuah makna khas yang membuat beda suatu produk dari *competitor* global.
- e. Sumber mutu yang masuk secara akal sehat, apalagi suatu proses melewati dengan perlindungan asas dan kaidah, kepatuhan atau

---

<sup>54</sup> Syamsuddin, "Membangun Pelayanan Public Yang Prima: Strategi Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah", *Jurnal Islamic Education Manajemen*, 4, no.2 (Desember 2018), 163. (diakses pada tanggal 17 Februari 2022)

ketaatan para klien atau nasabah dan suatu ide yang eksklusif yang dapat ataupun terbentuk dalam khayalan konsumen.<sup>55</sup>

Sedangkan menurut Sutisna dan Prawita manfaat dari *brand image* diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Suatu merek yang memiliki citra positif akan mendorong pelanggan atau konsumen untuk lebih memungkinkan melakukan pembelian.
- b. Citra positif yang terdapat pada merek produk yang lama dapat difungsikan untuk mengembangkan lini produk perusahaan, dan
- c. Menerapkan suatu kebijakan pada *family branding* dan *leverage branding* apabila citra produk yang sudah ada memiliki nilai positif.

Sedangkan menurut Agung Pratama mengatakan bahwa *Brand image* lembaga pendidikan yang memiliki nilai positif akan menjadi kekuatan untuk bertahan dalam arus globalisasi. Karena secara tidak langsung, lembaga pendidikan akan bergantung pada kuantitas siswa di lembaga.<sup>56</sup> Selain kuantitas, kualitas juga akan menjadi berpengaruh pada penyelenggara lembaga pendidikan yang ada.

Sedangkan tujuan dalam menyusun *brand image* pada lembaga pendidikan adalah sebagai berikut :

- a. *Recognition*.  
Yaitu Tingkat dikenalnya sebuah *brand* oleh konsumen
- b. *Reputation*  
Yaitu status yang cukup tinggi bagi sebuah merk karena lebih terbukti mempunyai *track record* yang baik.

---

<sup>55</sup> Agung Pratama, "Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa", *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4, no.1 (Februari 2020), 33. (diakses pada tanggal 19 Februari 2022)

<sup>56</sup> Abu Hasan Agus R, "Strategi *Image Branding* Universitas Nurul Jadid Di Era Revolusi Industri", *Jurnal Pendidikan Islam*, 12, no.1 (Februari 2019), 68. (diakses pada tanggal 19 Februari 2022)

c. *Affinity Royalty*

Yaitu hubungan emosional yang terjadi antar *brand* dengan konsumennya.<sup>57</sup>

Dari pemaparan diatas dapat diketahui bahwa manfaat *brand image* adalah akan mendorong pelanggan atau konsumen untuk lebih memungkinkan melakukan pembelian, dapat di fungsikan untuk mengembangkan lini produk perusahaan, dan menerapkan suatu kebijakan pada *family branding* dan *leverage branding* apabila citra produk yang sudah ada memiliki nilai positif. Sedangkan tujuan dari adanya *brand image* adalah agar dapat dikenalnya sebuah *brand* oleh konsumen, memiliki status yang cukup tinggi bagi sebuah merk karena lebih terbukti mempunyai *track record* yang baik, serta bertujuan menjalin hubungan emosional yang terjadi antar *brand* dengan konsumen dari perusahaan itu sendiri.

**5. Faktor- faktor pembentuk *Brand Image***

Menurut Schiffman dan Kanuk mengatakan bahwa faktor-faktor pembentuk *brand image* adalah sebagai berikut<sup>58</sup> :

a. Kualitas Mutu

Hal ini berkaitan dengan kualitas produk barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dengan merek tertentu.

b. Dapat dipercaya

Hal ini berkaitan dengan kesepakatan yang telah dibentuk antara masyarakat dengan produsen atau antara konsumen dan produsen barang jasa.

c. Kegunaan manfaat

Terkait dengan fungsi dari suatu produk barang atau jasa yang bisa digunakan oleh konsumen

---

<sup>57</sup> Nurul Fatmawati, Kualitas Produk, Citra Merk Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Metic “Honda”, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10 No.1, (April 2017), 8 (diakses pada tanggal 22 Februari 2022)

<sup>58</sup> Leon G. Schiffman, Leslie I. Kanuk, *Consumer Behavior* (Jakarta : Rosdakarya, 2010), 135.

d. Pelayanan

Terkait tugas produsen yang dalam melayani para konsumennya.

e. Resiko

Berkaitan dengan besar atau kecilnya laba keuntungan atau kerugian yang diperoleh.

f. Harga

Berkaitan dengan tinggi rendahnya atau sedikit banyaknya jumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen.

g. Citra yang dimiliki oleh merk itu sendiri

Berupa pandangan, kesepakatan dan informasi yang berkaitan dengan suatu merk dari produk khusus.

Sedangkan menurut Keller faktor-faktor pembentuk *brand image* adalah sebagai berikut :

b. *Favorability of brand association*

Berkaitan dengan kepercayaan konsumen bahwa merk tersebut memiliki manfaat bagi mereka.

c. *Strength of brand association*

Berkaitan dengan kekuatan asosiasi suatu merk tertentu yang ada dalam ingatan konsumennya.

d. *Unique of brand association*

Merupakan keunikan dari asosiasi merk suatu produk yang akan dipandang lain dan akan memberikan citra yang berbeda dari pesaing pesaing lainnya.

Menurut Herman Kertajaya mengatakan bahwa *brand image* dibenak hati konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor:<sup>59</sup>

- a. Komunikasi dari sumber lain yang belum tentu sama dengan yang dilakukan produsen
- b. Pengalaman konsumen melalui suatu eksperimen yang dilakukan.

---

<sup>59</sup> Herman Kertajaya, *Hermawan Kartajaya On Brand Seri 9 Elemen Marketing*, (Bandung : Mizan, 2017), 13.

Konsumen dapat mengubah persepsi yang dimiliki pada sebelumnya. Oleh sebab itu, jumlah berbagai persepsi yang timbul akan membentuk citra keseluruhan sebuah merk.

c. Pengembangan produk

Posisi *brand* terhadap produk memang cukup unik. Pada sisi lain merupakan payung bagi produk, artinya dengan dibekali *brand* tersebut, produk dapat naik nilainya. Pada sisi lainnya, performa ikut membentuk *brand image* yang memayunginya dan tentunya konsumen akan membandingkan antara performa produk yang telah dirasakan dengan janji *brand* dalam slogan

Dari pemaparan menurut beberapa ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor pembentuk *brand image* adalah sebagai berikut: Berkaitan dengan kepercayaan konsumen bahwa merk tersebut memiliki manfaat bagi mereka, berkaitan dengan kekuatan asosiasi suatu merk tertentu yang ada dalam ingatan konsumennya, serta memiliki keunikan dari asosiasi merk suatu produk yang akan dipandang lain dan akan memberikan citra yang berbeda dari pesaing pesaing lainnya.

## C. Program Pendidikan Kesetaraan

### 1. Pengertian Program Pendidikan Kesetaraan

Program Pendidikan Kesetaraan merupakan bagian dari pendidikan nonformal yang memberikan layanan pendidikan Program Paket A setara SD, Program Paket B setara SMP dan Program Paket C setara SMA , dengan memberikan penekanan pada peningkatan kemampuan ilmu pengetahuan, keterampilan, pengembangan sikap kepribadian kepada peserta didik. Program Pendidikan Kesetaraan diselenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat melalui lembaga-lembaga seperti Sanggar Kegiatan Belajar (SKB), Balai Pengembangan Kegiatan Belajar (BPKB), Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM), Lembaga Pelatihan Kursus (LPK), Organisasi Sosial (Orsos), Organisasi Masyarakat (Ormas) atau Lembaga

Swadaya Masyarakat (LSM), dan Pondok Pesantren. Bahkan, mulai tahun 2008 telah dibuka kesempatan lembaga kursus atau pelatihan dapat turut serta menyelenggarakan Program Pendidikan Kesetaraan khususnya untuk percepatan peningkatan keterampilan peserta didik. Sesuai dengan kebijakan Menteri Pendidikan Nasional lulusan Program Pendidikan Kesetaraan mempunyai hak *eligibilitas* untuk meneruskan pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi baik pada lembaga pendidikan formal maupun pada lembaga pendidikan non-formal, serta memiliki pengakuan yang sama ketika mereka memasuki dunia kerja.<sup>60</sup>

Penyelenggaraan Program Pendidikan Kesetaraan yang dilakukan oleh masyarakat mempunyai dinamika dan kualitas yang beragam karena kemampuan peserta didik, lembaga penyelenggara serta kondisi lingkungan sangat berpengaruh terhadap mutu lulusan Program Pendidikan Kesetaraan yang ada di daerah. Untuk mengurangi permasalahan dan peningkatan mutu layanan Program Pendidikan Kesetaraan maka pemerintah menetapkan standar kompetensi lulusan peserta didik, standar isi, proses dan sistem penilaian kepada peserta didik. Sebagai sebuah pendidikan alternatif, Program Pendidikan Kesetaraan mempunyai sasaran peserta didik yang spesifik, yaitu anak usia sekolah maupun dewasa yang belum menyelesaikan pendidikan formal karena adanya lima hambatan, yaitu ekonomi, waktu, geografis, keyakinan, dan sosial atau hukum. Hambatan ekonomi terjadi akibat kemiskinan di kalangan petani, nelayan, buruh, pekerja rumah tangga, tenaga kerja wanita, penduduk di daerah kumuh maupun penduduk miskin di daerah kota. Hambatan waktu karena pekerjaan mereka sebagai pengrajin, buruh, dan pekerja kasar lainnya. Hambatan geografis, seperti masyarakat suku terasing, etnik minoritas, masyarakat terisolir di kepulauan atau tengah hutan.

---

<sup>60</sup> Direktorat Pendidikan Kesetaraan. 2010. Profil Program Pendidikan Kesetaraan dalam Fakta dan Angka. Jakarta: Kementerian Pendidikan Nasional

Hambatan keyakinan, yaitu masyarakat pondok pesantren (salafiyah) yang tidak menyelenggarakan pendidikan formal. Hambatan sosial atau hukum seperti anak jalanan, anak lembaga pemasyarakatan, dan anak penyandang masalah sosial lainnya. Pembelajaran yang diberikan kepada peserta didik tetap mengacu pada standar kompetensi lulusan serta peraturan lainnya dalam kerangka peningkatan mutu lulusan untuk mandiri, kreatif, dan profesional.

Peserta didik Program Pendidikan Kesetaraan adalah anak usia sekolah dan dewasa yang belum mampu menyelesaikan SD, SMP, dan SMA. Dilihat dari sisi peserta didik kesetaraan mempunyai dimensi yang luas, yaitu warga negara yang belum menyelesaikan pendidikan karena keterbatasan yang dimiliki baik di bidang ekonomi, sosial, budaya atau karena kondisi geografis maka mereka berhak untuk mendapatkan pendidikan. Untuk itu, Program Pendidikan Kesetaraan yang dapat dikatakan sebagai pendidikan alternatif mempunyai peranan yang strategis untuk mengatasi masalah pendidikan masyarakat yang belum beruntung karena kemiskinan, keterbelakangan, dan ketidakmampuan lainnya. Bila dilihat dari sisi latar belakang sosial ekonomi peserta didik kesetaraan adalah masyarakat kurang mampu dengan jenis profesi sebagai buruh, petani, nelayan, perambah hutan, masyarakat di daerah terpencil, dan lain sebagainya. Namun, terdapat kelompok masyarakat kaya di perkotaan yang karena kurang bisa menerima sistem pendidikan persekolahan mereka mengadakan kegiatan pendidikan sekolah rumah (home schooling) yang hasil akhir ujiannya mengikuti Program Pendidikan Kesetaraan. Jadi, layanan Program Pendidikan Kesetaraan memberikan kesempatan kepada setiap warga negara yang belum menyelesaikan pendidikan dasar dan menengah tanpa mengenal suku, agama, ras, atau golongan dengan usia berapa pun selama masih mempunyai minat dan kemauan untuk terus belajar.

Tantangan Program Pendidikan Kesetaraan ke depan adalah semakin besarnya kebutuhan masyarakat akan pendidikan, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, perubahan orientasi pendidikan di masyarakat, tuntutan kualitas penyelenggaraan dan membangun citra Program Pendidikan Kesetaraan sebagai pendidikan alternatif. Selain kondisi tersebut, jumlah pengangguran yang besar, kemiskinan masyarakat, masih rendahnya pendidikan penduduk, dan perlunya pengembangan keterampilan masyarakat menjadi fokus untuk layanan Program Pendidikan Kesetaraan di masa depan. Maka, untuk menangkap kebutuhan masyarakat tersebut maka Program Pendidikan Kesetaraan diarahkan untuk menuju pada tiga spektrum pendidikan, yaitu akademik murni, vokasi terintegrasi, dan vokasi murni. Ketiga spektrum ini diharapkan kebutuhan peserta didik untuk membekali dirinya dengan pendidikan dan keterampilan tercapai dan pada akhirnya masyarakat yang berpendidikan dapat terwujud<sup>61</sup>.

## **2. Dasar Hukum Program Pendidikan Kesetaraan**

Dasar hukum merupakan ketentuan-ketentuan peraturan perundang-undangan yang melandasi penerapan suatu tindakan atau penyelenggaraan oleh organisasi agar dapat diketahui batasan-batasannya serta sanksi apabila terjadi pelanggaran dalam penyelenggarannya. Adapun Dasar hukum dalam penyelenggaraan Program Pendidikan Kesetaraan mengacu pada :

- a. Kesepakatan Bersama Menteri Pendidikan Nasional dan Menteri Agama Nomor 1 atau U atau KB atau 2000 dan Nomor MA atau 86 atau 2000 tentang Pondok Pesantren Salafiyah sebagai Pola Wajib Belajar 9 Tahun.
- b. UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pasal 26 ayat 3 menjelaskan salah satu Pendidikan Non Formal adalah Program Pendidikan Kesetaraan

---

<sup>61</sup> Ida Kintamani Dewi Mahendra "Kinerja Program Pendidikan Kesetaraan Sebagai Salah Satu Jenis Pendidikan NonFormal" *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 18, No 1, (Maret 2012), 68-69 (Diakses Pada 5 Maret 2022)

- c. Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan menjelaskan satuan Program Pendidikan Kesetaraan program kejar paket A, kejar paket B, dan kejar paket C
- d. Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 2007 tentang pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan pasal 4 ayat 1 menjelaskan pendidikan agama pada pendidikan formal dan Program Pendidikan Kesetaraan sekurang-kurangnya diselenggarakan dalam bentuk mata pelajaran atau mata kuliah agama.
- e. Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan pada bab IV terkait Penyelenggaraan Pendidikan Non Formal pasal 100 ayat 3 huruf (g) tercantum Program Pendidikan Kesetaraan.
- f. Permendikbud No. 80 Tahun 2013 tentang Pendidikan Menengah Universal merupakan penekanan program paket C sebagai amanah penuntasan Wajib Belajar 12 tahun.
- g. Undang- Undang No. 18 Tahun 2019 tentang Pesantren pada Pasal 5 ayat (1) huruf c “Pesantren yang menyelenggarakan pendidikan dalam bentuk lainnya yang terintegrasi dengan pendidikan umum”
- h. PMA No. 31 Tahun 2020 tentang Pendidikan Pesantren Pasal 7 Pendidikan Pesantren pada jalur pendidikan non-formal diselenggarakan dalam bentuk pengkajian kitab kuning dan bentuk lain yang terintegrasi dengan pendidikan umum.

### **3. Syarat dan Alur Izin Operasional Program Pendidikan Kesetaraan**

Pemberian izin operasional pendirian Program Pendidikan Kesetaraan pada pondok pesantren salafiyah yang diselenggarakan oleh masyarakat dilakukan oleh Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama untuk jenjang Ulya, dan Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten atau Kota untuk jenjang Ula dan Wustha. Dalam hal

pengajuan izin operasional harus memenuhi persyaratan sebagai berikut :

- a. Penyelenggara pendidikan merupakan organisasi berbadan hukum
- b. Memiliki Nomor Statistik Pondok Pesantren (NSPP)
- c. Mendapat rekomendasi dari Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten atau Kota
- d. Memiliki struktur organisasi, Anggaran Dasar atau Anggaran Rumah Tangga (AD atau ART), dan pengurus penyelenggara Program Pendidikan Kesetaraan
- e. Kesiapan pelaksanaan kurikulum Program Pendidikan Kesetaraan
- f. Kualifikasi tenaga pendidik atau ustadz mata pelajaran
- g. Tersedia tenaga kependidikan paling sedikit meliputi penanggungjawab Program Pendidikan Kesetaraan dan tenaga administrasi
- h. Tersedia sarana dan prasarana belajar
- i. Memiliki rencana pembiayaan pendidikan
- j. Telah melaksanakan proses pembelajaran minimal 2 tahun pelajaran
- k. Bersedia dan sanggup melaksanakan Program Pendidikan Kesetaraan pada Pondok Pesantren Salafiyah dibuktikan dengan surat pernyataan.

Adapun alur izin operasional penyelenggaraan Program Pendidikan Kesetaraan adalah sebagai berikut :

- d. Pondok Pesantren Salafiyah mengajukan permohonan pendirian Satuan Program Pendidikan Kesetaraan kepada Kantor Kemenag (tingkat Ula dan Wustha) dan Kanwil Kemenag (tingkat Ulya)
- e. Setelah dilakukan verwal terlebih dahulu berdasarkan NSPP, Kantor Kemenag atau Kanwil Kemenag dapat menerbitkan SK dan piagam ijin operasional PKPPS.
- f. Setelah mendapat piagam ijin operasional PKPPS, lembaga bersangkutan segera melakukan pengajuan Nomor Pokok Sekolah

Nasional (NPSN) melalui sistem aplikasi EMIS dengan melampirkan piagam ijop PKPPS.

