



Strategi Humas di SMK IPIEMS Surabaya Dalam Meningkatkan Citra dan Kepercayaan Publik Pada Masa Pandemi Covid-19

Puji Rahayu

Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

Email: puji.18030@mhs.unesa.ac.id

Novi Trisnawati

Pendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

Email: novitrisnawati@unesa.ac.id

Abstract

The COVID-19 pandemic has had a major impact on the education sector. The implementation of distance learning (PJJ) has made students and parents worried about not getting a proper education. This is a separate obstacle for vocational schools that have to spend a lot of productive vocational learning with practice. In this case, Public Relations is required to create a new strategy to maintain its quality and competitiveness. This study aims to find out how the strategies and factors that support and hinder public relations in increasing a positive image and public trust during the COVID-19 pandemic. The method used in this research is descriptive qualitative. Data collection techniques with interviews, observation, and documentation. The results of the study show that the IPIEMS Vocational School's strategy in its success in increasing public image and trust during the COVID-19 pandemic is intensively promoting through various ways, that are through superior programs that involve external, social media, in addition increasing the loyalty of students and alumnus to recommend the school. The supporting factors are 1) Awareness of the important role of technology in education long before the COVID pandemic -19, 2) Harmonious and synergistic support from school principals and colleagues (wakasek and kaproli) in planning the implementation of public relations programs. The inhibiting factor for achieving public relations goals is a common problem experienced by almost all schools.

Keywords: COVID-19 Pandemic; Public Relations; Public Trust; School Image; Strategy of Public Relations

PENDAHULUAN

Dunia berada pada keadaan kritis karena pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19) yang khususnya melanda Indonesia di awal tahun 2020. Setiap negara terus melakukan upaya untuk mengurangi penyebaran virus ini dengan menerapkan kebijakan-kebijakan salah satunya yaitu membatasi kegiatan diluar rumah dan *social distancing*, *work from home (WFH)* bahkan *lockdown*. Virus ini telah ditetapkan oleh WHO sebagai virus menular dan mematikan. Pandemi COVID-19 sendiri tidak hanya mengakibatkan krisis pada sektor kesehatan saja tetapi juga pada sektor kehidupan lainnya seperti ekonomi, politik, serta khususnya di sektor pendidikan. Akibat dari pandemi ini sistem pembelajaran berubah menjadi pembelajaran jarak jauh atau pembelajaran daring (dalam jaringan). Hal ini dilakukan untuk mencegah penularan di sektor pendidikan.

Pembelajaran daring atau PJJ (Pembelajaran Jarak Jauh) merupakan transformasi dari kegiatan pembelajaran konvensional dimana interaksi antar siswa dan guru di kelas dilakukan dari jarak jauh dalam bentuk kelas virtual dengan media pendukung berbasis jaringan internet dan teknologi. Menurut Dimiyati, dkk (2018) pembelajaran daring atau yang biasa disebut *e-learning* merupakan bentuk pembelajaran jarak jauh melalui jaringan internet sebagai media dalam berdiskusi maupun memberikan materi dan tugas oleh guru. Meskipun dalam awal penggunaannya memiliki banyak kendala tetapi pada masa pandemi COVID-19 ini pembelajaran daring menjadi satu-satunya solusi yang paling memungkinkan untuk mendukung proses pembelajaran.

Diberlakukannya pembelajaran daring berdampak sangat besar bagi proses pendidikan, terutama di awal pandemi banyak sekolah yang belum bisa beradaptasi dengan kondisi yang terbatas. Wardiono, dkk (2021) menyebutkan beberapa hambatan dalam pelaksanaan Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) antara lain berkaitan dengan kesiapan sumber daya manusia, kurang jelasnya arahan pemerintah daerah,

belum adanya kurikulum yang tepat, dan keterbatasan sarana dan prasarana, khususnya dukungan teknologi dan jaringan internet. Kesiapan sumber daya manusia meliputi pendidik (guru dan dosen), peserta didik, dan dukungan orang tua dalam pelaksanaan PJJ. Tidak ada proses pembelajaran tatap muka juga meresahkan bagi orang tua yang khawatir anaknya tidak memperoleh pendidikan di sekolah dengan maksimal. (Prestiadi, 2020) dalam penelitiannya juga menyebutkan bahwa pandemi COVID -19 berdampak besar terhadap bidang pendidikan yang mengakibatkan banyak kendala baik dari segi infrastruktur dan masalah keuangan.