- g. EMIS Pendis meneruskan pengajuan NPSN dari PPS kepada PDSPK Kemendikbud.
- h. Setelah PDSPK menerbitkan NPSN, PPS dapat mendownload piagam NPSN melalui aplikasi PDSPK.

#### **4. Pengelolaan Program Pendidikan Kesetaraan**

##### **a. Proses Pembelajaran**

Proses Pembelajaran Prinsip dasar proses pembelajaran Program Pendidikan Kesetaraan pada Pondok Pesantren Salafiyah disesuaikan dengan proses belajar mengajar yang ada di Pondok Pesantren. Proses belajar mengajar yang ada di Pondok Pesantren bahan dan materinya harus mudah dan lebih cepat dapat dipahami oleh para santri. Metode pendidikan tradisional yang telah menjadi ciri khas pengajaran pondok pesantren dapat digunakan dalam proses pembelajaran antara santri dengan pendidik atau ustadz.

1. Metode belajar mengajar dalam waktu-waktu tertentu, dimana para santri atau peserta didik mengikuti pelajaran dengan duduk di sekeliling kyai atau ustadz dalam bentuk kuliah atau ceramah umum (*bandongan*), yang menjelaskan mata pelajaran pada saat sebelum atau sesudah sholat fardhu. Santri menyimak kitab masing-masing dan membuat catatan apa yang disampaikan.
2. Metode belajar mengajar secara individual (*sorogan*), dimana seorang santri atau peserta didik berhadapan dan menyodorkan kitabnya kepada seorang ustadz atau guru, dengan pengawasan, bimbingan dan menilai secara maksimal kemampuan seorang santri dalam menguasai materi pelajaran yang telah didapatnya.

3. Metode belajar mengajar dengan cara berkelompok (*halaqah*), dimana sekelompok santri belajar bersama di suatu tempat dibawah bimbingan langsung oleh seorang ustadz atau guru. Bentuknya bisa diskusi atau penyampaian materi untuk memahami lebih dalam isi kitab atau materi pelajaran.
  4. Metode belajar mengajar dengan hafalan (*tahfidz*), umumnya dipakai untuk menghafal al Qur'an dan kitab-kitab tertentu yang dipakai oleh pondok pesantren. Bentuknya para santri menghafal dalam waktu beberapa hari dan kemudian membacakannya di depan kyai atau ustadz.
  5. Metode belajar mengajar dalam bentuk rombongan belajar (*classical*), umumnya satu rombongan belajar maksimum 30 santri. Bentuknya penyampaian materi pelajaran atau ceramah, diskusi, penugasan, cara belajar siswa aktif, dan bentuk lainnya yang disesuaikan dengan kondisi belajar di kelas.
- b. Penilaian Hasil Belajar
1. Penilaian hasil belajar Program Pendidikan Kesetaraan pada Pondok Pesantren Salafiyah dilakukan oleh pendidik, penyelenggara Program Pendidikan Kesetaraan pada Pondok Pesantren Salafiyah, dan pemerintah.
  2. Penilaian hasil belajar oleh pendidik sebagaimana dimaksud dilakukan secara berkesinambungan yang bertujuan untuk memantau proses kemajuan, dan perbaikan hasil belajar peserta didik dalam bentuk ulangan harian.
  3. Penilaian sebagaimana dimaksud digunakan untuk menilai pencapaian kompetensi santri, bahan penyusunan laporan kemajuan hasil belajar, dan memperbaiki proses pembelajaran.
  4. Penilaian oleh penyelenggara Program Pendidikan Kesetaraan pada Pondok Pesantren Salafiyah sebagaimana dimaksud dilakukan untuk menilai pencapaian standar kompetensi lulusan untuk semua mata pelajaran pada tengah semester,

akhir semester (imtihan daur awal dan daur tsani), dan akhir satuan pendidikan.

5. Penilaian oleh Pemerintah sebagaimana dimaksud dilakukan dalam bentuk Ujian Sekolah Berstandar Nasional (USBN) dan Ujian Nasional (UN) yang diselenggarakan berdasarkan Prosedur Operasional Standar Ujian Sekolah Berstandar Nasional dan Ujian Nasional pada setiap tahun pelajaran yang berjalan yang dikeluarkan oleh Badan Standar Nasional Pendidikan dan atau atau Badan Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

c. Lulusan dan Kualifikasi Ijazah

1. Daftar nilai murni hasil Ujian Nasional, Kriteria kelulusan, penetapan kelulusan dan pengumuman kelulusan serta Sertifikat Hasil Ujian Nasional (SHUN) pada Pondok Pesantren Salafiyah tingkat Wustha mengacu pada Prosedur Operasional Standar Ujian Nasional yang dikeluarkan oleh Badan Standar Nasional Pendidikan dan atau atau Kementerian atau Lembaga yang diberikan kewenangan untuk itu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Pemegang ijazah Pondok Pesantren Salafiyah tingkat Wustha mempunyai hak yang sama dengan pemegang ijazah SMP atau MTs atau bentuk lain yang sederajat, baik untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, maupun untuk mendapatkan pekerjaan.
3. Pemegang ijazah Pondok Pesantren Salafiyah tingkat Ulya mempunyai hak yang sama dengan pemegang Ijazah SMA atau MA atau SMK atau MAK atau bentuk lain yang sederajat, baik untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, maupun untuk mendapatkan pekerjaan.
4. Surat Tanda Tamat Belajar atau ijazah Program Pendidikan Kesetaraan pada Pondok Pesantren Salafiyah untuk semua

jenjangnya dikeluarkan dan ditetapkan oleh Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten atau Kota.

#### **D. Penelitian yang relevan**

Penelitian yang relevan merupakan suatu kajian dimana membahas terkait beberapa sumber buku referensi yang kemudian berupa jurnal ilmiah, literatur primer, maupaun hasil dari penelitian terdahulu guna sebagai bahan rujukan untuk mendapatkan teori sebagai landasan penelitian yang akan dilaksanakan. Maka untuk memenuhi lebih lanjut terkait telaah pustaka mengenai penelitian yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan *Brand Image* Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap”, peneliti mengambil penelitian yang relevan terhadap sumber-sumber yang ada baik berupa publikasi jurnal-jurnal ilmiah, maupun beberapa karangan skripsi, tesis, atau hasil penelitian yang telah terdahulu telah dipublikasikan :

Penelitian berupa jurnal, dari tulisan Nur Hidayah yang termuat dalam jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jakarta.<sup>62</sup> Hasil penelitian tersebut dijelaskan mengenai bahwa sebuah *Brand image* ditandai dengan adanya atribut-atribut khusus. Maka apabila *Brand image* tidak memiliki karakter atau ciri khusus serta tidak pula memiliki keunikan yang ada hanyalah merupakan sebuah nama saja. Keunikan atau karakter khusus inilah yang menjadikan *brand image* mampu tersimpan dibenak masyarakat.

Penelitian berupa jurnal, karya Rahman Afandi & Mustajab dalam Jurnal Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.<sup>63</sup> Dalam tulisan tersebut dijelaskan bahwa strategi merupakan rencana kegiatan yang menyeluruh untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan *branding* adalah

---

<sup>62</sup> Nur Hidayah, “Analisis Jalur Brand Image Sebagai Anteseden Loyalitas”, *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 19, no 1, (2013), 4. (diakses pada tanggal 19 Februari 2022)

<sup>63</sup> Rahman Afandi & Mustajab, Kontestasi Kompetensi Global Konsep Dari 3 Madrasah Unggulan Ibtidaiyah Di Banyumas, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol 7, No 2, 2018, hlm 367 (di akses pada tanggal 23 juli 2020 pukul 18:30)

identitas dari suatu produk di pasar. yang bertujuan untuk menunjukkan nilai bisnis dari suatu organisasi atau perusahaan

Penelitian oleh Novita Arum Sari “Strategi Branding SD Negeri Dalam Menghadapi Persaingan dengan SD Islam Terpadu”.<sup>64</sup> Penelitian ini membahas tentang cara menghadapi persaingan antar lembaga pendidikan, karena penurunan siswa terhadap SD N Kiyaran 1 selama 4 tahun terakhir. Dan stabilnya penerimaan siswa terhadap SD N Pusmalang selama 2 tahun terakhir. Citra yang dibentuk sekolah Negeri dan strategi *branding* yang telah dilakukan yaitu menanamkan nilai kejujuran, memberikan keterampilan dan pembiasaan guna membentuk karakter anak. Perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah penulis akan membahas tentang manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image*.

Penelitian berupa jurnal, karya Qoimah pada jurnal yang berjudul : Membangun pelayanan public yang prima : strategi manajemen hubungan masyarakat dalam penyampaian program unggulan dilembaga pendidikan pada 2 Juli 2018. Hasil kesimpulan pada jurnal tersebut dikatakan tugas dan peranan *public relations* atau humas adalah untuk dapat mewakili posisi dan citra baik pada suatu lembaga pendidikan, selain itu *public relations* juga harus mampu mengatasi semua hal bentuk masalah-masalah yang timbul terutama yang berkaitan langsung dengan masyarakat. Fungsi manajemen hubungan masyarakat yang baik berdampak pada citra positif dari lembaga pendidikan. Maka mengingat begitu pentingnya tugas, peran dan fungsi dari *public relations* sudah seharusnya bahwa kehadiran dari *public relations* juga mendapat pertimbangan yang serius oleh lembaga pendidikan. Persamaan ada pada manajemen humas yang digunakan sedangkan perbedaan penelitian yang peneliti akan lakukan adalah apabila pada jurnal menggunakan strategi manajemen humas, sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah mengarah kepada fungsi-fungsi

---

<sup>64</sup> Novita Arumsari, “Strategi Branding SD Negeri Dalam Menghadapi Persaingan Dengan SD Islam Terpadu”, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017.

manajemen humas. Perbedaan lainnya yaitu terletak pada luaran atau output yang diharapkan. Jika pada laman jurnal tersebut luaran yang dituliskan adalah citra positif lembaga pendidikan, sedangkan pada penelitian ini yang menjadi luaran atau outputnya adalah *brand image* pada suatu lembaga pendidikan islam.

Penelitian yang berupa jurnal, karya Mustajab dan Rahman Afandi pada Jurnal Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.<sup>65</sup> Dimana tulisan jurnal tersebut dijelaskan bahwa strategi merupakan rencana kegiatan yang menyeluruh untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan *branding* adalah identitas dari suatu produk di pasar. yang bertujuan untuk menunjukkan nilai bisnis dari suatu organisasi atau perusahaan.

Penelitian yang berupa Tesis, karya Rukmana “Strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan”.<sup>66</sup> Penelitian ini membahas tentang persaingan antar sekolah dan bagaimana cara bersaing. terlihat jelas dari penelitian tersebut, ada beberapa faktor pembentukan *brand image* lembaga pendidikan.

#### **E. Kerangka Berfikir**

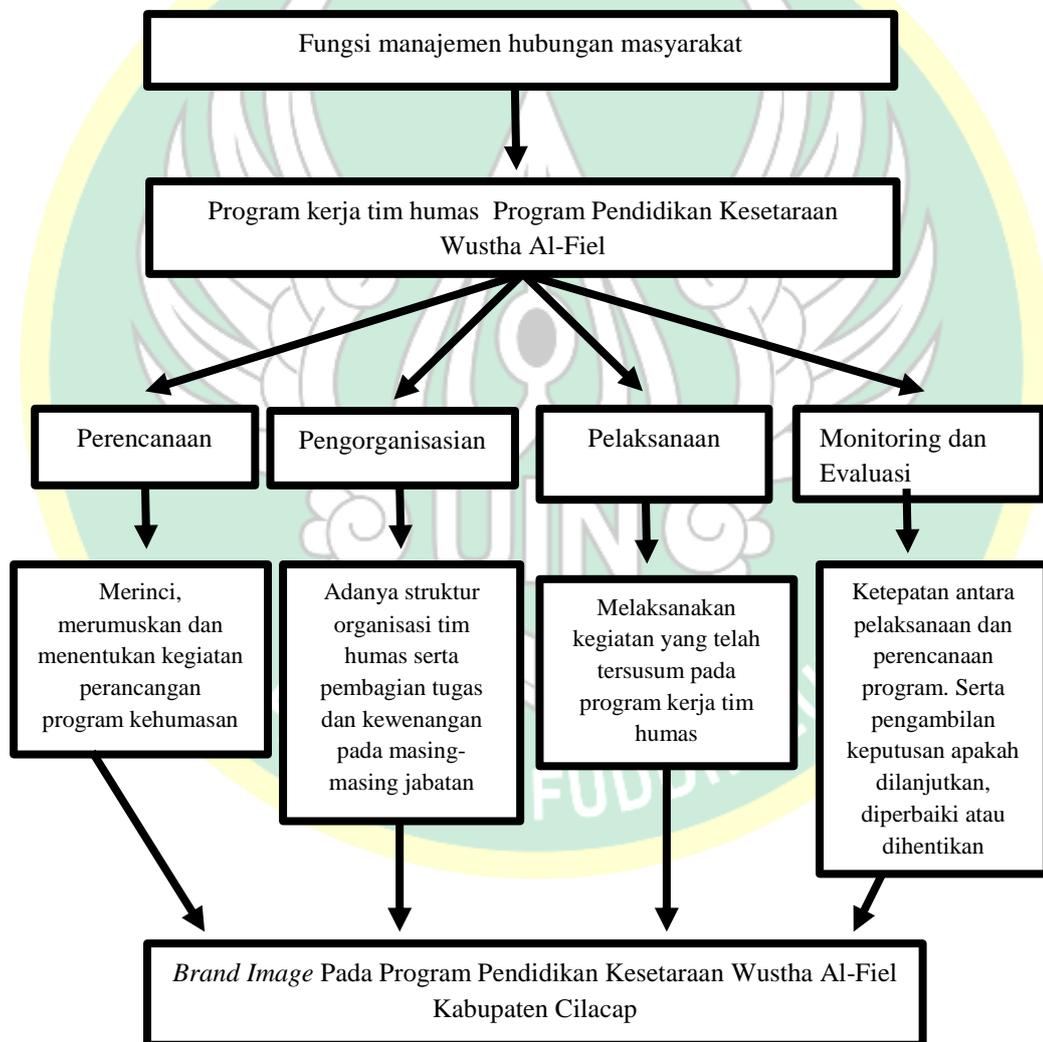
Serangkaian kegiatan berupa komunikasi dua arah, yaitu antara sekolah dengan masyarakat merupakan gambaran dari manajemen humas atau *public relation*. Fungsi manajemen hubungan masyarakat meliputi deret rangkaian kegiatan secara runtut yaitu perencanaan, kemudian pengorganisasian, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi. Semua kegiatan tersebut berpedoman dengan visi, misi dan tujuan lembaga pendidikan, juga pada keinginan serta kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat. Kepercayaan yang ada pada masyarakat terhadap lembaga pendidikan menjadikan salah satu penentu berhasil atau tidaknya suatu lembaga pendidikan dalam menyelenggarakan kegiatan. Maka atas dasar hal tersebut

---

<sup>65</sup> Mustajab & Rahman Afandi, “Kontestasi Kompetensi Global Konsep Dari 3 Madrasah Unggulan Ibtidaiyah Di Banyumas”, *Jurnal Pendidikan Islam*, 7, no.2, (2018), 367. (diakses pada tanggal 19 Februari 2022)

<sup>66</sup> Rukmana, “Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan”, *Tesis*, (Malang:UIN Malang, 2016).

masyarakat menjadi bagian andil penting yang keberadaannya tidak dapat terpisahkan dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen hubungan masyarakat. Salah satu output atau luaran dari fungsi manajemen humas adalah *brand image* lembaga pendidikan. Maka dalam hal ini peneliti ingin mengetahui analisis dari fungsi manajemen hubungan masyarakat yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap. Adapun kerangka berfikir tersebut tertuang didalam gambar bagan dibawah ini :



**Gambar 1**  
**Kerangka Berfikir**

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah satu proses kegiatan pada pengumpulan data, menganalisis, dan kemudian memberikan gagasan interpretasi yang berkaitan dengan tujuan penulisan penelitian. Sedangkan metode penelitian diartikan secara lebih umum adalah suatu cara yang ilmiah guna memperoleh berbagai data-data dengan adanya maksud serta ketergunaan tertentu.<sup>1</sup>

#### **A. Paradigma Penelitian**

Penelitian yang dilakukan dengan judul fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap ini merupakan *field research* atau disebut juga dengan penelitian lapangan. Dimana penjelasan mengenai penelitian lapangan adalah kegiatan penelitian dimana data-data nya diperoleh dari lapangan dan sumbernya secara langsung, sehingga sumber data tersebut pada penelitian lapangan ini adalah sumber dataa primer.<sup>2</sup> Pada penelitian ini mencari informasi dan data-data mengenai fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian menjadi hal yang fundamental sebelum jauh terjun melaksanakan penelitian. Adapun pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode post positivistik karena berlandaskan pada filsafat post positifisme. Metode ini disebut juga sebagai metode artistik, karena proses penelitian lebih bersifat seni dan disebut sebagai metode interpretive, karena data

---

<sup>1</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung:Alfabeta, 2021), 2.

<sup>2</sup> Umi Zulfa, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Yogyakarta: Cahaya Ilmu, 2019), 100.

hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.<sup>3</sup>

Pendekatan kualitatif bersifat luwes, tidak lazim dalam mendefinisikan suatu konsep, tidak terlalu rinci, serta memberikan berbagai kemungkinan perubahan manakala terdapat temuan fakta yang lebih menarik, mendasar, dan lebih unik dilapangan.<sup>4</sup>

Menurut Bogdan dan Taylor mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata baik tertulis maupun lisan dari individu dan perilaku yang diamati. Sedangkan menurut Kirk dan Miller mengatakan mengenai penelitian kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang fundamental bergantung pada pengamatan individu dalam lingkungannya sendiri dan berhubungan dengan individu-individu tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya.<sup>5</sup>

### **C. Tempat dan Waktu Penelitian**

#### **1. Tempat penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap. Beralamatkan di Jalan Kemerdekaan Timur, Nomor 06 RT VI atau RW IV, Desa Kesugihan Kidul, Kecamatan Kesugihan, Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah (53274). Memiliki NPSN (Nomor Pokok Sekolah Nasional) yaitu 69950126 dan nomor statistik sekolah 510333010012. Pada tahun 2018 Program Pendidikan Kesetaraan Al-Fiel telah terakreditasi oleh BAN-PNF dengan meraih kategori Baik (B). Nara hubung Telp : (0282) 695 626, dan Hp : 081327139060.

---

<sup>3</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 13-14.

<sup>4</sup> Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis Dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2021), 39.

<sup>5</sup> Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Cetakan 26*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 6.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu dalam penelitian ini adalah mulai tanggal 10 Januari 2022 sampai dengan 11 Mei 2022.

## D. Objek dan Subjek Penelitian

### 1. Objek penelitian

Objek penelitian adalah masalah-masalah yang menjadi fokus penelitian.<sup>6</sup> Objek dari penelitian ini adalah mengenai manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.

### 2. Subjek penelitian

Yang dimaksud subjek penelitian adalah barang, manusia atau tempat yang memberikan informasi penelitian.<sup>7</sup> Adapun subjek penelitian ini meliputi :

#### a. Kepala Program Pendidikan Kesetaraan

Kepala Program Pendidikan Kesetaraan memiliki peranan sebagai pemimpin atau penanggungjawab program dalam Program Pendidikan Kesetaraan dan memiliki kewenangan dalam pengambil kebijakan. Selain itu kepala pendidikan kesetaraan juga sebagai sumber informasi data secara umum atau menyeluruh mengenai keadaan aktivitas dilapangan Program Pendidikan Kesetaraan dan sebagai sumber informasi mengenai tim humas Program Pendidikan Kesetaraan dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan. Kepala Ppgram Pendidikan Kesetaraan yang menjadi informan adalah Ibu Hj. Dra. Maftuhatussamroh selaku Kepala Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.

#### b. Tim Humas Program Pendidikan Kesetaraan

Merupakan sumber informan selaku pelaksana dalam meningkatkan *brand image* yang ada pada Program Pendidikan

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, hlm 39

<sup>7</sup> Umi Zulfa, *Teknik Kilat Penyusunan Proposal Skripsi*, (Cilacap:Ihya Media,2014) hlm 92

Kesetaran. Dimana informasi yang diperoleh berupa fungsi manajemen hubungan masyarakat yang saat ini sedang dijalankan pada Program Pendidikan Kesetaraan. Selain itu juga sebagai informan mengenai seluruh pelaksanaan kegiatan kehumasan dilapangan baik secara internal maupun eksternal. Dalam hal ini Waka humas yang dimaksud adalah : Fiki Nurmalita, S.Pd. serta dua anggota humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap yaitu : Dedi Amor P, S.Pd dan Muhibin S.Kom

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dari berbagai sumber, latar dan cara dapat dilakukan peneliti dalam pengumpulan data. Selain memperhatikan ketepatan metode yang digunakan, penelitian juga perlu memperhatikan teknik yang relevan agar memperoleh data yang objektif dilapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Observasi**

Observasi merupakan suatu cara yang diperkirakan bisa memberikan informasi atau data penelitian dengan cara melihat secara langsung kegiatan aktivitas, proses berlangsungnya kegiatan, serta kejadian atau benda yang akan diteliti.<sup>8</sup>

Pada penelitian ini, observasi partisipan yang digunakan oleh peneliti, sebab peneliti mengadakan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang dilakukan dilingkungan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap. Selain itu juga peneliti mengikuti kegiatan waka humas dan anggota humas secara langsung dilapangan.

Observasi dilakukan oleh peneliti pada hari Senin 10 Januari 2022 sampai dengan pada hari Selasa, 25 Januari 2022 sebagai observasi untuk memperoleh data mengenai manajemen hubungan masyarakat pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel

---

<sup>8</sup> Umi Zulfa, *Metodologi Penelitian Sosial*. (Yogyakarta: Cahaya Ilmu, 2019), 130.

Kabupaten Cilacap. Data observasi ini yang kemudian digunakan peneliti sebagai bahan dasar untuk melatar belakangi penelitian mengenai fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap. Kemudian dalam rentan waktu 10 Januari 2022 sampai dengan 11 Mei 2022 peneliti juga mengikuti beberapa kegiatan humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap sebagai observasi lanjutan guna melakukan pengamatan lebih mendalam.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah cara menjaring informasi atau data melalui interaksi verbal atau lisan. Wawancara memungkinkan kita menyusup ke dalam "alam" pikiran orang lain, tepatnya hal-hal yang berhubungan dengan perasaan, pikiran, pengalaman, pendapat dan lainnya yang tidak bisa diamati.<sup>9</sup>

Peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur, dimana wawancara semi terstruktur untuk memperoleh data yang berkaitan dengan fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap. Teknik wawancara semi terstruktur ini menggunakan panduan wawancara untuk memastikan semua bahasan wawancara dapat tercover dengan baik, kemudian apabila ada jawaban yang dianggap kurang memuaskan, maka peneliti akan melakukan probing kepada informan dengan improvisasi pertanyaan yang lebih mendalam, untuk memperoleh data yang lebih jelas.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan mengamati dokumen-dokumen yang berupa video, foto, kertas baik dalam bentuk visual maupun non-visual dengan menelusuri

---

<sup>9</sup> Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2019), 48.

informasi-informasi yang ada didalamnya. Teknik dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh serta menggolongkan data pada beberapa foto dan jurnal kegiatan ketika proses berlangsungnya fungsi manajemen hubungan masyarakat yang ada pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, kemudian mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan pada akhirnya memutuskan apa yang dapat diterangkan kepada oranglain.<sup>10</sup>

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis nonangka atau kualitatif, dimana teknik ini menjabarkan dengan kata-kata atau kalimat kemudian menganalisis data untuk mendapatkan kesimpulan dalam bentuk kalimat. Adapun teknik tersebut meliputi :

##### **a. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keeluasaan wawasan yang tinggi. Selain itu, mereduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Data yang direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas, dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, serta mencarinya bila diperlukan.

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data semakin banyak. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif

---

<sup>10</sup> Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Cetakan 26*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 248.

adalah pada temuan. Oleh karena itu, jika peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, maka itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data.<sup>11</sup>

Pada penelitian ini teknik reduksi data peneliti merangkum, memilih dan mencatat data yang diperlukan dari lapangan. Dimana data tersebut diperoleh peneliti berasal dari hasil wawancara yang dilakukan kepada pada informan yaitu kepala program, wakil kepala humas, dan anggota humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.

## 2. Penyajian data

Penyajian data sebagai sekumpulan informasi yang tersusun, dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus dan sebagai acuan mengambil tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis sajian data<sup>12</sup>.

Pada penelitian kualitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, phi card, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami. Dengan penyajian data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.<sup>13</sup>

Pada penyajian data dalam penelitian ini, peneliti menyajikan data yang bersumber dari hasil wawancara dengan informan yang sudah direduksi dalam bentuk teks naratif. Kemudian data disajikan pada deskripsi data mengenai temuan hasil dilapangan.

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2020), 247-249.

<sup>12</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik, Cet. Ke- 3* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2019), 211.

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2020), 253.

### 3. Menarik kesimpulan atau Verifikasi

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>14</sup>

Penarikan kesimpulan merupakan hasil penelitian yang menjawab mengenai fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data, simpulan dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.



---

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 345.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel**

##### **1. Sejarah berdirinya Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel**

Program Pendidikan Kesetaraan pada Keputusan Dirjenpendis (Direktur Jendral Pendidikan Islam) yang tertulis pada nomor 3543 tahun 2018, terkait pada pelaksanaan program pendidikan dipondok pesantren salafiyah yang bernama Program Pendidikan Kesetaraan. Program Pendidikan Kesetaraan merupakan satuan program pendidikan pada ranah jalur pendidikan non-formal yang dapat menyelenggarakan proses pendidikan setara dengan pendidikan formal pada umumnya yaitu SD atau MI, SMP atau MTs, dan SMA atau MA atau SMK atau MAK. Dimana tingkat ula setara dengan sekolah dasar, tingkat Wustha setara dengan sekolah menengah pertama, dan tingkat ulya setara dengan sekolah menengah atas. Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel berada dibawah naungan pondok pesantren salafiyah Al-Fiel dan Yayasan Pengembangan Sumberdaya Insani (YAPESDAI).

Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel merupakan sekolah nonformal setara dengan SMP atau MTs, beralamat di Jalan Kemerdekaan Timur No.06, Rt 06 atau Rw 04 memiliki letak yang strategis persis menghadap jalan provinsi dan banyak diakses oleh kendaraan umum yang melintas. Pada tahun 2018 Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel telah teakreditasi B (Baik) oleh Badan Akreditasi Nasional. Nomor statistik : 510333010012 dan Nomor Pokok Sekolah Nasional : 69950126. Berdiri sejak tahun 2012 dan masih eksis sampai dengan saat ini. meskipun masuk pada pendidikan non-formal namun Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel ini mampu bersaing dengan pendidikan formal pada umumnya. Hal ini dibuktikan dengan beberapa ajang perlombaan

yang diikuti baik ditingkat Kecamatan maupun Kabupaten, baik sebagai juara maupun peserta. Akreditasi yang diperoleh juga merupakan salah satu tolak ukur dimana Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel ini mampu bersaing di tengah-tengah masyarakat. Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel saat ini memiliki 57 peserta didik dari kelas VII, VIII dan IX. Jumlah pendidik sebanyak 13 dan tenaga pendidik sebanyak 6 orang. Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel saat ini dipimpin oleh Ny. Hj. Dr. Maftuhatussamroh.

Berdirinya Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel tidak dapat terlepas dari cikal bakalanya, yaitu Pondok Pesantren Al-Fiel Kesugihan. Pondok Pesantren Al Fiel Kesugihan adalah sebuah lembaga pendidikan yang didirikan oleh KH. Ahmad Mu'allim pada tahun 1955, Beliau adalah seorang ulama dan tokoh masyarakat di Cilacap yang juga putra daerah setempat. Sebelum berdiri pondok pesantren Al Fiel, dahulu pondok pesantren Al Fiel adalah sebuah surau atau mushola kecil milik KH. Abdul Ghoni yang berfungsi sebagai tempat belajar (ngaji) masyarakat setempat. Atas didirikannya pondok pesantren ini adalah untuk menyiapkan santri yang mempunyai kemampuan keilmuan agama mendalam dan paham mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari dalam bermasyarakat, serta mampu mengembangkannya menjadi lebih luas, sehingga harapan yang diinginkan dapat menerapkan lima visi dasar pesantren yakni : berilmu, beramal, berdakwah, bersabar dan tawakal.

Pada tahun 1995 terjadi pergantian kepemimpinan sepeninggal KH. Ahmad Mu'allim yang dilanjutkan oleh putra beliau KH Drs. Sugeng Mu'allim, M.Ag, hingga sampai dengan sekarang. Seiring dengan perkembangan zaman Pondok Pesantren Al-Fiel mengalami kemajuan yang signifikan dengan didirikannya pendidikan formal., yaitu SMK Mu'allim. Lambat laun bertambah yakni pendidikan anak usia dini, yaitu Radlatul Atfal Al-Fiel Kesugihan. Disamping fokus

pada pendidikan formal yang berbasis pesantren ini, kemudian pondok pesantren Al-Fiel mulai mengepakan sayapnya, sebagai wujud pendukung pendidikan nasional maka lahirlah Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel. Dimana Program Pendidikan Kesetaraan itu sendiri dikhususkan untuk pondok pesantren salaf yang memiliki santri usia pelajar namun tidak dapat mengenyam pendidikan formal, baik sebab karena biaya, putus sekolah, ataupun alasan yang lainnya. Kemudian pada tahun 2012 didirikanlah Program Pendidikan Kesetaraan yang berbasis Kitab Kuning dan Al-Qur'an, Program Pendidikan Kesetaraan ini setara dengan pendidikan tingkat SD atau MI, SMP atau Mts dan SMK atau MAK atau SMA atau MA.

Berawal dari tahun 2012 Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel, sesuai dibawah naungan Kementerian Agama RI pada Kabupaten Cilacap ini memiliki nama Wajardikdas atau masyarakat lebih familiar dengan wajib belajar pendidikan dasar selama 12 tahun atau minimal sampai dengan jenjang sekolah menengah. Lebih populer lagi masyarakat menyebutnya dengan sekolah paket. Meski diawal masih terbata dalam pelaksanaannya dikarenakan kurikulum yang belum ditetapkan, sumber buku pelajaran yang masih terbatas serta sarana dan prasarana yang belum dapat sepenuhnya terpenuhi. Namun, Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel tetap memberikan kontribusi terbaiknya dalam pelaksanaan pembelajaran maupun pelayanan non-akademik. Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel didirikan oleh Ny. Hj. Dra. Maftuhatussamroh yang sekaligus menjabat sebagai penanggung jawab program sampai dengan saat ini. Dibantu oleh tenaga pendidik dan staf tata usaha lainnya Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel dapat bertahan sampai dengan saat ini.

## 2. Visi Misi dan Tujuan

### Visi

Menjadi Lembaga yang mampu mewujudkan lulusan akademik yang unggul, mampu memahami kitab kuning dan memiliki hafalan Al-Qur'an, beraqidah dan berakhlakul karimah.

### Misi

1. Memberikan pengajaran Al-Qur'an dan kitab kuning sesuai kaidah yang benar.
2. Mengajarkan materi keislaman.
3. Menumbuhkan semangat beribadah.
4. Membekali siswa dengan ketrampilan *entrepreneur, lifeskill*, dan *problem solving*.

### Tujuan

1. Memberikan kesempatan bagi masyarakat yang tidak mempunyai kesempatan memperoleh pendidikan disekolah berbasis formal karena berbagai kendala.
2. Memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk dapat melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi.

## 3. Identitas Lembaga

Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Kementerian Agama RI menyatakan bahwa identitas lembaga Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel ini telah sesuai dengan tanda bukti update detail siswa tahun pendataan 2021-2022 dengan nomor registrasi: 510333010012 atau EMISBAP.PDPONTREN atau GANJIL atau 2021-2022. Adapun Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel telah melakukan pemutakhiran data pendidikan islam periode semester ganjil tahun pendataan 2021-2022 sebagai berikut :

1. Jenis Lembaga : PKPPS
2. Nomor Statistik Lembaga : 51333010012
3. Nama Lembaga : PKPPS Al-Fiel

4. No. Pokok Sekolah Nasional : 69950126
5. No. SK Ijin Operasional : 4657 atau Kk.11.01 atau 3  
atau PP.00.7 atau 08 atau 2019
6. Tanggal SK Ijin Operasional : 07.08.2019
7. No. Akta Pendirian : 2313
8. Tanggal Akta Pendirian : 31.07.2019
9. Alamat : Jl Kemerdekaan Timur No. 06  
Kesugihan Kidul, RT 004 atau RW  
006
10. Kecamatan : Kesugihan
11. Kabupaten atau Kota : Cilacap
12. Provinsi : Jawa Tengah
13. Kode Pos : 53274
14. Nomor Telp : 085227624021
15. Email : [alfielcilacap@gmail.com](mailto:alfielcilacap@gmail.com)
16. Titik Koordinat : Latitude : -7.616821  
Longitude : 109.114102
17. Akreditasi : B (Baik)
18. Pesantren Induk : NSPP : 510333010012  
Nama Pesantren : AL – FIEL

#### 4. Data Pendidik, Tenaga Kependidikan, dan Peserta Didik

**Tabel 1**

##### **Pendidik Mata Pelajaran Umum**

No	Nama	Jenjang	Fakultas atau Prodi	Mapel yang diampu
1.	Septi Arini, S.Pd	S1	FKIP atau Matematika	Matematika
2.	Nani Widiastuti, S.Pd	S1	FKIP atau Biologi	IPA
3.	Tamat Basori, S.E	S1	FE atau Ekonomi	IPS

4.	Irfan Nur Aji, M.Pd	S2	Magister B.Inggris	B.Inggris
5.	Diah Wuri, S.Pd	S1	FSB atau B.Indonesia	B.Indonesia
6.	Arum Nur C, S.sos	S1	FDI atau BKI	PKN
7.	Saiqotul K, S.Pd	S1	FKIP atau BK	BK

*Sumber : Dokumen Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel*

**Tabel 2**  
**Pendidik Mata Pelajaran Keagamaan**

No	Nama	Jenjang	Fakultas atau Prodi	Mapel yang diampu
1.	Drs. Sugeng Muallim, M.Ag	S2	Magister PAI	Agama
2.	Dra. Maftuhatussamroh	S1	Tarbiyah atau B. Arab	Mulok (B.Arab)
3.	Sa'dulloh Al Ashfy, S.Pd, A.H	S1	Tarbiyah atau PAI	Al-Qur'an Hadist
4.	Habibulloh, S.Pd	S1	Tarbiyah atau PAI	Fiqh &
5.	Fiki Nurmalita,S.Pd	S1	Tarbiyah atau PAI	SKI
6.	Umiatul Khasanah, S.Pd	S1	Tarbiyah atau PAI	Akidah Akhlak