Dalam mencapai tujuan, lembaga pendidikan atau sekolah erat hubungannya dengan masyarakat. Persepsi dan sikap masyarakat merupakan indikator dari keberhasilan sekolah dalam membangun reputasinya. Reputasi yang baik juga menunjukkan sekolah memiliki kualitas pendidikan yang baik. Oleh karena itu citra (*image*) harus menjadi tujuan utama suatu organisasi, karena citra organisasi yang baik juga akan mempengaruhi tingkat kepercayaan bagi khalayaknya. Dari hasil penelitian (Nguyen et al., 2013) penelitian ini berfokus pada pengaruh citra organisasi kepada kepercayaan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa citra organisasi berdampak signifikan terhadap kepercayaan pelanggan, dimana citra perusahaan merupakan salah satu komponen publikasi (promosi) dalam meningkatkan kepercayaan organisasi. Kepercayaan publik terhadap suatu lembaga sekolah akan mempengaruhi keputusan masyarakat khususnya peserta didik dan orang tua dalam memilih sekolah sehingga akan berdampak pada peningkatan jumlah peminat (peserta didik) yang mendaftar setiap tahunnya. Oleh karena itu citra dan kepercayaan publik merupakan faktor penting untuk menjaga keberlangsungan lembaga sekolah itu sendiri. (Akbarjono, 2017) juga menyatakan bahwa kepercayaan publik merupakan salah satu faktor pendorong kesuksesan pengelolaan suatu lembaga pendidikan.

Persaingan antar sekolah semakin terbuka, tidak hanya sekolah negeri yang menjadi prioritas sekolah swasta juga bisa menjadi sekolah unggulan ketika dapat memberikan kinerja dan pelayanan yang memuaskan. Hal tersebut dapat dilihat pada saat pelaksanaan PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru), dimana beberapa sekolah memenuhi kuota terlebih dahulu dibandingkan sekolah-sekolah yang lain. Hal itu tentu saja dipengaruhi oleh citra sekolah dan kepercayaan terhadap sekolah tersebut. Juhji, dkk (2021) menyebutkan bahwa keuntungan memiliki citra dan reputasi yang baik dan kuat bagi sekolah adalah peserta didik akan datang dengan sendirinya. Oleh karena itu setiap sekolah khususnya sekolah swasta harus mampu menunjukkan keunggulan dan citra yang baik untuk memberikan kepercayaan kepada publik. Andreas (2021) dalam penelitiannya yang berfokus pada strategi promosi jasa pendidikan di masa pandemi COVID -19 juga menyebutkan bahwa sekolah swasta dituntut untuk lebih mandiri lagi terlebih dalam mempertahankan eksistensi dan meningkatkan jasa layanan pendidikan yang ditawarkan kepada para target promosi.

Humas dalam suatu instansi memiliki posisi strategis, terutama dalam menjembatani antara instansi dengan publiknya. Peranan humas semakin penting pada saat menghadapi masa krisis dimana dalam sebuah organisasi yang mempunyai hubungan yang erat dengan masyarakat harus peka dan paham dalam mengatasi kondisi krisis (Siskawati, 2021). Sebagai fungsi dari manajemen organisasi humas bertanggung jawab untuk berhubungan dengan masyarakat atau publik melalui berbagai layanan yang tersedia di sekolah dengan tujuan untuk tetap menunjukkan eksistensinya serta mengidentifikasi opini publik terhadap lembaga terutama ditengah pandemi COVID-19 yang saat ini menghambat segala proses pendidikan. Rizky, dkk (2017) tujuan dilakukannya hubungan masyarakat yaitu untuk menciptakan pandangan yang baik atau citra positif sekolah di kalangan masyarakat.

Selain itu, tantangan bagi humas di masa pandemi yakni dalam penyampaian informasi. Dihadapkan dengan perubahan-perubahan ditengah pandemi menuntut pihak lembaga sekolah untuk selalu memberikan penerangan kepada masyarakat terhadap kondisi atau permasalahan yang dihadapi sekolah. Humas sebagai mediator antara organisasi dengan publik tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga mendengarkan opini publik dengan tujuan membangun hubungan yang harmonis

dan menyusun solusi ketika ada konflik melalui perannya dalam komunikasi dan negosiasi (Agustine, 2017). Penggunaan teknologi memang menjadi alat yang paling membantu disaat pandemi COVID-19 ini, sehingga humas dituntut untuk bisa menyeimbangi perkembangan teknologi dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.

Kajian tentang strategi humas untuk meningkatkan citra sekolah pernah diteliti oleh Pamungkas & Setiawan (2018) dari hasil penelitian menunjukkan untuk membangun sebuah citra positif lembaga, dalam penelitian ini Pondok Pesantren Modern Darul Amanah, diperlukan suatu hubungan kerja sama dari berbagai pihak yaitu masyarakat sekitar, *stakeholder*, dan media massa. Selain itu penelitian dari Elyus & Soleh (2021) dimana hasil penelitiannya menunjukkan penggunaan media sosial dapat digunakan sebagai strategi dalam meningkatkan citra sekolah pada masa pandemi COVID-19 yang sangat dibutuhkan untuk mempromosikan atau meningkatkan citra sekolah dan kepercayaan masyarakat. Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Faridah (2020) yang berjudul strategi hubungan masyarakat (humas) dalam meningkatkan citra publik lembaga pendidikan pada masa pandemic covid-19 dari hasil penelitian tersebut didapatkan bahwa strategi humas dalam meningkatkan citra publik lembaga pendidikan pada masa pandemi covid-19 antara lain; pameran lembaga pendidikan, layanan konten website dan sosial media, program virtual kehumasan (internal) dan Bimbingan konseling online.