*Sumber : Dokumen Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel*

**Tabel 3**  
**Tenaga Kependidikan**

No	Nama	Jenjang	Fakultas atau Prodi	Jabatan
1.	Umiatul Khasanah, S.Pd	S1	Tarbiyah atau PAI	Waka Kurikulum
2.	Isnainiatus Syarifah, S.Pd	S1	FKIP atau BK	Waka Kesiswaan
3.	Fiki N, S. Pd	S1	Tarbiyah atau PAI	Waka Humas
4.	Ika Fatmawati, S.Pd	S1	Tarbiyah atau PAI	Waka Sarpras
5.	Muhibin, S.Kom	S1	MIKOM atau T.Komputer	Operator
6.	Mei Ade Setiawan	MA	Agama	Ustad

*Sumber : Dokumen Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel*

**Tabel 4**  
**Data Peserta Didik**

Data Peserta Didik	Jenjang			Jumlah Total
	Kelas VII	Kelas VIII	Kelas IX	
	25	15	20	60 Siswa

*Sumber : Dokumen Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel*

**Tabel 5**  
**Rincian Daftar Peserta Didik**

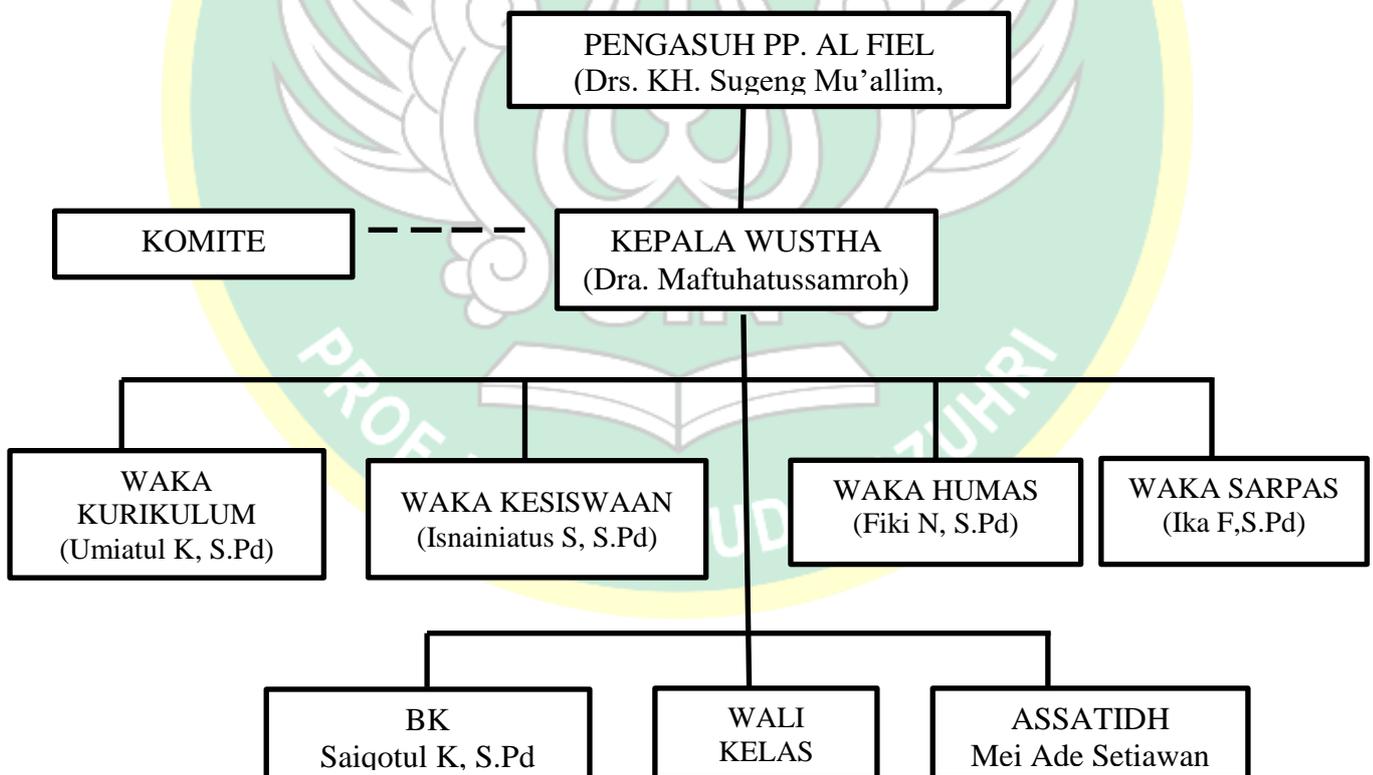
No	Nama Siswa	Tempat lahir	Tanggal lahir	Kelas
1	Abdul Latif Al Fadili	Banjarnegara	04/06/2009	7
2	Achmad Husein	Banyumas	23/01/2008	7
3	Ahmad faiz Mubarak	Banyumas	17/06/2009	7
4	Destian Azka Ardiansyah	Purbalingga	12/12/2008	7
5	Faza Mohamad Billah	Cilacap	05/12/2009	7
6	Ghifari Ardian Valeri	Cilacap	12/06/2008	7
7	Inamul Hasan	Cilacap	25/06/2009	7
8	Jamatis Sururiyah	Kebumen	03/04/2009	7

9	Jesen Muadzin R	Banyumas	05/03/2008	7
10	Justin Rafael	Banyumas	29/09/2009	7
11	Khamid Al Mahmud	Cilacap	17/12/2008	7
12	Malik Maulana	Banyumas	06/01/2009	7
13	Maulana Azma Al hakim	Cilacap	04/04/2009	7
14	Muhammad Abdul Badi	Brebes	25/06/2008	7
15	Muhammad Hudzaifah	Cilacap	19/03/2009	7
16	Naylatun Ngafiyah	Kebumen	12/12/2008	7
17	Raihan Abdillah	Banyumas	15/02/2009	7
18	Nur amira	Banyumas	06/02/2009	7
19	Salsabila ramadani	Kebumen	09/09/2009	7
20	Seckhiyah Ikmali P	Banjarnegara	12/06/2009	7
21	Shibyan Tsaqif Amin	Depok	01/06/2009	7
22	Umar Al Faaruuq	Banyumas	04/10/2009	7
23	Yukfi Akhsan	Cilacap	12/03/2008	7
24	Yusuf Efendi	Cilacap	02/01/2010	7
25	Zidan Maulana Putra P	Tegal	15/12/2008	7
26	Agustian Dwi Jatmiko	Banyumas	02/01/2008	8
27	Akhmad Khuzefah	Purbalingga	16/07/2008	8
28	Ajeng Andara Pertiwi	Majalengka	02/01/2007	8
29	Aulia Dwi Aryanti	Jakarta	01/03/2007	8
30	Ifqiana Radisti	Cilacap	18/11/2007	8
31	Inarotul Jannah	Baturaja	02/01/2007	8
32	Kheysa Agustin	Cilacap	02/05/2006	8
33	M. Ibnu Mudzakir	Brebes	02/12/2002	8
34	Muhammad Darwan S	Depok	02/01/2007	8
35	M. Taufiqurrahman	Batam	02/04/2002	8
36	Nuril Iman Azmi	Banyumas	28/05/2008	8
37	Saiful Bahri	Cilacap	01/04/2007	8
38	Salsabila Marita Devi	Banyumas,	05/03/2007	8
39	Tanti Tri Oktafiani	Cilacap	02/10/2013	8
40	Zahrul Anam	Cilacap	12/10/2008	8
41	Abdullah Hafis Cahyono	Cilacap	02/08/2007	9
42	Abdurrahman Ajrin	Cilacap	14/10/2006	9
43	Akbar Ghifari Amin	Jakarta	02/01/2005	9
44	Amaliah Fitriani	Cilacap	02/01/2008	9
45	Dewi Azum Zuhriyah	Cilacap	02/01/2007	9
46	Doni Kurniawan	Cilacap	15/02/2007	9
47	Ferry Nur Rahman	Cilacap	02/01/2003	9

48	Hambali	Batam	02/05/2007	9
49	Ibnu Ubay Al Farizi	Cilacap	08/08/2007	9
50	Inarohtul Zuhriah	Cilacap	02/03/2003	9
51	Inayadud Darojah	Banyumas	02/12/2007	9
52	M.Umar Syahid Assofani	Cilacap	02/03/2004	9
53	Muhamad Fahrezy	Jakarta	02/02/2005	9
54	M. Faizul Mubarak	Cilacap	30/09/2007	9
55	Nazar Galby Rachman	Cilacap	02/01/2007	9
56	Nury Alifah	Cilacap	02/01/2001	9
57	Rahayu Mustolih	Cilacap	23/11/2003	9
58	Shelly Dwiyanti	Cilacap	20/08/2004	9
59	Yusuf Hasbi Nur A	Brebes	24/01/2007	9
60	Zaid Abdullah Al Fathin	Ciamis	02/09/2007	9

Sumber : Dokumen Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel

### 5. Struktur Organisasi Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel



Gambar 2

Struktur Organisasi Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel

## **B. Profil Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel**

### **1. Kedudukan Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel**

Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap memiliki peran secara struktural maupun fungsional. Dimana peran humas sebagai fungsional adalah mengenai bagaimana wakil kepala sekolah beserta anggota humas melaksanakan fungsi dan perannya secara profesional dalam memberikan layanan, baik pada layanan internal maupun layanan eksternal, mengolah data dan opini-opini yang tengah diperbincangkan publik, mengelola informasi dan lain sebagainya. Peran fungsional humas ini akan terjadi melalui koordinasi antara seluruh warga Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap yang terlibat didalamnya. Sedangkan peran struktural humas diletakkan sebagai wakil kepala program bidang humas dan memiliki anggota humas. Secara organisasi maka humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap dibawah instruksi dan komando kepala program.

Menurut Kepala Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap saat ini Program Pendidikan Kesetaraan sudah menempatkan peran dan fungsi humas sebagai salah satu bagian yang penting, karena sebagai jembatan penyalur aspirasi antara kepentingan masyarakat dengan Program Pendidikan Kesetaraan juga sebaliknya.<sup>1</sup> Kualitas seorang praktisi humas yang baik harus mencakup beberapa kriteria, yang diantaranya yaitu : memiliki kecakapan komunikasi yang baik, mampu menghadapi berbagai ragam keunikan setiap orang yang dijumpai, mampu mengorganisir seluruh kegiatan humas, mampu meminimalisir kesalahan ataupun hambatan-hambatan yang ada di lapangan, memiliki integritas pribadi yang baik, serta cepat tanggap terhadap opini-opini publik yang sedang berkembang.

---

<sup>1</sup> Maftuhatussamroh, *wawancara*, Cilacap, 11 Januari 2022.

Tim Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap secara terstruktur dipimpin oleh Fiki Nurmalita, S.Pd serta memiliki dua anggota yaitu Dedi Amor Pamungkas, S.Pd dan Muhibin, S.Kom. Pada kinerja sehari-hari humas telah memiliki program kerja yang tersusun, sehingga dalam pelaksanaannya humas mengacu pada program kerja yang ada. Menurut Waka Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap posisi humas yang penting mampu mendorong kinerja tim menjadi lebih baik lagi dimana setiap tujuan, fungsi dan tugas pokok masing-masing harus paham betul.<sup>2</sup>

## **2. Tujuan Pokok Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel**

Tujuan Pokok Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap meliputi.<sup>3</sup>

- a. Meningkatkan mutu pelayanan dalam proses pembelajaran bagi siswa-siswi pendidikan kesetaraan Wustha Al- Fiel dengan sarana dan prasarana yang resrensif dan menyenangkan.
- b. Menciptakan lingkungan yang asri, sehat dan nyaman.
- c. Memberikan wawasan yang bisa membangun motivasi bagi siswa-siswi guna agar dapat lebih bersemangat belajar.
- d. Mengoptimalkan pemanfaatan sarana dan prasarana yang tersedia agar menjadi lebih efektif
- e. Meningkatkan optimalisasi pembelajaran dengan menjalin hubungan edukatif seluruh warga Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel.
- f. Menciptakan komunikasi yang baik antara sekolah dengan khalayak publik.
- g. Menjaln hubungan kerjasama dengan intansi lain guna meningkatkan layanan mutu sekolah.

---

<sup>2</sup> Fiki Nurmalita, wawancara, Cilacap, 11 Januari 2022

<sup>3</sup> Dokumen Tim Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kesugihan Cilacap

### **3. Tugas Pokok Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel**

Adapun tugas pokok humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel adalah sebagai berikut:<sup>4</sup>

- a. Memberikan informasi dan menyampaikan ide atau gagasan kepada masyarakat
- b. Membantu kepala program mempersiapkan bahan-bahan mengenai masalah publik dan informasi yang menarik bagi perhatian masyarakat pada saat itu.
- c. Menyampaikan informasi mengenai pikiran atau ide yang berkembang dimasyarakat khususnya pada bidang pendidikan.
- d. Mengatur hubungan baik antara Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel dengan orang tua atau wali siswa-siswi.

### **4. Program Kerja Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel**

Program kerja Humas disusun dengan maksud untuk membantu kepala Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap dalam menjembatani keterlibatan peran seluruh masyarakat atau khalayak umum, baik secara internal maupun eksternal. Selain itu pula bermaksud untuk dapat ikut berperan aktif peduli terhadap optimalisasi sumberdaya tenaga kependidikan dan stakeholder pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap melalui berbagai bentuk kerjasama sesuai dengan kompetensi dan kemampuan dari masing-masing tugas pokok pihak yang terlibat didalamnya. Hubungan internal ini meliputi hubungan dengan pengurus yayasan, tenaga pendidik, staf karyawan, peserta didik dan seluruh civitas akademik Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap. Sedangkan hubungan eksternal ini meliputi hubungan dengan masyarakat, wali murid, pemerintahan,

---

<sup>4</sup> Dokumen Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel

sekolah dasar, sekolah menengah, perusahaan negeri maupun swasta, dan seluruh organisasi diluar lingkungan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.

Adapun tujuan tersusunnya program kerja wakil kepala hubungan masyarakat (Waka Humas) ini adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kerjasama antara Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap dengan masyarakat sekitar, guna meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat terhadap Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al – Fiel Kabupaten Cilacap.
- b. Meningkatkan kerjasama antara seluruh warga Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap, guna mempermudah mencapai tujuan Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap yang telah ditetapkan.
- c. Meningkatkan kerjasama dengan para tokoh masyarakat, organisasi masyarakat sekitar, dan komite Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap agar bersama-sama ikut andil dalam memajukan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.
- d. Meningkatkan kerjasama dengan para alumni lulusan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap, selain sebagai ajang silaturahmi peran alumni juga sebagai pendukung sekaligus sebagai luaran yang dipandang ditengah-tengah masyarakat.
- e. Menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga pemerintahan, perusahaan swasta maupun negeri juga dengan perguruan tinggi. Sebab hal ini berkaitan dengan jenjang karir yang akan ditempuh peserta didik setelah lulus dari Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.

Selain tujuan tersusunnya program kerja tersebut, Waka Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap

juga memiliki tugas yang harus dilaksanakan selama menjabat yaitu sebagai berikut :

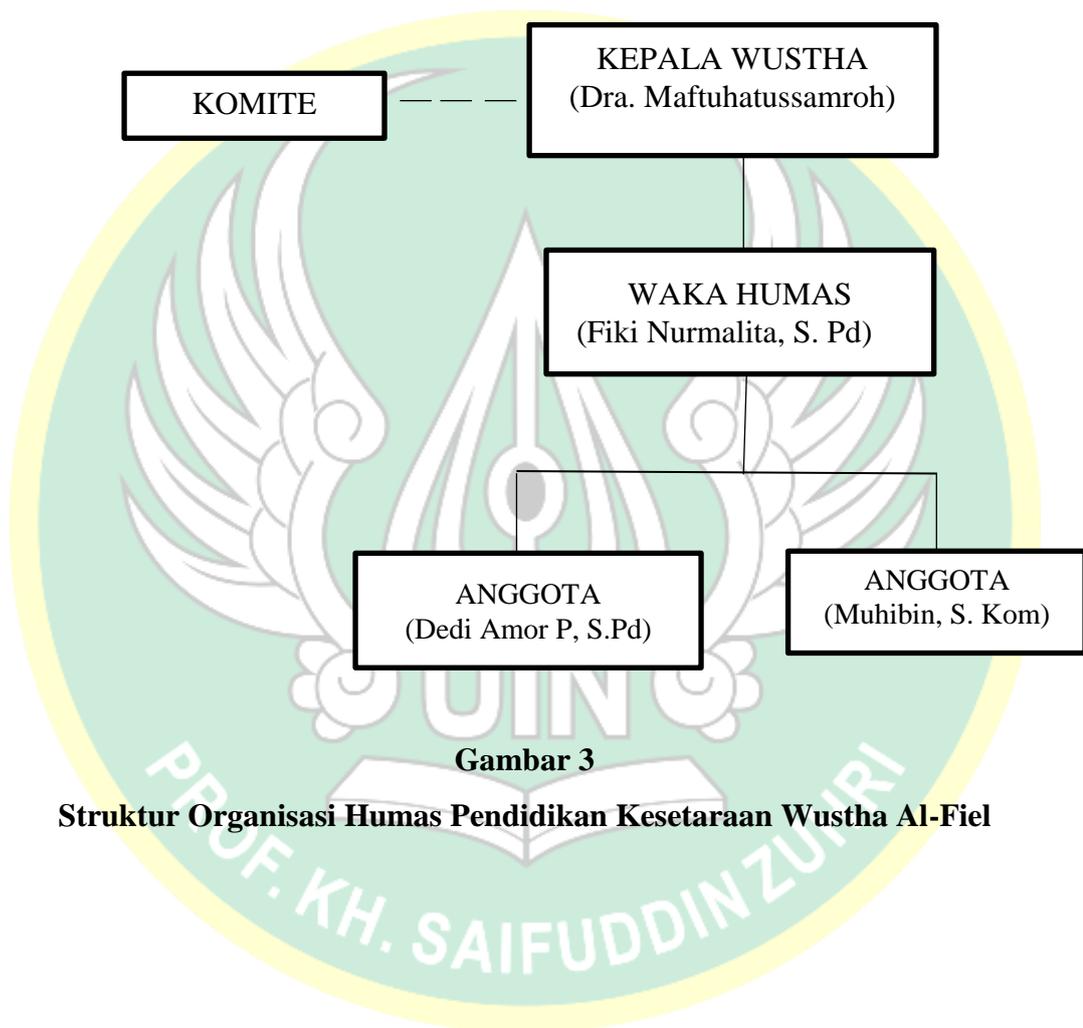
- a. Menyusun rencana kegiatan yang berhubungan dengan bidang kehumasan.
- b. Menyusun kebijakan-kebijakan terkait urusan bidang kehumasan.
- c. Menyiapkan pedoman teknik pelaksanaan bidang kehumasan.
- d. Melaksanakan bimbingan teknis terkait bidang kehumasan.
- e. Menyiapkan pedoman evaluasi pelaksanaan bidang kehumasan.
- f. Membuat laporan hasil pelaksanaan bidang kehumasan.
- g. Melaksanakan tugas kedinasan diluar Program Pendidikan Kesetaraan atas perintah kepala program.