SMK IPIEMS merupakan salah satu SMK swasta di Surabaya, sebagai sekolah swasta pembentukan citra dan menjaga kepercayaan publik menjadi modal utama dalam bersaing dengan sekolah lain terutama di masa pandemi ditengah pembelajaran jarak jauh dan segala kegiatan kehumasan yang diarahkan ke media digital. Alasan penelitian ini dilakukan di SMK IPIEMS adalah karena peneliti tertarik dengan peningkatan citra dan kepercayaan publik terhadap sekolah dimana adanya peningkatan minat dan jumlah peserta didik baru di masa pandemi sebagai indikatornya. Di masa pandemi SMK IPIEMS mampu memenuhi pagu sebelum penutupan PPDB di sekolah negeri. Padahal menurut wakasek humas, sebelum pandemi para peserta didik baru cenderung mendaftar ke sekolah negeri baru kemudian ke swasta.

Oleh karena itu tujuan penelitian ini yakni ingin menggali lebih dalam terkait strategi yang dilakukan humas SMK IPIEMS serta apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan citra dan kepercayaan publik di masa pandemi Covid-19. Mengingat pentingnya membangun citra dan kepercayaan publik bagi institusi sekolah khususnya di masa pandemi, peneliti tertarik untuk mengkaji dan memahami strategi humas dalam meningkatkan citra dan kepercayaan publik di masa pandemi, sehingga memberikan dampak terhadap minat, loyalitas, dan dukungan terhadap keberlangsungan kegiatan pendidikan di SMK IPIEMS Surabaya.

KAJIAN PUSTAKA

Humas (Hubungan Masyarakat)

Humas biasa juga dikenal dengan istilah *public relations*. Kegiatan memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik atau masyarakat merupakan definisi humas (Suratman & Wulandari, 2017). Sedangkan Trisnawati & Syarah (2017) menyebutkan humas adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Elyus & Soleh (2021) humas adalah kegiatan yang tersusun, terprogram dan berkelanjutan, serta dilakukan oleh orang yang ahli dalam tata kelola komunikasi yang baik sehingga dapat menciptakan citra positif di masyarakat. Merujuk dari beberapa pengertian humas di atas, dapat dimaknai bahwa humas merupakan segala usaha terencana untuk menjembatani komunikasi antara organisasi atau lembaga dengan public atau khayalaknya sehingga mencapai kemanfaatan dan kesepakatan bersama sehingga tujuan dari organisasi tercapai.

Humas berdasarkan jenis publiknya dibagi menjadi 2 (dua) yaitu; 1) Humas Internal, adalah bagian humas yang bertanggung jawab mengelola hubungan dengan publik internal atau komunikasi internal seperti karyawan (*employee relations*), mahasiswa (*student relations*), dan pimpinan (*management relations*). 2) Humas Eksternal, adalah bagian humas yang bertanggung jawab mengelola hubungan dengan publik eksternal atau komunikasi eksternal seperti pemerintah (*government relations*), lembaga keuangan (*financial relations*), masyarakat/komunitas (*community relations*) atau media (*media relations*) (Kriyantono, 2021). Tujuan Humas secara universal antara lain; 1) Menciptakan pemahaman publik, 2) Membangun citra dan reputasi positif korporat, 3) Mengawal tanggung jawab sosial dan *public service communication*, 4) Membangun opini publik yang *favourable*, 5) Membentuk *goodwill* dan kerja sama (Kriyantono, 2021).

Strategi Humas

Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan. Strategi humas dibutuhkan guna mencapai tujuan humas dalam suatu perencanaan humas dimana perencanaan merupakan fungsi dari manajemen humas. Perencanaan merupakan upaya untuk menentukan program dan kegiatan yang ingin dilakukan dan bagaimana cara mencapai tujuan organisasi.

Ruang lingkup kegiatan humas antara lain: 1) *Publication & Publicity* (publikasi & publisitas), yaitu mengenalkan organisasi beserta aktivitasnya kepada publik. 2) *Event* (kegiatan), menyelenggarakan kegiatan yang menarik perhatian media. 3) *News* (berita), menghasikan produk-produk tulisan yang bersifat menyebarkan informasi kepada publik, 4) *Community Involvement*, membuat program-program yang melibatkan komunitas/masyarakat, 5) *Identity-Media*, membina hubungan dengan media (pers), 6) *Lobbying*, upaya persuasi dan negosiasi dengan berbagai pihak. 7) *Social Investment* (investasi sosial), membuat program-program yang bermanfaat bagi kesejahteraan sosial (Kriyantono, 2021).

Humas Sekolah

Humas dalam lembaga sekolah biasa dikenal dengan wakil kepala sekolah bidang humas (Wakasek Humas). Juhji, dkk (2020) menyebutkan bahwa humas sekolah merupakan kegiatan terencana yang dilakukan oleh sekolah, dan berlangsung secara kontinu dalam mengadakan dan membina hubungan harmonis dengan wali murid sebagai pengguna (*user*), dengan membangun komunikasi agar masyarakat (pengguna) dapat memahami, memercayai, dan memberikan dukungan terhadap program-program yang diselenggarakan sekolah. Dalam suatu lembaga pendidikan humas merupakan serangkaian pengelolaan yang berhubungan dengan kegiatan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dimaksudkan untuk mendukung proses pembelajaran di lembaga pendidikan yang bersangkutan sehingga dapat meningkatkan mutu pembelajaran (Afkarina, 2018).

Para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam konteks lembaga pendidikan atau sekolah adalah siswa, orang tua/wali murid, guru, staf, komite sekolah, pengawas, dewan sekolah, Dinas Pendidikan dan Kebudayaan, masyarakat sekitar, pemerintah, dan lain sebagainya (Juhji, dkk., 2020).

Hubungan sekolah dan masyarakat memiliki tujuan antara lain: 1) Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat, 2) Mendapatkan dukungan dan bantuan finansial yang diperlukan bagi pengembangan sekolah, 3) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang isi dan pelaksanaan program sekolah, 4) Memperkaya atau memperluas program sekolah sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat (Rahmat, 2021).

Citra (Image)

Citra dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diartikan sebagai gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. (Kriyantono, 2021) menyebutkan citra (*image*) merupakan gambaran yang ada di benak publik tentang organisasi. Kemudian Yolanda, dkk (2021) mendefinisikan citra merupakan kesan atau perasaan yang ada di dalam diri pelanggan

terhadap perusahaan baik dari segi kualitas jasa ataupun produk yang diberikan atau juga dalam reputasi perusahaan yang baik dimata masyarakat sekitar yang dapat berpengaruh kuat terhadap persepsi dan kepercayaan kepada pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan.

(Kriyantono, 2021) menyebutkan bahwa citra positif mengandung arti kredibilitas perusahaan di mata publik adalah baik (kredibel). Unsur kredibilitas yaitu: 1) kemampuan (*expertise*) yang berkaitan dengan kemampuan memenuhi kebutuhan, harapan maupun kepentingan publik, 2) kepercayaan (*trustworthy*) berkaitan dengan komitmen menjaga kepentingan bersama.

Citra Sekolah

Citra sekolah berkaitan dengan tampilan luar, kesan, dan tingkat popularitas sekolah (Yadnya, 2020). Citra tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan membutuhkan usaha dan waktu yang harus secara konsisten dibangun terus-menerus. Citra bisa dipandang baik maupun dipandang buruk tergantung dari bagaimana kualitas produk hingga *output* sekolah yang terlihat dan dirasakan masyarakat. Ketika sekolah memiliki keunggulan dan berprestasi maka akan terbentuk citra positif, sebaliknya jika warga sekolah berperilaku buruk maka akan terbentuk citra negatif. Faktor-faktor pembentuk citra positif sekolah: 1) Adanya komitmen memajukan sekolah, 2) Seluruh *stakeholders* memiliki kedisiplinan yang tinggi dalam bertugas, 3) Menjaga keindahan tampilan sekolah, 4) Berorientasi pada peningkatan prestasi (Yadnya, 2020).

Manfaat citra positif bagi lembaga pendidikan: 1) Memudahkan komunikasi yang efektif dari mulut ke mulut, 2) Menguatkan sikap positif terhadap organisasi 3) Memberikan fungsi dari pengalaman dan harapan konsumen/nasabah 4) Sebagai pelindung kesalahan-kesalahan kecil (Mujib & Septianingsih, 2020).

Kepercayaan Publik (*Public Trust*)

Akbarjono (2017) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan untuk mengandalkan kemampuan, integritas dan motivasi pihak lain untuk bertindak dalam rangka memuaskan kebutuhan dan kepentingan seseorang sebagaimana disepakati bersama secara implisit maupun eksplisit. Rahmat (2021) kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain didasarkan pada keyakinan bahwa partnernya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Sedangkan publik merupakan sekelompok orang yang berhubungan dan berkomunikasi dengan suatu organisasi baik secara internal maupun eksternal. Sebagaimana Nurtjahjani (2018) menyebutkan bahwa pengertian publik dalam *public relations* yaitu sekelompok orang yang menjadi target *public relations* itu sendiri. Dengan kata lain setiap organisasi memiliki publiknya masing-masing yang dapat berpengaruh organisasi tersebut.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan publik adalah keyakinan individu terhadap kemampuan (pelayanan, kinerja, sikap dan perilaku) orang lain atau suatu organisasi untuk dapat memenuhi harapannya dan sebaliknya pihak yang dipercaya tidak akan merugikan dirinya. Kepercayaan awal diperlukan untuk memulai suatu hubungan yang berorientasi pada jangka panjang. Oleh karena itu dalam mempertahankan kepercayaan publik suatu organisasi harus memberikan pelayanan yang konsisten seperti yang dipersepsikan di awal oleh calon pengguna/konsumen, bahkan ketika pelayanan yang diberikan melebihi harapan mereka maka tingkat kepercayaan suatu organisasi tersebut juga akan tinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di SMK IPIEMS Surabaya, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan metode untuk menggambarkan suatu hasil penelitian dengan mendeskripsikan, menjelaskan, juga validasi mengenai fenomena yang tengah diteliti (Ramadhan, 2021). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi humas sekolah dalam meningkatkan citra dan kepercayaan publik di masa pandemi serta faktor pendukung dan penghambat berjalannya strategi humas pada masa pandemi di SMK IPIEMS.

Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang didapat dari wakasek humas, sebagai pihak yang secara aktif mengelola kegiatan kehumasan di sekolah sehingga dianggap paling tahu tentang informasi yang dibutuhkan dalam penelitian, sehingga akan memudahkan peneliti dalam mendapatkan informasi yang sebagaimana adanya. Selain itu wawancara dilakukan dengan siswa-siswi SMK IPIEMS sebagai pengguna (*user*) sekaligus sebagai publik internal sekolah. Validitas data dilakukan dengan triangulasi data atau sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda yaitu dari peserta didik kelas X SMK IPIEMS Surabaya alasan peneliti mengambil siswa kelas X dikarenakan mereka mendaftar pada masa pandemi. Selain itu juga didukung dengan triangulasi teori untuk memberikan penjelasan banding (*rival explanation*).

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis Miles & Huberman, aktivitas yang dilakukan yaitu: 1) Mereduksi data (*Data Reduction*), mereduksi artinya merangkum hal pokok dan data yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang informasi yang tidak perlu sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas, terarah dan mempermudah peneliti dalam mengambil langkah selanjutnya dalam mengumpulkan atau mencari data lain yang dibutuhkan. 2) Menyajikan data (*Display Data*), penyajian data adalah proses penyusunan data/informasi secara sistematis, tersusun dalam pola hubungan agar diperoleh data yang lebih jelas lagi dari penemuan peneliti secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu. Pada penelitian ini data yang telah tersusun secara sistematis disajikan dalam bentuk deskripsi atau narasi dan tabel. Dalam penelitian ini penyajian data dilakukan dengan memilih atau mengumpulkan data yang berkenaan dengan citra dan kepercayaan publik terhadap SMK IPIEMS Surabaya serta bagaimana strategi humas dalam membangun citra dan kepercayaan publiknya kemudian faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menjalankan strategi humas tersebut. 3) Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verifications*), penarikan kesimpulan dilakukan setelah analisis data, jadi pengambilan kesimpulan harus berdasarkan pada hasil analisis data. Dalam menarik kesimpulan akhir dilakukan dengan menyesuaikan antara pernyataan subjek penelitian dengan makna dari masalah yang diangkat sebagai penelitian secara konseptual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Dan Kepercayaan Publik

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Wakasek Humas SMK IPIEMS Surabaya, perencanaan strategi humas di masa pandemi dalam meningkatkan citra dan kepercayaan publik di masa pandemi COVID-19 yaitu diawali dengan mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan masyarakat terutama orang tua, pada masa pandemi para orang tua cenderung mencari sekolah yang aktif, pembelajaran daring yang terlalu lama membuat para orang tua khawatir dan menginginkan pembelajaran tatap muka segera dilakukan. Oleh karena itu citra SMK IPIEMS lebih menonjolkan kegiatan siswa. Peserta didik juga didukung dengan program-program unggulan untuk meningkatkan kompetensinya, selain itu humas SMK IPIEMS juga selalu mengikuti perkembangan

tren dikalangan peserta didik seperti memaksimalkan media sosial sebagai media promosi sekolah seperti *Youtube, Instagram dan Facebook* hingga membuat studio *podcast*.

“Citra yang ingin ditunjukkan tentunya sejalan dengan slogan sekolah yaitu “berkarakter” dari semua *stakeholder* (guru, wakasek, kepek, dan siswa) selalu yang ditonjolkan adalah perbanyak kegiatan siswa yang diarahkan ke digital. Jurusan OTKP yang ditonjolkan adalah LAB Perkantornya, kemudian jurusan Akuntansi ada kelas pajak, pembelajaran semuanya menggunakan *google meet* dan *gcalssroom* dan sekolah sudah menyediakan akun *goggle* yang *unlimited* penyimpanannya. Kemudian difasilitasi internet/wifi. Kemudian untuk jurusan MM dan DKV adalah amal desain dan *podcast*.”

“Di masa pandemi kita langsung membangun studio *podcast* yang difasilitasi secara lengkap, jadi kegiatan apapun di sekolah selalu dibuatkan *podcast*. *Podcast* diisi oleh OSIS dan bebas diakses oleh siapa pun, itu menjadi strategi kita sehingga animo masyarakat melihat kegiatan anak SMK IPIEMS yang luar biasa itu kita jadikan modal untuk promosi di masa pandemi. Bahkan menerima kerja sama dengan pihak luar seperti LBKK kota surabaya, MKKS SMK swasta se-Surabaya kita fasilitasi secara gratis asalkan tetap memakai jasa anak-anak OSIS, selain itu kegiatan pengajian di keputih dimasukkan di youtube OSIS, Larasdikdudi juga sudah 2 kali menggunakan jasa SMK IPIEMS yang secara tidak langsung mempromosikan SMK IPIEMS itu sendiri”

“Selain itu kita ada kegiatan Amal Desain, yaitu kegiatan anak DKV untuk membantu mem-branding para UMKM di Surabaya. Jadi dibuatkan logo, dibuatkan sticker, dibuatkan banner, dll, yang diberikan secara digital karena tema SMK IPIEMS *go digital* jadi tidak ada kegiatan cetak mencetak.”