Waka Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap juga memiliki berbagai fungsi. Fungsi-fungsi tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Mendorong agar tumbuhnya komitmen dari masyarakat terkait penyelenggaraan pendidikan bermutu di Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.
- b. Membangun komunikasi yang aktif serta harmonis dan dinamis dengan lembaga-lembaga terkait.
- c. Melaksanakan kerjasama dengan masyarakat, baik secara individu, organisasi maupun pemerintahan dan instansi perusahaan swasta guna mendukung pendidikan bermutu di madrasah.
- d. Menganalisis serta menerima masukan ide, mewadahi aspirasi, tuntutan dan bermacam-macam kebutuhan yang diajukan oleh masyarakat kepada madrasah.
- e. Memberikan saran-saran dan pertimbangan kepada kepala madrasah terkait dengan program kerja yang disusun, terkait rencana anggaran pendidikan dan belanja madrasah (RAPBM) dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan bidang kehumasan.
- f. Mendorong masyarakat agar berpartisipasi aktif dalam penyelenggaraan pendidikan di madrasah yang bermutu.

- g. Menyusun jadwal pertemuan dan rencana antara madrasah dengan para stakeholder dilingkungan madrasah.
- h. Menjelaskan program kerja bidang kehumasan kepada masyarakat ataupun kepada wali peserta didik.

**5. Struktur Organisasi Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel**



**Gambar 3**

**Struktur Organisasi Humas Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel**

### **C. Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan *Brand Image* Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel.**

Deskripsi hasil penelitian dan pemaparan mengenai fungsi manajemen hubungan masyarakat pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap merupakan langkah yang telah dilakukan oleh Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap dalam menyusun, merumuskan dan mengimplementasikan rencana program bidang kerja kehumasan yang telah sesuai dengan prosedur penyelenggaraan penyusunan program kerja yang telah ditetapkan.

Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel ini dalam menjalankan fungsi manajemen insyaAllah sudah sesuai dengan prosedur penyusunan program kerja humas mba, dimana hal tersebut dapat kami buktikan dengan kegiatan-kegiatan konkret yang ada dilapangan, meskipun mungkin belum maksimal jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan lainnya terlebih jika lembaga pendidikan formal, namun kami selalu berusaha untuk melakukan perbaikan-perbaikan yang menjadi masukan untuk kinerja tim humas Program Pendidikan Kesetaraan.<sup>1</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, ditemukan bahwa humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap telah mengimplementasikan fungsi manajemen humas dalam menyusun, merumuskan dan melaksanakan program kerja humas. Meskipun dirasa belum maksimal jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan formal yang lainnya, namun selalu berusaha melakukan perbaikan yang menjadi masukan untuk menjadi lebih baik dalam menjalankan kinerja tim humas pendidikan kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.

#### **1. Fungsi Perencanaan**

Pada temuan hasil penelitian dilapangan mengenai fungsi perencanaan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan brand image Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap, peneliti memperoleh informasi sebagai berikut :

---

<sup>1</sup> Fiki Nurmalita, *wawancara*, Cilacap, 12 Januari 2022

Ya, tim humas Program Pendidikan Kesetaraan menyusun perencanaan dalam mengimplementasikan fungsi manajemen humas mba, karena apabila kami tidak menyusun perencanaan maka kami tidak memiliki pedoman serta bentuk kegiatan apa, kemudian tujuannya apa, targetnya apa, sasarannya siapa, sehingga kami menyusun rencana-rencana tersebut.<sup>2</sup>

Dari hasil wawancara diatas bahwa humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap dalam fungsi manajemen melaksanakan tahap perencana. Apabila tidak menyusun perencanaan maka tidak memiliki acuan atau pedoman serta bentuk kegiatan apa, kemudian tujuannya apa, targetnya apa, dan sasarannya siapa saja.

Hal tersebut relevan dengan teori Weihrich dan Koontz mengenai fungsi perencanan, bahwa Fungsi Perencanaan adalah upaya untuk mencapai tujuan organisasi dengan menentukan satu atau berbagai program dan menentukan kegiatan yang nantinya akan dilakukan. Perencanaan juga dapat dikatakan sebagai suatu bentuk proses guna mencapai tujuan atau *goals* yang sebelumnya telah ditetapkan dengan mempersiapkan juga mengerjakan hal-hal untuk waktu mendatang.<sup>3</sup>

Saya sebutkan tahapan atau langkah berarti ya mba, semoga runtut dan tidak ada yang tertinggal ya mba. Tahapan pertama kami mengidentifikasi masalah, maksudnya kami berangkat dari hasil evaluasi tahun pelajaran yang lalu kemudian kritik dan saran masukan dari masyarakat , pertimbangan dari komite dan kepala program nah dari situ kami mengidentifikasi masalah apa yang muncul yang perlu ditekankan sebagai bahan acuan penyusunan program kerja humas, kemudian setelah teridentifikasi masalah selanjutnya perumusan masalah yaitu seperti yang saya sebutkan sebelumnya kami menggaris bawahi atau mengerucutkan masalah yang urgent dan berkembang dimasyarakat, kemudian yang ketiga itu menetapkan tujuan nah menetapkan tujuan ini agar jalannya program kerja ini apa sih tujuan yang kita inginkan apakah brand imagenya apakah jumlah siswanya semakin meningkat, ataukah prestasi apa yang akan kita unggulkan dan sebagainya, kemudian setelah kami menetapkan tujuan ada beberapa yang kami pertimbangkan yaitu hambatan dan tantangan yang akan kami hadapi maka kami menyiasati dengan memilih atau mengambil

---

<sup>2</sup> Fiki Nurmalita, *wawancara*, Cilacap, 12 Januari 2022

<sup>3</sup> Jejen Musfah, *Manajemen Pendidikan (Teori, Kebijakan dan Praktik)*, (Jakarta: Kencana, 2017), 2.

resiko yang paling sedikit ketika kita menghadapi hambatan dan tantangan tersebut, kemudian kami mengembangkan rencana tujuan dalam artian kita membuat plan A, plan B, plan C guna sebagai alternatif bila mana tujuan A yang akan kita capai kurang maksimal maka kita mencari jalan dengan Plan B atau Plan C dan seterusnya.<sup>4</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, tahapan yang dilakukan oleh humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap dalam menjalankan fungsi manajemen pada tahap perencanaan adalah dengan tahapan sebagai berikut :

1. Tahapan pertama kami mengidentifikasi masalah.

Identifikasi masalah dimulai dari hasil evaluasi tahun pelajaran sebelumnya, kritik dan saran masukan dari masyarakat, serta pertimbangan dari komite dan kepala program. Selanjutnya humas mengidentifikasi masalah apa yang muncul, yang perlu ditekankan sebagai bahan acuan penyusunan program kerja humas.

2. Tahap kedua perumusan masalah

Perumusan masalah yang dimaksud adalah menggaris bawahi atau mengerucutkan masalah yang urgent dan berkembang dimasyarakat.

3. Tahap ketiga menetapkan tujuan.

Menetapkan tujuan pada setiap program kerja seperti menetapkan tujuan apakah *brand image*, apakah jumlah siswanya semakin meningkat, atau prestasi apa yang akan diunggulkan. Beberapa hal yang dipertimbangkan dalam menetapkan tujuan yaitu hambatan dan tantangan. Dimana humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap menyiasati dengan memilih atau mengambil resiko yang paling sedikit ketika menghadapi hambatan dan tantangan.

4. Tahap keempat mengembangkan rencana tujuan.

Mengembangkan rencana tujuan yang dimaksud adalah dengan membuat rencana a, rencana b, rencana c. Rencana- rencana tersebut

---

<sup>4</sup> Fiki Nurmalita, wawancara, Cilacap, 12 Januari 2022

dipilih sebagai alternatif bila mana tujuan pada rencana a yang akan dicapai kurang maksimal maka beralih dengan menggunakan rencana b, atau rencana c, dan seterusnya.

Dari uraian mengenai tahapan dalam fungsi perencanaan yang dilakukan oleh Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap yang telah dijabarkan. Hal tersebut relevan dengan pendapat George R. Terri mengenai langkah-langkah dalam melakukan fungsi perencanaan. Adapun langkah-langkah nya sebagai berikut :

1. Menetapkan berbagai tujuan

Perencanaan diawali dari pengambilan keputusan-keputusan. Dimana apabila tidak ada tujuan yang jelas, maka sebuah lembaga dalam penggunaan sumber dayanya dapat dikatakan kurang efektif.

2. Merumuskan keadaan yang sedang berlangsung.

Pemahaman akan kondisi yang tengah berlangsung dari tujuan yang telah ditetapkan dan hendak dicapai, maka menjadi sangat urgent untuk menetapkan tujuan dan rencana diwaktu yang akan mendatang.

3. Mengidentifikasi hambatan dan kemudahan.

Perlunya pemahaman mengenai faktor lingkungan internal maupun faktor eksternal ini, maka dapat diperoleh hasil identifikasi hambatan dan kemudahan yang nantinya akan digunakan dalam mengukur kemampuan lembaga dalam mencapai tujuan.

4. Mengembangkan rencana tujuan

Mengembangkan serangkaian kegiatan untuk mencapai tujuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan berbagai macam alternatif kegiatan dalam mencapai tujuan lembaga<sup>5</sup>.

Selain dari pendapat George R. Terri diatas, langkah-langkah perencanaan yang dilaksanakan oleh Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap juga relevan dengan pendapat Suharsimi Arikunto. Dimana langkah awal dalam melaksanakan fungsi

---

<sup>5</sup> T. Hani Handoko, *Manajemen*, (Yogyakarta : BPEE Yogyakarta, 2016), 79.

perencanaan yang diawali dengan mengidentifikasi masalah, kemudian perumusan masalah dan selanjutnya yaitu perumusan tujuan.

Adapun program kerja bidang humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap pada tahap perencanaan ini meliputi:

1. Pemetaan kelompok sasaran bidang humas.

Pemetaan ini terdiri atas pemetaan internal dan pemetaan eksternal. Dimana pemetaan internal merupakan kegiatan yang utama dan penting dikarenakan dari kegiatan pemetaan internal tersebut akan diperoleh mengenai gambaran nyata tentang kekuatan dan kelemahan Program Pendidikan Kesetaraan untuk kedepannya. Sedangkan hasil pemetaan eksternal yaitu diperolehnya gambaran nyata mengenai tantangan dan peluang yang akan dihadapi oleh Program Pendidikan Kesetaraan kedepannya.

2. Menyusun strategi marketing

Setelah bidang kehumasan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang terjadi maka selanjutnya bidang kehumasan menyusun program kerja sebagai bahan acuan kegiatan bidang humas selama satu tahun kedepan. Proses penyusunan program kerja tersebut mengacu pada ;

- Jelas, detail dan fokus akan program kerja bidang humas,
- Terukur guna mempermudah kegiatan pengawasan dan pengontrolan,
- Dapat dicapai, artinya bahwa program kerja humas tidak boleh terlalu sukar juga tidak boleh terlalu mudah.
- Memiliki kesesuaian antara program kerja humas dengan tahap kegiatannya, sehingga diharapkan dapat memberikan efek positif untuk bidang lainnya.
- Program kerja bidang humas harus memiliki batas waktu. Seperti jangka panjang, jangka menengah, dan jangka pendek. Program kerja

tahunan, semester, tri-wulan, bulanan dan dengan menggunakan batas waktu lainnya.<sup>6</sup>

## 2. Fungsi Pengorganisasian

Selanjutnya setelah fungsi perencanaan dilakukan, dilanjutkan dengan fungsi pengorganisasian. Peneliti coba menggali informasi mengenai fungsi pengorganisasian yang dilakukan pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap sebagai berikut ;

pada tahap pengorganisasian ini atau sebenarnya kami lebih familiar dengan pembagian tugas atau job descriptions. Hehe maaf kalau salah yaa. Humas Program Pendidikan Kesetaraan melakukan pembagian atau penetapan tugas, pokok dan fungsi. Tidak jauh pentingnya kami menunjuk penanggung jawab agar seluruh kegiatan nanti dapat terorganisir dengan baik. Dimana selain pembagian tugas kami juga memberikan informasi mengenai bagaimana menjalankan kinerja pada tiap-tiap tugas yang kami amanahkan. Karena pembagian tugas ini penting agar seluruh yang bertugas memiliki rasa tanggungjawab yang besar dan tidak menimbulkan double job atau bahkan hanya sebatas formalitas nama dalam kertas atau hitam diatas putih tetapi tidak paham akan tupoksi yang dijalankan.<sup>7</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, pada tahap pengorganisasian Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al – Fiel Kabupaten Cilacap melakukan dengan pembagian tugas pokok dan fungsinya. Cara yang dilakukan yaitu dengan menunjuk penanggung jawab hal ini bertujuan agar seluruh kegiatan nanti dapat terorganisir dengan baik. Pembagian tugas ini menjadi hal penting karena agar seluruh yang bertugas memiliki rasa tanggungjawab yang besar dan tidak menimbulkan pekerjaan ganda atau bahkan hanya sebatas formalitas yang sebenarnya tidak paham akan tupoksi yang dijalankan.

Penjabaran mengenai fungsi pengorganisasian ini relevan dengan teori yang kemukakan oleh Syaiful Sagala, bahwa pengorganisasian dapat diartikan sebagai kegiatan membagi tugas pada orang yang terlibat

---

<sup>6</sup> Dokumen Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.

<sup>7</sup> Fiki Nurmalita, *wawancara*, Cilacap, 12 Januari 2022.

kerjasama pada bidang pendidikan. Kegiatan pengorganisasian tersebut dilaksanakan untuk menentukan siapa yang nantinya akan melaksanakan tugas sesuai prinsip pengorganisasian.<sup>8</sup>

Agar humas mampu menjalankan program kerja bidang kehumasan yang optimal pengorganisasian ini diperoleh melalui analisis stakeholder mba, baik stakeholder internal maupun eksternal. Kalau yang internal ini yang bersentuhan langsung atau memiliki kepentingan seperti guru, siswa, staf tata usaha, komite, karena kita dibawah naungan yaysan jadi ada pengurus yayasan juga mba. Kemudian yang stakeholder ekstenal terdiri atas stakeholder pendukung yang meliputi orangtua peserta didik, alumni, kepala seksi pendidikan kantor kementerian agama Kabupaten Cilacap, forum komunikasi pimpinan kecamatan, dan masyarakat.<sup>9</sup>

Dari hasil wawancara tersebut bahwa agar pengorganisasian ini berjalan dengan optimal maka humas Program Pendidikan Kesetaraan melakukan analisis stakeholder, yaitu analisis stakeholder internal dan analisis stakeholder eksternal. Adapun penjelasan tersebut terinci sebagai berikut :

- Menentukan fungsi dan peran stakeholder internal

Dimana stakeholder internal ini terdiri atas stakeholder pokok yaitu : pendidik dan tenaga pendidik, peserta didik, komite dan pengurus yayasan sebagai pihak yang bersentuhan langsung dan memiliki kepentingan dengan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.

- Menentukan fungsi dan peran stakeholder eksternal

Stakeholder eksternal terdiri atas stakeholder pendukung yang meliputi orangtua peserta didik, alumni, kepala seksi pendidikan kantor kementerian agama Kabupaten Cilacap, forum komunikasi pimpinan kecamatan, masyarakat dilingkungan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.

Penjabaran mengenai fungsi pengorganisasian guna mampu menjalankan program kerja bidang kehumasan yang optimal ini menjadi

---

<sup>8</sup> Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 49.

<sup>9</sup> Fiki Nurmalita, *wawancara*, Cilacap, 12 Januari 2022

relevan dengan pendapat Walker dan Boyne, bahwa guna mampu menjalankan program kerja bidang kehumasan yang optimal maka dapat diperoleh melalui : analisis stakeholder dengan upaya menjalankan peran dan fungsi masing-masing pihak baik stakeholder internal maupun stakeholder eksternal dan pendekatan positioning.<sup>10</sup>

Dalam menjalankan fungsi pengorganisasian tentu ada prinsip-prinsip yang diterapkan. Peneliti mencoba menggali informasi mengenai prinsip-prinsip yang digunakan oleh humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap. Adapun hasil wawancara tersebut adalah sebagai berikut :

Oke, prinsip-prinsip yang mba, yang jelas satu itu memiliki tujuan yang terarah dan jelas, memiliki kesadaran akan tupoksi yang dijalankan, segala sesuatu yang dijalankan harus berdasarkan job description dan tertulis secara struktural, dan prinsip selanjutnya harus dapat menyeimbangkan antara tupoksi yang dikerjakan dengan tanggungjawab sebagai guru maupun staff. Karena dikami humas ini ibaratnya sebagai pekerjaan tambahan karena yang utama adalah mengajar makanya prinsip tadi saya menyebutkan harus mampu seimbang antara tanggungjawab dengan tugas tambahannya.<sup>11</sup>

Dari hasil wawancara diatas, prinsip-prinsip yang digunakan dalam pengorganisasian oleh humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap adalah memiliki tujuan yang terarah dan jelas, memiliki kesadaran akan tugas pokok dan fungsi yang dijalankan, berdasarkan job description dan tertulis secara struktural, dan harus dapat menyeimbangkan antara tugas pokok dan fungsi yang dikerjakan dengan tanggungjawab sebagai pendidik maupun tenaga kependidikan.