Dari hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa program-program unggulan dijadikan wadah untuk mempromosikan sekolah dimana program *podcast* dan Amal Desain tersebut terus ditonjolkan. Program *podcast* ini menjadi wadah kreatif peserta didik di bidang *broadcasting* yang diunggah di akun *YouTube* OSIS SMK IPIEMS. Pihak eksternal yang sudah menggunakan jasa SMK IPIEMS tidak sedikit, yaitu LBKK kota surabaya, MKKS SMK swasta se-Surabaya, dan Larasdikdudi. Kegiatan Amal Desain bertujuan mengembangkan kemampuan para peserta didik di bidang desain dan mengembangkan *skill* mereka dalam berinovasi dan berkarya dan mengajarkan kepada peserta didik bagaimana cara berbagi dari *skill* yang mereka miliki. Kegiatan ini mendapatkan respon positif dari para pelaku UMKM dan melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat lebih mengenal hasil karya siswa-siswi SMK IPIEMS. Melibatkan masyarakat dan pihak eksternal dalam program unggulan sekolah diharapkan dapat semakin menunjukkan karakter peserta didik SMK IPIEMS sehingga menarik minat dan kepercayaan para orang tua dan peserta didik untuk bersekolah di SMK IPIEMS.

Berkaitan dengan tema “*go digital*” hasil observasi yang dilakukan di lapangan menunjukkan dimana program ini mulai dilakukan sekolah mulai dari kegiatan ujian yang sudah bertransformasi dari mengerjakan manual berbasis kertas menjadi berbasis *online* yang bisa dikerjakan di HP (*handphone*) peserta didik masing-masing. Para peserta didik juga difasilitasi akun *google* pribadi dengan penyimpanan *unlimited* (*google drive*). Kedepannya, SMK IPIEMS juga membuat sistem informasi manajemen sekolah yang saat ini masih terus dikembangkan. Sistem informasi ini mengintegrasikan semua layanan sekolah baik informasi atau pengumuman bisa diakses dengan mudah oleh orang tua dan siswa.

Selain itu, kegiatan promosi pada masa pandemi yang awalnya konvensional juga harus bertransformasi ke arah digital. Dalam memperoleh citra dan kepercayaan masyarakat tidak bisa diperoleh secara instan melainkan perlu diusahakan oleh sekolah, salah satunya dengan intensif melakukan promosi melalui media sosial.

“Pada masa pandemi memang sudah tidak bisa lagi melakukan promosi secara langsung ke sekolah-sekolah SMP. Sehingga humas melakukan observasi terlebih dahulu media apa yang sedang ramai atau banyak digunakan saat ini, yaitu *instagram*. Humas sekolah memaksimalkan

promosi di *intagram* untuk meng-*update* kegiatan-kegiatan sekolah, seperti LDKS, MPLS, dll baik *intagram* sekolah maupun yang sedang *hits*, akun-akun yang disukai anak-anak muda. Kemudian dan *youtube*, yang juga diisi dengan kegiatan anak-anak. Seperti kegiatan *podcast* yang diupload di *youtube* yang diisi oleh OSIS dan bebas diakses oleh siapa pun, bahkan menerima kerja sama dengan pihak luar. Media promosi yang kami gunakan ada *Youtube*, *instagram*, *facebook*, dan *website*. Dengan melihat kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan animo masyarakat terhadap kegiatan anak disekolah menjadi modal untuk promosi dimasa pandemi.”

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa Humas SMK IPIEMS selalu berusaha untuk mempromosikan sekolah seluas mungkin, media sosial dalam hal ini sangat mendukung bagi kegiatan promosi menjadi lebih mudah. Dalam mempromosikan sekolah juga memperhatikan tren dikalangan anak muda (peserta didik) seperti memanfaatkan akun-akun *instagram* yang sedang populer untuk promosi sekolah yang bertujuan agar kegiatan promosi dapat dijangkau lebih luas.

Selain humas, guru dan siswa juga dihimbau untuk berperan aktif dalam mempromosikan sekolah seperti membantu dengan memposting brosur ataupun kegiatan-kegiatan sekolah di media sosial pribadinya. Selain itu, humas juga menggunakan strategi mulut ke mulut, loyalitas peserta didik dalam merekomendasikan sekolah kepada orang-orang disekitarnya juga menunjukkan memiliki peran yang besar terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah untuk putra-putrinya.

“Mereka juga ikut mendukung mempromosikan SMK IPIEMS, si guru juga paling tidak memasang status di mesia sosial tentang kegiatan-kegiatan. Kemudian peran serta siswa terutama, karena dalam hal ini kunci dari kesuksesan sekolah itu dari grafik analisa kita paling tinggi adalah dari pengaruh mulut ke mulut. Jadi kalau brosur angkanya sedikit Ketika kita survey kepada orang tua yang datang kesini, tau SMK IPIEMS dari mana? para orang tua mengatakan dari mulut ke mulut. Ketika mulut seseorang menjelekkkan kita itu sangat berbahaya sekali makanya kita selalu menjaga hal itu. Faktor utamanya adalah kita selalu menjaga pelayanan, baik dari siswa dan orang tua, kalau orang tua bertanya dari *chat* misalnya kita harus cepat membalas”

“Kita juga ada survey online (kuisisioner), kemudian kadang saya juga survey langsung bertanya kepada siswa misalnya tentang peralatan yang dibutuhkan, perkembangan trend, dsb. Karena kalau hanya mengandalkan survey online kadang siswa kurang serius dalam mengisinya.”

Dari hasil wawancara dapat dilihat peran para peserta didik dalam mempromosikan sekolah sangat berpengaruh terhadap keputusan peserta didik baru dan orang tua yang cenderung percaya dengan pendapat dari orang-orang yang sudah pernah menggunakan jasa SMK IPIEMS. Hal ini membuktikan bahwa citra maupun kepercayaan peserta didik dan alumni masih tinggi terhadap sekolah. Loyalitas mereka terbukti dapat melindungi sekolah dalam menangkal stigma negatif masyarakat yang masih melekat pada sekolah, menurut para peserta didik *image* sekolah di mata masyarakat adalah banyak anak nakal. Jadi, humas berusaha untuk tetap menjaga kepuasan para pengguna agar kepercayaan masyarakat terhadap sekolah tidak menurun. Cara sekolah untuk tetap mempertahankan loyalitas publik adalah dengan selalu memberikan pelayanan yang memuaskan baik dari kebutuaahn peserta didik maupun orang tua dengan selalu meningkatkan kualitas pembelajaran, meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan peserta didik, hingga memperluas jaringan kerja sama dengan berbagai mitra. Selain itu, humas berusaha untuk tanggap dalam melayani konsultasi wali murid baik secara langsung maupun dari pesan WA (*WhastApp*).

Hasil wawancara yang dilakukan bersama siswa-siswi SMK IPIEMS juga menunjukkan bahwa rekomendasi dari orang sekitarnya menjadi salah satu faktor mereka memilih SMK IPIEMS dibandingkan hanya dengan informasi yang ada di media sosial.

“saya dapat rekomendasi dari kakak, dulu sekolah disini. Katanya karena lingkungannya nyaman dan sudah terakreditasi A, guru-gurunya juga ramah dan selalu memotivasi kita untuk mendapatkan nilai yang bagus”

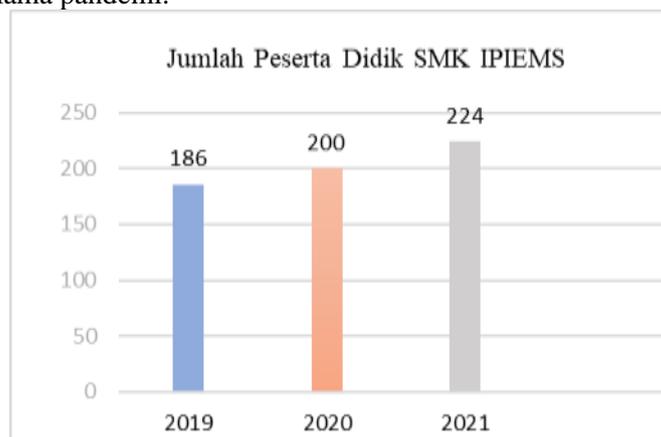
“kalau saya dapat rekomendasi dari kakak kelas SMP dan sekarang juga sekolah disini, katanya sekolahnya bagus, anak-anaknya ramah semua, dan gurunya baik, cara pemahaman materi lebih gampang”

“keunggulannya di SMK IPIEMS itu tentang lowongan kerja. Kita diajarkan mau kerja atau kuliah, kalau kerja kita akan diarahkan ke tempat-tempat yang bagus, kalau kuliah kita juga diarahkan.”

“untuk mencari tahu informasi tentang SMK IPIEMS kita datang kesini, di ruang waka menanyakan tentang jurusan. Brosur juga penting tetapi kalau informasinya kurang lengkap kita lebih memilih datang langsung ke sekolah. Kalau hanya dari media sosial kita kadang kurang percaya saja”

Dari hasil wawancara dengan siswa-siswi tersebut menunjukkan bahwa mereka sangat kritis dalam memilih sekolah karena dalam memilih sekolah akan menentukan masa depan mereka untuk melanjutkan ke jenjang berikutnya baik bekerja ataupun kuliah, oleh karena itu akreditasi sekolah, kompetensi guru, keunggulan dan fasilitas sekolah juga menjadi pertimbangan mereka dalam memilih SMK IPIEMS. Informasi yang ada di media sosial memang penting untuk mendapatkan minat siswa menggali lebih jauh tentang sekolah. Kunci utama yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih SMK IPIEMS adalah bagaimana pihak sekolah dapat memberikan informasi yang lengkap dan mampu memberikan penawaran produk atau program yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan mereka.

Untuk mengetahui image SMK IPIEMS di mata publik dan mengukur tingkat kepercayaan masyarakat selama pandemi dapat dilihat dari perkembangan jumlah peserta didik dari tahun 2019 sampai tahun 2021 sebagai indikator keberhasilan sekolah dalam meningkatkan citra dan kepercayaan publik terhadap SMK IPIEMS. Grafik yang disajikan di bawah ini menunjukkan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun selama pandemi.