Prinsip-prinsip pengorganisasian yang telah dilakukan oleh humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap ini relevan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Syaiful Sagala. Adapun prinsip-prinsip pengorganisasian yang dikemukakan adalah sebagai

---

<sup>10</sup> Iwan Sukoco, "Fungsi Public Relations dalam Menjalankan Aktivitas Corporate Social Responsibility", *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4, No. 2 (Februari 2013), 192.

<sup>11</sup> Fiki Nurmalita, *wawancara*, Cilacap, 12 Januari 2022

berikut : memiliki tujuan yang jelas, memiliki kesatuan pikiran dan tindakan, memiliki keseimbangan antara wewenang dan tanggungjawab, adanya *job description*, terstruktur, memiliki jamiann keamanan anggotanya, serta memilki acuan tata kerja yang jelas dan tertuang dalam struktur organisasi.<sup>12</sup> Meskipun ada beberapa yang tidak sama persis namun secara garis besar humas pendidikan kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap telah menggunakan prinsip-prinsip dalam menjalankan fungsi pengorganisasian.

### 3. Fungsi Pelaksanaan

Kemudian setelah fungsi perencanaan dan fungsi pengorganisasian dilaksanakan oleh humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap, untuk selanjutnya humas juga menerapkan fungsi pelaksanaan dimana hal tersebut terkuak oleh peneliti melalui wawancara yang dilakukan. Adapun hasil wawancara sebagai berikut :

pada pelaksanaannya kami selalu berkoordinasi terlebih dahulu, melalui rapat-rapat sebelum kegiatan akan berlangsung, sampai menjelang hari pelaksanaan kami memastikan apakah semua persiapan telah rampung dikerjakan atau memantau sudah berapa persen persiapan yang sudah berjalan. Kemudian kita juga memberikan motivasi mba, agar apa yang akan dikerjakan mampu menumbuhkan semangat antusias dari dalam setiap personnya mba. Selalu mengingatkan akan tujuan yang akan kita capai. Dalam pelaksanaan ini kami juga menerapkan prinsip gesit, cekatan dalam bekerja.<sup>13</sup>

Dari hasil wawancara tersebut bahwa dalam pelaksanaan program kerja humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap selalu melakukan koordinasi dengan agenda rapat sebelum kegiatan berlangsung. Kemudian memastikan sudah sejauh mana persiapan yang telah dilaksanakan. Memberikan motivasi dan menjalankan prinsip gesit, cekatan dalam menjalankan program kerja.

---

<sup>12</sup> Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 49.

<sup>13</sup> Fiki Nurmalita, *wawancara*, Cilacap, 12 Januari 2022

Pada fungsi pelaksanaan humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap melaksanakan beberapa kegiatan seperti :

1. Menjalin kerjasama dengan berbagai macam organisasi masyarakat yaitu : Muslimat NU, Fatayat NU, PC IPNU & IPPNU, Karang Taruna, Ikatan Alumni Al-Fiel, sebagai upaya untuk mengenalkan madrasah kepada khalayak publik yang ada.
2. Bekerjasama dengan lembaga pendidikan setara dengan Sekolah Dasar dan Madrasah Ibtidaiyah di wilayah Kecamatan Kesugihan, yaitu : SD Negeri Kesugihan 01, SD Negeri Kesugihan 04, SD Negeri Kesugihan Kidul 01, SD Negeri Kesugihan Kidul 02, SD Negeri Kesugihan Kidul 03, MI Al Munawwarah Slarang, MI Al Muta'alim, MI Maarif NU 01 Kalisabuk, MI Nurul Huda Karang Kandri, MI Ya Bakii Kesugihan 01, MI Ya Bakii Kesugihan 02, MI Ya Bakii Kesugihan 03, MI Ya Bakii Ciwuni, MI Ya Bakii Dondong, MI Ya Bakii Jangrana, MI Ya Bakii Kalisabuk 01, MI Ya Bakii Kalisabuk 02, MI Ya Bakii Kalisabuk 03, MI Ya Bakii Karangjengkol, MI Ya Bakii Kuripan, MI Ya Bakii Kuripan Kidul, MI Ya Bakii Planjan, MI YAPPI Planjan, dan sekitarnya dalam maksud untuk sosialisasi penerimaan peserta didik baru di Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.
3. Mengikuti berbagai macam ajang kompetisi baik secara regional maupun dikancah nasional, diantaranya : Lomba MTQ tingkat SMP atau MTs atau Sederajat, Lomba Karya Tulis Ilmiah Remaja (KIR) tingkat SMP atau MTs atau Sederajat se-Jawa Tengah, Lomba Dai dan Ramadhan Voice, AKSIOMA (Ajang Kompetisi Seni dan Olahraga Madrasah), POPDA (Pekan Olahraga Pelajar Daerah) tingkat Kecamatan, Lomba Poster Nasional tingkat SMP atau MTs atau Sederajat, Lomba Cipta Puisi Nasional kategori pelajar. Hal ini agar Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-

Fiel Kabupaten Cilacap lebih dikenal dengan prestasi pesertanya.

4. Menyediakan beasiswa, yaitu : beasiswa santri yayasan, beasiswa tidak mampu, dan beasiswa berprestasi, untuk mempermudah peserta didik belajar baik bagi calon peserta didik yang tidak mampu maupun peserta didik yang memiliki prestasi.
5. Menyampaikan dalam setiap rapat dengan wali peserta didik maupun dengan komite untuk ikut serta berperan aktif mempromosikan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap disekitar tempat tinggal wali peserta didik.
6. Membuat beberapa media peraga guna mendukung kelancaran jalannya promosi, yang terdiri atas : kalender, leaflet, pamflet, banner, spanduk.
7. Menjalin kerjasama dengan forum komunikasi pimpinan Kecamatan Kesugihan.<sup>14</sup>

#### **4. Fungsi Monitoring dan Evaluasi**

Setelah mengetahui mengenai fungsi perencanaan, fungsi pengorganisasian, dan fungsi pelaksanaan humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap. Selanjutnya peneliti menggali fungsi monitoring dan evaluasi melalui wawancara, adapun pembahasan mengenai fungsi monitoring dan evaluasi adalah sebagai berikut :

monev ini berfungsi sebagai pengukur tingkat keberhasilan mba. Jadi ya, untuk mengetahui sejauh mana sih, program kerja telah berhasil diterapkan. Nah, kemudian kita tindak lanjuti. Bila sudah tercapai sesuai dengan tujuan yang ditetapkan maka dapat kita kembangkan untuk program kerja selanjutnya dan sebaliknya, kalo belum berhasil sesuai dengan tujuan ya kita dapat menjadikan itu sebagai bahan acuan agar tidak digunakan pada program kerja selanjutnya atau ibaratnya nggih diberhentikan. Atau bisa juga kita menganalisis ada pada

---

<sup>14</sup> Dokumentasi Humas Pendidikan Kesetaraan Wustha Al – Fiel Kabupaten Cilacap

kesalahan yang mana sehingga program kerja tersebut tidak dapat sesuai target tujuan.<sup>15</sup>

Dari hasil wawancara tersebut maka dapat diketahui bahwa fungsi monitoring dan evaluasi adalah sebagai pengukur tingkat keberhasilan, untuk mengetahui sejauh mana program kerja telah berhasil dilaksanakan. Kemudian humas menindak lanjuti. Bilamana sudah tercapai sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, maka dapat dikembangkan untuk program kerja selanjutnya, bilamana belum berhasil sesuai dengan tujuan maka dapat dijadikan sebagai bahan acuan agar tidak digunakan pada program kerja selanjutnya. menganalisis pada kesalahan yang mana sehingga program kerja tersebut tidak dapat sesuai target tujuan.

Pada pemaparan uraian hasil wawancara diatas mengenai fungsi monitoring dan evaluasi relevan dengan pendapat Onong Uchjana Effendy, yang mengatakan bahwa monitoring dan evaluasi berfungsi selektif, berfungsi diagnostik dan berfungsi sebagai pengukuran keberhasilan. Namun, humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap hanya dapat menyebutkan satu fungsi monitoring dan evaluasi seperti pendapat Onong Uchjana Effendy yaitu fungsi yang ketiga sebagai pengukur keberhasilan.

Monitoring bertujuan untuk mengetahui, dan menganalisis ketepatan antara kegiatan perencanaan program dengan pelaksanaan. Evaluasi untuk menentukan tujuan yang telah ditetapkan sudah sejauh mana prosentase keberhasilannya. Selain itu monev ini juga bertujuan untuk menggali informasi program kerja mana perlu diperbaiki, dikembangkan atau bahkan dihentikan mba. Kemudian kita juga jadi mengetahui hambatan dan tantangan apa yang ada saat pelaksanaan kegiatan program kerja humas.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Fiki Nurmalita, wawancara, Cilacap, 12 Januari 2022

<sup>16</sup> Fiki Nurmalita, wawancara, Cilacap, 12 Januari 2022

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa tujuan dari monitoring adalah untuk mengetahui, dan menganalisis ketepatan antara kegiatan perencanaan program kerja dengan pelaksanaan. Kemudian tujuan dari evaluasi adalah untuk menentukan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu monev juga bertujuan untuk menggali informasi program kerja adakah yang perlu diperbaiki, dikembangkan atau bahkan dihentikan.

Pemaparan mengenai urain wawancara tersebut mengenai tujuan dari monitoring dan evaluasi ini relevan dengan pendapat Wehrich dan Koontz bahwa tujuan dari fungsi monitoring dan evaluasi adala untuk mengetahui, untuk menganalisis ketepatan gunaan antara kegiatan perencanaan program dengan kegiatan pelaksanaannya. Evaluasi adalah suatu proses usaha yang dapat menentukan tujuan organisasi sudah sejauh mana yang telah diperoleh, serta dapat mengukur tingkat kesesuaian antara rencana, tujuan dan keberhasilan.<sup>17</sup>

Humas ini melaksanakan tahap monitoring dan evaluasi melalui rapat-rapat yang diselenggarakan oleh bidang humas mba, dimana rapat tersebut melibatkan pihak pengurus yayasan, dewan guru dan staf karyawan, serta komite Program Pendidikan Kesetaraan. Rapat tersebut dilakukan untuk memperoleh timbal balik atas apa yang telah dilaksanakan oleh bidang kehumasahan atas dasar program kerja yang telah disusun sebelumnya, dan juga sebagai bahan dasar masukan untuk penyusunan program berja bidang humas selanjutnya. Kemudian monitoring ini juga dilakukan secara berkala untuk memastikan perjalanan pelaksanaan program kerja bidang kehumasan apakah sudah sesuai dengan rencana dan juga mengarah pada sasaran yang dimaksud.<sup>18</sup>

Dari hasil wawancara diatas bahwa humas pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap melaksanakan tahap monitoring dan evaluasi melalui rapat-rapat yang diselenggarakan oleh humas, dimana rapat tersebut melibatkan pihak

---

<sup>17</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016),63

<sup>18</sup> Fiki Nurmalita, *wawancara*, Cilacap, 12 Januari 2022

pengurus yayasan, dewan guru, staf karyawan, serta komite Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh timbal balik atas apa yang telah dilaksanakan oleh humas atas dasar program kerja yang telah disusun sebelumnya, dan juga sebagai bahan dasar masukan untuk penyusunan program kerja bidang humas selanjutnya. Monitoring dilakukan secara berkala untuk memastikan perjalanan pelaksanaan program kerja bidang kehumasan apakah sudah sesuai dengan rencana dan juga mengarah pada sasaran yang dimaksud.

#### **D. *Brand Image* Pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al - Fiel**

Dalam meningkatkan *brand image* pada lembaga pendidikan tentu kepala lembaga pendidikan memiliki langkah-langkah yang strategis. Tidak terkecuali pada program pendidikan kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap, dimana berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi peneliti mengungkapkan bahwa kepala Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel melakukan beberapa langkah startegis yang dapat meningkatkan *brand image*.

Brand image pendidikan kesetaraan Wustha Al-Fiel menjadi sangat penting bagi kami, karena brand image ini yang menjadi garda depan, menjadi bukti bahwa dalam pemberian kepercayaan masyarakat kepada Program Pendidikan Kesetaraan masih baik. *Brand image* juga menjadi wajah pertama yang dilihat oleh masyarakat luar. Maka dalam mempertahankan dan meningkatkan brand image Program Pendidikan Kesetaraan kami bersama mencoba melakukan langkah strategis yang kami pandang mampu melakukannya.<sup>19</sup>

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap merupakan hal yang penting. *Brand image* menjadi bukti bahwa masyarakat masih percaya dengan baik kepada Program Pendidikan Kesetaraan karena brand image menjadi wajah pertama yang dilihat oleh

---

<sup>19</sup> Maftuhatussamroh, *wawancara*, Cilacap, 14 Januari 2022.

masyarakat. Maka pendidikan kesetaraan Wustha Al- Fiel melakukan langkah-langkah yang strategis guna meningkatkan *brand image*.

Meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan terbilang tidak mudah, bagi pengelola Program Pendidikan Kesetaraan akan dituntut untuk mengetahui dan memahami hal-hal yang dapat membentuk *brand image* program pendidikan kesetaraan yang positif di khalayak publik, para pengelola program pendidikan kesetaraan harus memahami istilah yang disebut dengan bauran pemasaran untuk memenangkan daya saing atau minimal mampu menghadapi persaingan yang ada. Langkah pertama yang kami mulai adalah dengan melihat posisi pendidikan kesetaraan kita ditengah- tengah masyarakat, karena hal ini bertujuan untuk memudahkan Program Pendidikan Kesetaraan membangun *brand*. Kemudian kita melakukan banding dengan lembaga pendidikan formal diwilayah sekitar sehingga kita dapat membentuk *branding*. Ini merupakan hal yang tidak instan namun dapat digunakan untuk jangka yang panjang. Karena apabila posisi kita tepat, maka siswa-siswi kita unggul atau memiliki ciri khas, nah dari ke-khas-an dan keunggulan ini yang menjadikan *image* untuk Program Pendidikan Kesetaraan ditengah-tengah masyarakat.<sup>20</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa langkah pertama yang dilakukan dalam strategi meningkatkan *brand image* Program Pendidikan Kesetaraan adalah dengan melihat posisi diantara lembaga pendidikan lain. Hal ini untuk mempermudah melihat perbedaan dengan lembaga pendidikan disekitar yang berguna untuk menentukan *branding* Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap.

Pendidikan kesetaraan Wustha Al- Fiel ini memiliki banyak perbedaan yang mendasar. Salah satunya adalah bahwa kami bukan lembaga pendidikan formal melainkan lembaga pendidikan non-formal, yang mengharuskan siswa-siswi lulusan Program Pendidikan Kesetaraan memiliki *soft skill*, nah salah satu keunggulan itu kami manfaatkan dengan pelatihan *soft skill* seperti peternakan ayam arab, pemanfaatan limbah kain perca, pelatihan design grafis, kuliner nusantara atau jajanan tradisional untuk siswa-siswi kami, kedua bahwa kami dibawah naungan yayasan pondok pesantren Al- Fiel Kesugihan ini maka keunggulan yang kami munculkan adalah sekolah berbasis pondok pesantren. Sehingga tidak hanya duniawi nya saja melainkan diimbangi

---

<sup>20</sup> Maftuhatussamroh, *wawancara*, Cilacap, 14 Januari 2022

dengan mental spiritual nya yaitu dengan basis pesantren ini. Maka dengan melihat banyak perbedaan yang dapat kita jadikan peluang ini sebagai langkah juga dalam meningkatkan *brand image* bagi Program Pendidikan Kesetaraan.<sup>21</sup>

Tidak dapat terelakan lagi bahwa adanya persaingan pada lembaga pendidikan menjadikan Program Pendidikan Kesetaraan wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap harus mencari perbedaan dengan program pendidikan sekitar guna memiliki *image* yang berbeda. Salah satu yang diunggulkan adalah adanya pembekalan *soft skill* pada peserta didik Program Pendidikan Kesetaraan dan dengan adanya sekolah berbasis pesantren. Dari adanya perbedaan ini menjadi nilai tersendiri dihati tengah-tengah masyarakat.

Langkah-langkah tersebut bagi kami dapat dikatakan berhasil, hal ini dibuktikan dengan keadaan konkret dilapangan dimana dari tahun 2012 berdirinya Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel sampai dengan saat ini mampu bertahan dan bersaing dengan lembaga pendidikan formal disekitar, tidak hanya itu ternyata banyak siswa siswi kami yang berasal dari luar Kabupaten Cilacap, nah ini kan menjadi catatan keberhasilan publikasi sekolah dalam membangun image dimasyarakat.<sup>22</sup>

Langkah-langkah yang dilakukan oleh Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap merupakan langkah startegis yang dianggap berhasil. Keberhasilan tersebut dibuktikan dengan masih berlangsungnya Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel dari tahun 2012 masih bertahan sampai dengan sekarang ini, serta adanya banyak peserta didik yang berasal dari luar Kabupaten Cilacap.

Memposisikan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap, melihat perbedaan dan memaksimalkan sebagai peluang dalam membentuk *branding* yang bagus dan kuat, kemudian dilakukan dengan proses yang baik dan memberikan pelayanan yang prima.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Maftuhatussamroh, *wawancara*, Cilacap, 14 Januari 2022

<sup>22</sup> Maftuhatussamroh, *wawancara*, Cilacap, 14 Januari 2022

<sup>23</sup> Maftuhatussamroh, *wawancara*, Cilacap, 14 Januari 2022.

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap memposisikan diri, kemudian melihat perbedaan sebagai peluang dengan membentuk branding yang bagus dan kuat, dan memberikan pelayanan prima.

Dari uraian beberapa hasil wawancara diatas, dapat dilihat bahwa strategi meningkatkan *brand image* yang digunakan oleh Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap adalah dengan melakukan strategi *positioning*, *differenting*, dan proses *service*. Mengingat bahwa *brand image* merupakan hal yang penting sebagai garda depan wajah Program Pendidikan Kesetaraan maka perlu adanya langkah-langkah strategis yang digunakan dalam meningkatkan *brand image*.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan tersebut, mengenai strategi yang digunakan oleh Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap yaitu *positioning*, *differenting*, dan proses *service*. Hal tersebut relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Herman Kartajaya sebagai salah satu pakar marketing Indonesia yang menjabarkan secara detail dan rinci mengenai konsep dasar marketing. Adapun konsep dasar marketing tersebut dirumuskan atas sembilan elemen yang terbagi dalam tiga garis besar. Dalam konsep dasar strategi marketing tersebut meliputi tiga prinsip utama yaitu *value* yang berisi *brand*, *service*, proses dan strategi yang berisi *segmentation*, *targeting* dan *positioning* sedangkan taktik meliputi *differentiation*, *marketing mix* dan *selling*.<sup>24</sup>

Selain relevan dengan Herman Kertaja, strategi yang dilakukan oleh Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel juga relevan dengan teori George L. Morrissey dimana dalam bukunya Ia menuliskan “*A Guide to Strategic Thinking Your Planning Foundation*” yang dapat dijabarkan dalam konsep “Triple P” yaitu *prespective*, *position*, and *performance*. *Prespective* mengarahkan kepada pemikiran yang startegis, *position*

---

<sup>24</sup> Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya On Marketing*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020) , 369.

mengarahkan kepada perencanaan jangka panjang, dan *performace* mengarah kepada perencanaan taktis.<sup>25</sup>

Adapun penelitian yang relevan selanjutnya diambil dari jurnal karya Fajri Dwiyama bahwa langkah-langkah strategi pemasaran jasa pendidikan di lembaga pendidikan adalah sebagai berikut:<sup>26</sup>

1. Identifikasi pasar

Yakni mengidentifikasi dan menganalisis pasar untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan.

2. Segmentasi pasar dan positioning.

Segmentasi pasar membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menjadikelompok pembeli, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Sedangkan positioning adalah karakteristik dan pembedaan produk yang nyata, yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga yang lain.

3. Diferensi produk.

Melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Diferensi merupakan salah satu dari tiga strategi pemasaran sebagai strategi bersaing yaitu : Pertama, diferensi yakni melakukan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran competitor. Kedua, keunggulan biaya yakni strategi mengefisienkan seluruh biaya produk atau jasa sehingga bisa dijual lebih murah dibanding pesaing. Ketiga, fokus yakni strategi menggarap satu target khusus.

4. Komunikasi pemasaran.

---

<sup>25</sup> George Morrissey, *Pedoman pemikiran Strategis: Membangun Landasan Perencanaan Anda terj. Gianto Widiyanto* (Jakarta: Prenhalindo, 2017), 2

<sup>26</sup> Fajri Dwiyama, "Brand Image: Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9, no.2 (Agustus 2019), 889-890 (diakses pada tanggal 7 Meret 2022)

Sekolah sebagai lembaga ilmiah akan lebih elegan apabila bentuk-bentuk komunikasi disajikan dalam format ilmiah. Seperti menyelenggarakan kompetisi bidang studi, seminar, dan yang paling efektif adalah publikasi prestasi oleh media independen seperti berita dalam media massa.

#### 5. Pelayanan sekolah.

Pelayanan sekolah terlihat sebagai apa yang diharapkan konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan persepsi kualitas maupun atribut jasa pendidikan.

Tidak mudah dalam membangun *brand image* Program Pendidikan Kesetaraan, tidak dapat saya pungkiri bahwa kerja dari tim humas sangat membantu saya dalam memetakan membangun langkah-langkah yang strategis.<sup>27</sup>

Selain kepala Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap sebagai manajer yang bertanggung jawab terhadap kemajuan dan mundurnya program pendidikan yang menjadi wilayah kekuasaannya, dalam meningkatkan *brand image* Program Pendidikan Kesetaraan kepala program juga dibantu oleh Waka Humas dan anggotanya.

Hal tersebut relevan dengan penelitian yang ditulis oleh Muh . Fitrah dalam jurnal berjudul peran kepala sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan, dimana Muh. Fitrah mengatakan salah satu upaya meningkatkan kualitas sekolah yaitu kepala sekolah sebagai manajer yang bertanggung jawab terhadap kemajuan dan mundurnya program pendidikan yang menjadi wilayah yang dipimpinnya, dimana yang pertama harus dilakukan adalah dengan merumuskan visi kepemimpinannya, kedua mempersiapkan sekolah yang layak untuk penyelenggaraan pendidikan dan pembelajaran, ketiga bersikap sebagai seorang leader dihadapan seluruh staf akademik dan non-akademik, dan

---

<sup>27</sup> Maftuhatussamroh, *wawancara*, Cilacap, 14 Januari 2022

yang terakhir adalah mengoptimalkan seluruh layanan stafnya untuk mempercepat kemajuan.<sup>28</sup>

Selain yang disampaikan oleh kepala program mengenai langkah atau strategi dalam meningkatkan *brand image* kami selaku tim humas, saya sebagai Waka Humas dan dibantu oleh dua anggota humas lainnya. Kami tim humas sedikit menambahkan bahwa Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap sebagai salah satu lembaga pendidikan yang telah banyak dikenal oleh masyarakat hal ini karena berkaitan dengan adanya program berbasis pesantren juga kecakapan *soft skill* yang dimiliki. Selain itu para alumni yang banyak tersebar diberbagai wilayah juga menjadikan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel mudah dikenali. Sehingga sampai saat ini terbukti masih mampu bersaing dengan lembaga pendidikan formal yang sederejat. Maka tugas bidang kehumasan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel tersebut untuk minimal dapat mempertahankan harapannya meningkatkan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel menjadi sekolah yang memiliki *brand image* ditengah-tengah masyarakat.<sup>29</sup>

Dari hasil wawancara tersebut bahwa kepala program Program Pendidikan Kesetaraan dibantu oleh Waka Humas dan dua anggota humas lainnya. Dimana setelah adanya *brand image* pendidikan kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap, yang didukung serta dikuatkan kembali oleh lulusan atau para alumni Program Pendidikan Kesetaraan. Maka salah satu tugas humas selanjutnya adalah mempertahankan dan dapat mampu meningkatkan *brand image* dihadapan para khalayak publik dan masyarakat.

Adapun tugas lainnya yang mampu membantu kepala program dalam meningkatkan *brand image* Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel ini adalah yang pertama mampu memberikan informasi dan menyampaikan ide atau gagasan kepada masyarakat. Kedua membantu kepala program mempersiapkan bahan-bahan mengenai masalah publik dan informasi yang menarik bagi perhatian masyarakat pada saat itu. Ketiga dapat menyampaikan informasi mengenai pikiran atau ide yang berkembang dimasyarakat khususnya pada bidang pendidikan. dan yang terakhir keempat yaitu mengatur hubungan baik antara Program Pendidikan

---

<sup>28</sup> Muh. Fitrah, "Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan", *Jurnal Penjaminan Mutu*, 1, no. 28 (Februari 2017), 40 (diakses pada tanggal 6 Maret 2022).

<sup>29</sup> Fiki Nurnalita, *wawancara*, Cilacap, 14 Januari 2022

Kesetaraan Wustha Al- Fiel dengan orang tua atau wali siswa-siswi.<sup>30</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, bahwa Waka Humas dalam menjalankan tugasnya membantu kepala program meningkatkan brand image adalah dengan melaksanakan tugas utama secara garis besar yaitu : memberikan informasi kepada masyarakat, membantu mempersiapkan bahan yang menarik bagi masyarakat, menyampaikan gagasan dari masyarakat, serta mengatur hubungan kerjasama yang baik dengan orangtua atau wali peserta didik.

Pada kesempatan yang berbeda, peneliti melakukan wawancara kepada salah satu anggota humas, yang bertujuan untuk menggali bagaimana sinergitas kinerja yang berlangsung dalam meningkatkan *brand image* Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.

Dalam menjalankan kinerja saya mba, yang diamanahi oleh kepala program sebagai tugas tambahan menjadi anggota humas. Ya yang pertama biasanya kami melakukan rapat sebelum melaksanakan kegiatan, kemudian saya ditugasi untuk melakukan kunjungan kepada sekolah- sekolah dasar ya dilingkungan sekitar sini ya korwilcam lah untuk menjalin silaturahmi, kerjasama dengan instansi-instansi tersebut, kemudian tugas internalnya kami biasa melakukan pengawasan terhadap proses pembelajaran yang berlangsung, nggih paling niku mba.<sup>31</sup>

Dari hasil wawancara dengan salah satu anggota humas tersebut, dapat diketahui bahwa humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap dalam menjalankan kinerjanya diawali dengan melakukan rapat sebelum pelaksanaan kegiatan, kemudian melakukan kunjungan kepada seluruh sekolah dasar bertujuan agar terjalin silaturahmi dan kerjasama dengan instansi-instansi tersebut. Selanjutnya dalam tugas internalnya melakukan pengawasan terhadap pembelajaran dikelas.

Contoh bentuk strategi humas yang telah dilaksanakan ya itu mba, berupa laporan capaian hasil belajar kepada orang tua wali santri

---

<sup>30</sup> Fiki Nurmalita, *wawancara*, Cilacap, 14 Januari 2022

<sup>31</sup> Dedi Amor, *wawancara*, Cilacap, 16 Januari 2022

ekhh wali siswa maaf, terus ada ekspe jajanan yang dilakukan oleh siswa-siswi dalam rangka memeriahkan pameran sekolah, terus kunjungan rumah kepada beberapa calon siswa-siswi, serta penyebaran informasi melalui pamflet dan brosur- brosur yang disebar, selain itu mengadakan pertemuan dengan orangtua wali minimal satu kali dalam setiap tahunnya bersama dengan komite.<sup>32</sup>

Dari hasil wawancara tersebut, bentuk strategi humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap yang telah dilakukan berupa laporan capaian hasil belajar kepada orangtua atau wali peserta didik, expo jajanan pada acara pameran kampus, kunjungan kepada calon peserta didik, penyebaran informasi melalui pamflet dan brosur, dan yang terakhir adalah mengadakan pertemuan wali dengan komite.

Penjelasan mengenai uraian hasil wawancara tersebut perihal bentuk strategi, maka hal tersebut relevan dengan pendapat E. Mulyasa yang mengatakan bahwa bentuk strategi hubungan masyarakat salah satunya berupa laporan orangtua wali, buletin, berita kabar, pameran sekolah, home visit atau kunjungan kerumah, berita melalui media elektronik, serta laporan semester dan tahunan.<sup>33</sup>

strategi dalam menjalin hubungan internal sama eksternalnya berarti dengan masyarakat. Selama ini kepala program menjalin hubungan baik antara kepala program dengan guru agar menumbuhkan lingkungan belajar yang harmonis dan dinamis, menjalin hubungan baik antara kepala program dengan waka kurikulum, waka humas dan waka yang lain agar membentuk sinergitas dalam meningkatkan *brand image*. Untuk eksternalnya humas juga menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar, tokoh agama, masyayikh, pemuda agar dapat ikut serta berpartisipasi dalam kegiatan humas, hubungan baik dengan alumni.<sup>34</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap membangun strategi dalam menjalin hubungan internal maupun hubungan

---

<sup>32</sup> Dedi Amor, *wawancara*, Cilacap, 16 Januari 2022

<sup>33</sup> E. Mulyasa, "Manajemen Berbasis Sekolah, Konsep Strategi dan Implementasi" (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 20.

<sup>34</sup> Dedi Amor, *wawancara*, Cilacap, 16 Januari 2022.

eksternal. Diantaranya adalah sebagai berikut : menjalin hubungan baik antara kepala program dengan guru, menjalin hubungan baik antara kepala program dengan waka kurikulum, waka humas dan waka yang lain agar membentuk sinergitas dalam meningkatkan *brand image*. Membangun strategi hubungan eksternal nya dilakukan oleh humas dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar, tokoh agama, masyayikh, dan alumni.

Berdasarkan pemaparan mengenai strategi menjalin hubungan secara internal maupun eksternal ini relevan dengan pendapat Suharsimi Arikunto bahwa strategi dalam menjalin hubungan meliputi:<sup>35</sup>

1. Strategi sekolah dalam menjalin hubungan dengan warga sekolah sendiri (Internal Publik).
  - Antara kepala sekolah dengan dewan guru
  - Antara kepala sekolah dengan tata usaha
  - Antara kepala sekolah dengan siswa-siswi
  - Antara guru dengan guru
  - Antara guru dengan tata usaha
  - Antara guru dengan siswa-siswi
  - Antara siswa dengan siswa
2. Strategi sekolah dalam menjalin hubungan dengan masyarakat luar (Eksternal Publik).
  - Secara individual
  - Secara organisasi melalui komite sekolah
  - Hubungan sekolah dengan alumni
  - Hubungan dengan isntansi lain

Selain langkah-langkah strategi membangun *brand image* Program Pendidikan Kesetaraan, kemudian tugas-tugas yang dijalankan dalam membantu kepala program, sinergitas kinerja, dan strategi menjalin hubungan internal maupun eksternal yang dilakukan oleh humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap. Peneliti juga

---

<sup>35</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta : Aditia Media, 2016), 359.

mencoba menggali mengenai manfaat *brand image* bagi Program Pendidikan Kesetaraan juga mengenai tujuan terbangunnya *brand image*.

Manfaatnya banyak mba, nanti jika saya kurang menyebutkan tolong dilengkapi ya mba, manfaat *brand image* bagi Program Pendidikan Kesetaraan diantaranya adalah satu menjadikan masyarakat lebih mengenal Program Pendidikan Kesetaraan, kedua mampu menyalurkan kritik, masukan dan saran masyarakat untuk kemajuan Program Pendidikan Kesetaraan, ketiga menjadikan Program Pendidikan Kesetaraan dipercaya oleh masyarakat sebagai lembaga pendidikan yang baik, keempat mampu membuktikan bahwa Program Pendidikan Kesetaraan dapat bersaing dengan sekolah-sekolah formal yang sederajat di wilayah Kabupaten Cilacap khususnya Kecamatan Kesugihan itu sendiri mba. insyaAlloh tidak ada yang kelewat nggih, sebenarnya ada banyak tapi saya hanya dapat menyebutkan empat saja tadi nggih mba, oh satu lagi yang kelima memudahkan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak terutama itu mba yang berkepentingan dalam dunia pendidikan.<sup>36</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa manfaat *brand image* bagi Program Pendidikan Kesetaraan adalah sebagai berikut :

1. Menjadikan masyarakat lebih mengenal Program Pendidikan Kesetaraan.
2. Mampu menyalurkan kritik, masukan dan saran masyarakat untuk kemajuan Program Pendidikan Kesetaraan.
3. Menjadikan Program Pendidikan Kesetaraan dipercaya oleh masyarakat sebagai lembaga pendidikan yang baik.
4. Mampu membuktikan bahwa Program Pendidikan Kesetaraan dapat bersaing dengan sekolah- sekolah formal yang sederajat.
5. Memudahkan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang berkepentingan dalam dunia pendidikan.

Dari manfaat yang telah dikemukakan diatas relevan dengan jurnal yang ditulis oleh Lukmanul Hakim yang berjudul Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Pada BPR Sejahtera Batam bahwa manfaat *brand image* adalah sebagai berikut :

---

<sup>36</sup> Muhibin, *wawancara*, Cilacap, 16 Januari 2022

1. Memudahkan penjual mengolah pesanan dan menelusuri masalah-masalah yang timbul.
2. Memberikan perlindungan hukum atas ciri khas produk.
3. Memungkinkan untuk menarik sekelompok pembeli yang setia dan menguntungkan.
4. Membantu penjual melakukan segmentasi pasar.<sup>37</sup>

Tujuan yah mba, *brand image* dibuat bertujuan : memudahkan untuk mengenalkan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al-Fiel Kabupaten Cilacap kepada masyarakat atau publik, kemudian mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat luas, yang ketiga agar Program Pendidikan Kesetaraan memiliki *track record* yang bagus, serta ya menumbuhkan rasa bangga tersendiri lah bagi lulusan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap mba, jadi kalau image nya bagus ketika ditanya lulusan mana kan akan bangga menjawabnya karena masyarakat juga sudah mengetahui sih kalau sekolah tersebut memiliki image yang bagus.<sup>38</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa tujuan dari *brand image* Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel adalah :

1. Memudahkan untuk mengenalkan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap kepada masyarakat atau publik.
2. Mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat luas
3. Aagaar Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap memiliki *track record* yang bagus.
4. Menumbuhkan rasa bangga tersendiri bagi lulusan Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap

Mengenai tujuan yang telah dipaparkan oleh salah satu anggota humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel, dapat kita ketahui bahwa tujuan tersebut relevan dengan jurnal yang ditulis oleh Nurul Fatmawati yang berjudul Kualitas Produk, Citra Merk Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Metic

---

<sup>37</sup> Lukmanul Hakim, “Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Pada BPR Sejahtera Batam”, *Jurnal Dimensi*, 1 no. 1 (2016), 3 (diakses pada tanggal 7 Maret 2022)

<sup>38</sup> Muhibin, *wawancara*, Cilacap, 20 Januari 2022.

Honda. Bahwa Nurul Fatmawati mengemukakan tujuan brand image adalah sebagai berikut :

1. *Recognition*,

Yaitu Tingkat dikenalnya sebuah *brand* oleh konsumen

2. *Reputation*

Yaitu status yang cukup tinggi bagi sebuah merk karena lebih terbukti mempunyai *track record* yang baik.

3. *Affinity Royalty*

Yaitu hubungan emosional yang terjadi antar *brand* dengan konsumennya.<sup>39</sup>

Dari hasil wawancara yang telah terangkum dan diuraikan oleh peneliti mengenai fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan brand image pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap, maka dapat diketahui bahwa humas Program Pendidikan Kesetaraan telah menjalankan fungsi manajemen humas sesuai dengan prosedur dalam melaksanakan program kerja yang telah disusun oleh tim humas Program Pendidikan Kesetaraan. Selain itu dalam menjalankan tugasnya humas Program Pendidikan Kesetaraan dipantau secara langsung oleh kepala program maka hal tersebut dapat dilihat secara struktural.

kami selalu berupaya meningkatkan manajemen secara sistematis termasuk salah satunya adalah membenahan dokumen dan kearsipan, ini yang menurut kami menjadi awal yang harus selalu kami ingat agar nantinya juga memudahkan pihak- pihak yang bertugas dalam melanjutkan estafet kepetugasan tersebut.<sup>40</sup>

Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap dalam meningkatkan *brand image* dengan melihat posisi, mencari perbedaan untuk dijadikan peluang dan memberikan pelayanan dengan prima. Adapun langkah-langkah nya telah terjabarkan secara detail, hanya

---

<sup>39</sup> Nurul Fatmawati, "Kualitas Produk, Citra Merk Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Metic "Honda", *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10, no.1 (April 2017), 8 (diakses pada tanggal 8 Maret 2022)

<sup>40</sup> Maftuhatussamroh, *wawancara*, Cilacap, 14 januari 2022

saja dalam kearsipan masih sangat diperlukan pembenahan hal tersebut disampaikan oleh kepala program pendidikan kesetaraan.

Harapan besar kami yang ini menjadi cita-cita seluruh warga Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel adalah keinginan agar dapat dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat, tidak hanya di wilayah sendiri atau tingkat kecamatan dan kabupaten saja, melainkan ingin dikenal dengan *image* yang baik dikancah nasional juga. Meskipun itu membutuhkan waktu yang cukup lama tapi kami selalu berusaha dengan ikut berperan aktif sebagai partisipan dalam berbagai ajang perlombaan, bagi saya kalah tidak apa-apa setidaknya kami dapat dikenal terlebih dulu atau keberadaannya dikenal dan terlabel bahwa kami juga siap menghadapi persaingan dengan lembaga pendidikan formal yang lainnya.<sup>41</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa cita-cita Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al – Fiel Kabupaten Cilacap adalah dapat dikenal secara luas oleh masyarakat baik diwilayah kecamatan, kabupaten maupun dikenal dalam skala nasional

---

<sup>41</sup> Maftuhatussamroh, *wawancara*, Cilacap, 14 januari 2022

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al –Fiel Kabupaten Cilacap, serta beberapa bab dan sub-bab yang telah dipaparkan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap dalam fungsi manajemen melaksanakan tahap perencanaan, yaitu dengan : pertama mengidentifikasi masalah, kedua perumusan masalah, ketiga menetapkan tujuan, keempat mengembangkan rencana tujuan.
2. Pada tahap pengorganisaian humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al – Fiel Kabupaten Cilacap melakukan dengan pembagian tugas pokok dan fungsinya. Cara yang dilakukan yaitu dengan menunjuk penanggung jawab hal ini bertujuan agar seluruh kegiatan nanti dapat terorganisir dengan baik. Pembagian tugas ini menjadi hal penting karena agar seluruh yang bertugas memiliki rasa tanggungjawab yang besar dan tidak menimbulkan pekerjaan ganda atau bahkan hanya sebatas formalitas yang sebenarnya tidak paham akan tupoksi yang dijalankan.
3. Pada tahap pelaksanaan humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap selalu melakukan koordinasi dengan agenda rapat sebelum kegiatan berlangsung. Kemudian memastikan sudah sejauh mana persiapan yang telah dilaksanakan. Memberikan motivasi dan menjalankan prinsip gesit, cekatan dalam menjalankan program kerja
4. Pada tahap monitoring dan evaluasi humas pendidikan kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap adalah sebagai pengukur tingkat keberhasilan, untuk mengetahui sejauh mana program kerja telah

berhasil dilaksanakan. Kemudian humas menindak lanjuti. Bilamana sudah tercapai sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, maka dapat dikembangkan untuk program kerja selanjutnya, bilamana belum berhasil sesuai dengan tujuan maka dapat dijadikan sebagai bahan acuan agar tidak digunakan pada program kerja selanjutnya. menganalisis pada kesalahan yang mana sehingga program kerja tersebut tidak dapat sesuai target tujuan.

5. Dalam meningkatkan *brand image* humas telah menerapkan strategi membentuk *brand image* yaitu dengan melihat posisi, menjadikan perbedaan sebagai program unggulan, dan memberikan layanan prima. Selain itu juga menerapkan langkah-langkah dalam membentuk brand image, serta paham akan manfaat dan tujuan brand image bagi Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap.
6. *Brand image* yang dimunculkan oleh Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al – Fiel Kabupaten Cilacap adalah sekolah berbasis pesantren dan lulus bisa enterpreuner atau berwirausaha. Maka *image* yang muncul dimasyarakat adalah bahwa sekolah tidak hanya sebatas kewajiban melangsungkan pembelajaran tetapi diimbangi juga dengan pembekalan mental spiritual melalui berbasis pesantren tersebut. Kemudian lulusan dari Program Pendidikan Kesetaraan adalah memiliki keahlian atau soft skill maka image yang muncul dimasyarakat adalah setelah lulus bisa langsung berwirausaha.

## **B. Implikasi**

### **1. Implikasi Akademis**

Implikasi akademis menggambarkan bahwa penelitian ini merupakan sebuah penelitian mengenai fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap. Peneliti mengharapkan dari penelitian ini mengenai fungsi hubungan masyarakat dalam meningkatkan *brand image* dapat terus dikaji dan lebih jauh untuk dikembangkan secara lebih luas lagi. Sehingga kebermanfaatan penelitian

tersebut akan sangat banyak membantu pengetahuan mengenai fungsi manajemen hubungan masyarakat dan juga strategi dalam meningkatkan *brand image* sekolah.

## **2. Implikasi Praktis**

Implikasi praktis dari penelitian ini, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat membantu kelancaran serta kemudahan dalam mengimplementasikan fungsi manajemen hubungan masyarakat khususnya pada penyelenggara Program Pendidikan Kesetaraan Wustha. Tentu akan menjadi nilai teramat besar kebermanfaatannya yang diperoleh apabila penelitian ini dapat digunakan untuk membantu kinerja bidang kehumasan dalam meningkatkan *brand image*.

## **C. Saran**

### **1. Saran Akademik**

Penelitian ini memilih penempatan pada program pendidikan kesetaraan Wustha, dimana yang termasuk pada kategori pendidikan non-formal. Kita ketahui bahwa seorang *public relations* dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya dalam meningkatkan *brand image* lembaga pendidikan sangatlah luas cakupannya. Namun karena peneliti memilih penempatan fungsi manajemen hubungan masyarakat pada pendidikan kesetaraan Wustha ini menjadi terbatas temuan-temuan yang ada dilapangan. Berbeda dengan fungsi manajemen hubungan masyarakat pada sekolah-sekolah formal yang telah bertahun-tahun bekerja sesuai dengan bidangnya dan kompeten dalam kehumasan. Oleh karena itu, peneliti mencoba memberikan saran untuk penelitian dengan topik yang sama baiknya dilakukan pada lembaga pendidikan formal, sehingga temuan-temuan yang didapat lebih luas cakupan dan lebih berpengalaman bagi *public relationnya*.

### **2. Saran Praktis**

Peneliti menyampaikan saran-saran untuk beberapa pihak yang mungkin bisa dijadikan sebagai masukan ataupun bahan acuan kinerja selanjutnya pada fungsi manajemen hubungan masyarakat dalam

meningkatkan *brand image* pada Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap yaitu sebagai berikut :

a. Kepala Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel

Sebagai manajer atau kepala Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel Kabupaten Cilacap hendaknya dapat memberikan sepenuhnya kepercayaan kepada waka humas, sehingga dalam menjalankan kinerjanya dapat lebih leluasa dan dapat membidik pasar sesuai dengan program kerja yang telah ditetapkan. Selain itu juga perlu mempertimbangkan aspirasi yang disarankan oleh waka humas sehingga mampu meningkatkan *brand image* Program Pendidikan Kesetaraan ini lebih luas.

b. Wakil Kepala Humas Program Pendidikan Kesetaraan Wustha Al- Fiel

Mengimplementasikan fungsi manajemen hubungan masyarakat pada Program Pendidikan Kesetaraan hendaklah dilakukan dengan perencanaan yang cukup terencana. Karena ada beberapa temuan yang menjadi kekurangan bagi peneliti seperti kearsipan data-data, alat ukur keberhasilan program kerja, lebih kontinu dalam menjalankan program kerja yang telah ditetapkan. Sehingga setiap program yang telah direncanakan dapat berjalan dengan baik, agar seorang *public realtions* dapat mengetahui apakah program kerja tersebut telah tercapai sesuai dengan target pasar atau belum.

c. Peneliti Berikutnya.

Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam, serta mampu mengembangkan apa yang telah dikaji dalam penelitian ini, karena peneliti masih banyak kekurangan serta keterbatasan yang perlu diperdalam kembali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, R. (2019). *Branding Madrasah Unggulan*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Ara Hidayat, I. M. (2019). *Pengelolaan Pendidikan : Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah*. Bandung: Pustaka Educa.
- Arikunto, S. (2016). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Aditia Media.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asriani Sagiyanto, A. D. (2019). Strategi Rebranding Kampung Babakan Menjadi Kampung Berkelir Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Image Kota Tangerang. *Jurnal Akrab Juara*, 164-165.
- Baharuddin. (2010). *Manajemen Pendidikan Islam*. Malang: UIN Maliki Press.
- Bani, S. (2015, Desember). Kontribusi Pesantren Dalam Sistem Pendidikan Nasional. *Jurnal Auluduna*, 273.
- Bungin, B. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis Dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Burhanudin. (2015). Manajemen Humas dalam Peningkatan Pengelolaan Pendidikan di SD Muhammadiyah Kadisoka Kalasan Sleman. *UIN Sunan Kalijaga*, 3.
- Daryanto. (2010). *Administrasi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto, M. (2001). *Administrasi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dwiyama, F. (t.thn.). Upaya Memasarkan Pendidikan Bagi Lembaga Yang Kurang Mampu Bersaing.

- E., M. (2008). *Standar Kompetensi dan Sertifikasi Guru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2006). *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Faisal Munif Soim Suharyono, Y. A. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 147.
- Fatmawati, N. (2017). Kualitas Produk, Citra Merk Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic Honda. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 8.
- Febriani, M. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada Media Sosial Twitter. *Jurnal JOM Fisip*, 7.
- Fitrah, M. (2017). Peran Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Penjaminan Mutu*, 40.
- Gunawan, I. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik, Cet. Ke- 3*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hakim, M. N. (2019). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan. *Nidhomul Haq*, 125.
- Handoko, T. H. (2016). *Manajemen*. Yogyakarta: BPEE Yogyakarta.
- Hatane Samuel, J. W. (2019). Brand Image Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Jaringan Supermarket Superindo Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 28.
- Hidayah, N. (2013). Analisis Jalur Brand Image Sebagai Antecedent Loyalitas. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 4.
- Huda, N. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor Scuter Matic Yamaha di Makasar. *Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 38.

- Imam Machali, A. H. (2016). *The Handbook of Education Management : Teori dan Praktik Pengelolaan Sekolah atau Madrasah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Kertajaya, H. (2017). *Hermawan Kartajaya On Brand Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kertajaya, H. (2020). *Herman Kartajaya On Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Leon G. Schiffman, L. L. (2010). *Costumer Behavior Terjemeh*. Jakarta: Rosdakarya.
- Lukman Hakim, M. (2018). *Dasar- Dasar Manajemen Pedidikan*. Jambi: Timur Laut Aksara.
- Lumaurridlo. (2019). *Evaluasi Pendidikan*. Cilacap: Ihya Media.
- Mahendra, I. K. (2012). Kinerja Pendididkan Kesetaraan Sebagai Salah Satu Jenis Pendidikan Non Formal. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 68-69.
- Malinda, R. (2018). Startegi Membangun Brand Image Pada Produk Handphone Oppo. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 75.
- Meleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morison. (2008). *Manajemen Publik Relations*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morrisey, G. (2017). *Pedoman Pemikiran Strategis : Membangun Landasan Perencanaan Anda terjemah*. Gianto Widiyanto. Jakarta: Prenhalindo.
- Muhaimin. (2019). *Madrasah Pendidikan : Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah atau Madrasah*. Jakarta: Kencana.

- Mujib, F. (2020). *School Branding Strategi Di Era Disruptif*. Jalarta Timur: Bumi Aksara.
- Mulyana, D. (2018). *Komunikasi Efektif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyasana, D. (2021). *Pendidikan Bermutu Dan Berdaya Saing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- musfah, J. (2017). *Manajemen Pendidikan (Teori, Kebijakan dan Praktik)*. Jakarta: Kencana.
- Mustajab, R. A. (2018). Kontestasi Kompetensi Global Konsep Dari 3 Madrasah Unggulan Ibtidaiyah Di Banyumas. *Jurnal Pendidikan Islam*, 367.
- Nuryudayatun, S. (2013). Membangun Kepuasan Pelanggan Dengan Melakukan Customer Understanding. *Jurnal JBMA*, 17.
- Prasetya, N. M. (2012). Perspektif Islam Dalam Pendidikan Public Relation. *Jurnal Komunikasi*, 60.
- Pratama, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pembelian Smarthphone Samsung Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 33.
- Purwanto, N. (2019). *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*. Jakarta: Rosda Publisher.
- R, A. H. (2019). Strategi Image Branding Universitas Nurul Jadid Di Era Revolusi Industri. *Jurnal Pendidikan Islam*, 65-66.
- Rahmat, A. (2016). *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Rendika Putri Kartika Sari, I. A. (2019). Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Tiga Tjeret Di Surakarta. *Jurnal Edunomika*, 17.
- Roqib, M. (2016). *Ilmu Pendidikan Islam*. Yogyakarta: PT LKIS Pelangi Aksara.

- Rukmana. (2016). *Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan*. Malang: UIN Malang.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafinda Persada.
- Sadat, A. (2019). *Brand Belife : Strategi Membangun Merk Berbasis Keyakinan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sagala, S. (2017). *Manajemen Strategik Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sagala, S. (2019). *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Sarinah, M. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Slameto. (2018). *Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Bina Aksara.
- Soegoto, A. S. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris pada PT. Hajrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 779.
- Soetjipto, R. K. (2016). *Profesi Keguruan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Stephen P. Robbins, T. A. (2021). *Pelaku Organisasi : Edisi 16*. Jakarta: Prenhallindo.
- Stephen P. Robbins, T. A. (2021). *Perilaku Organisasi : Edisi 16*. Jakarta: Prenhallindo.
- Sugiono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sukoco, I. (2013). Fungsi Public Relations Dalam Menjalankan Aktivitas Coorporate Social Respondbility. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 192.
- Suryotobroto. (2012). *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat* . Jakarta: Rineka Cipta.

- Susanto, A. S. (2019). Strategi Publik Relations Smartpin PR Dalam Membangun Brand Image Klien. *Jurnal Prologia*, 322.
- Sutikno, M. S. (2021). *Manajemen Pendidikan : Langkah Praktis Mewujudkan Lembaga Pendidikan yang Unggul*. Lombok: Holistica.
- Sutikno, M. S. (2021). *Manajemen Pendidikan : Langkah Praktis Mewujudkan Lembaga Pendidikan Yang Unggul*. Lombok: Holistica.
- Suyitno, A. T. (2016). *Dasar-Dasar Penelitian*. Surabaya: el Kaf.
- Syamsudin. (2018). Membangun Pelayanan Publik Yang Prima : Strategi Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah. *Jurnal Islamic Education Manajemen*, 163.
- Syarifuddin S Gassing, S. (2016). *Public Relations*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tamam, B. (2015). *Pesantren, Nalar dan Tradisi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Terry, G. R. (2012). *Prinsip - Prinsip Manajemen : Penerjemah J-Smith*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Terry, G. R. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen : Penerjemah J-Smith*. Jakarta: 2012.
- Toha, M. (2016). *Manajemen Pendidikan Islam, Konseptual dan Operasional*. Surabaya: Pustaka Radja.
- Triono, U. (2019). *Kepemimpinan transformasional dalam pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- UPI, T. D. (2011). *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Walgito, B. (2015). *Bimbingan & Konseling (Studi Dan Karir)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Widya Karunia, E. A. (2020). Strategi IMC Pemerintah Kota Payakumbuh Dalam Proses Rebranding Untuk Membentuk Brand Image Payakumbuh City Of Rendang. *Open Jurnal System*, 36-37.

Winoto, S. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Bildung.

Zulfa, U. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Cahaya Ilmu.

Zulfa, U. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Cahaya Ilmu.