Sumber: data diolah peneliti (2022)

Berdasarkan data pada grafik di atas, adanya peningkatan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun dapat menunjukkan adanya peningkatan terhadap kepercayaan masyarakat untuk memilih SMK IPIEMS. Data tersebut dikategorikan oleh sekolah sebagai berikut: pada tahun 2019 angka 186 dikategorikan “kurang”, pada tahun 2020 angka 200 dikategorikan “cukup”, dan pada tahun 2021 angka 224 dikategorikan “melebihi target”. Dalam hal ini bisa disimpulkan bahwa strategi-strategi humas berhasil meningkatkan citra dan kepercayaan publik pada masa pandemi.

Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Menjalankan Strategi Humas

Salah satu dampak positif adanya kebijakan PJJ adalah banyak berkembangnya digitalisasi sekolah di Indonesia, meskipun banyak juga sekolah yang mengalami kendala karena tidak ada persiapan dan

kesulitan untuk beradaptasi. Wakasek humas menyebutkan bahwa dalam hal ini SMK IPIEMS tidak mengalami kesulitan karena sudah menyadari pentingnya transformasi pendidikan ke arah digital sehingga sudah mulai melakukan *hybrid learning* jauh sebelum pandemi sejak tahun 2016. *Google classroom* sudah mulai digunakan dalam pemberian tugas sehingga ketika pandemi tidak gagap dengan teknologi dalam pendidikan.

Faktor pendukung yang lain adalah dukungan dari setiap unsur sekolah, dalam menjalankan program-program dan kegiatan kehumasan tentunya membutuhkan bantuan dari berbagai pihak. Menurut wakasek humas setiap pihak saling membantu dan melengkapi sesuai bagian masing-masing. Sehingga kerja sama seluruh staff sangat harmonis dari atas sampai ke bawah.

“tentunya yang menjadi faktor pendukung yakni dukungan dari semua pihak terutama kepala sekolah dalam memberikan izin, rekan-rekan staff (tim) dari waka kurikulum, kesiswaan, sarpras, seluruh kaproli dan guru-guru itu juga membantu kehumasan. Ketika izinnya positif untuk sekolah, untuk promosi sekolah dan untuk agar anak-anak kompeten di bidangnya kepala sekolah dan guru-guru akan mendukung.”

“kepala sekolah selalu mendukung ketika kegiatan tersebut memang untuk siswa bukan untuk pribadi dan siswa kan selalu meminta izin dalam mengajukan program kegiatan kepada kepala sekolah, kepala sekolah juga selalu memberikan suport untuk dana operasional kegiatan yang diserahkan ke siswa.”

Dalam mencapai suatu tujuan, selain ada faktor pendukung juga tidak lepas dari faktor-faktor penghambat, sejauh ini menurut Wakasek Humas belum ada kendala yang signifikan dalam membangun citra dan kepercayaan publik di masa pandemi. Kalaupun ada kendala, itu merupakan kendala yang umum terjadi di semua sekolah. Menurut Wakasek Humas memang sistem pembelajaran *full* daring seperti ini menjadi hambatan tersendiri bagi sekolah SMK untuk bisa memaksimalkan pembelajaran. Hal ini terjadi karena peserta didik SMK yang seharusnya banyak menghabiskan pembelajaran produktif kejuruan dengan praktik namun harus belajar mandiri di rumah dengan peralatan yang seadanya. Meskipun guru sudah membuat video pembelajaran dengan peralatan yang lengkap tetapi tetap saja peserta didik kurang bisa memahami karena tidak bisa mempraktikkan langsung.

“sejauh ini di masa pandemi SMK IPIEMS belum mengalami kendala dalam meningkatkan peserta didik baru, bahkan jika sebelum masa pandemi kekurangan siswa bahkan setelah pengumuman negeri 1 minggu, 1 bulan, 2 bulan baru pemenuhan pagu, di masa pandemi ini sekolah banyak mendapatkan peminat sebelum sekolah negeri penuh, SMK IPIEMS sudah menutup pendaftaran. Dimana siswa-siswi selama ini cenderung mendaftar ke sekolah negeri baru ke sekolah swasta. Dimasa pandemi orang tua juga cenderung memilih sekolah mana yang aktif dalam pembelajaran. Terlebih di media *online*-nya kita sangat aktif dan mempromosikan bagaimana pembelajaran *online* kepada orang tua dan peserta didik.”

“SMK IPIEMS sudah tidak kaget, sekolah IPIEMS sudah melakukan media *online*/metode *hybrid* sejak 2016 dalam penugasan, tugas apapun selalu pengumpulannya di *google classroom*.”

“hanya saja ketika pada masa pandemi yang harus melakukan pembelajaran *full online* bagi siswa SMK ketika pembelajaran praktik menjadi terbatas sehingga pada waktu pembelajaran *offline* mulai berlangsung harus kembali mengulang pembelajaran pada masa *online*. Karena keterbatasan alat yang dipraktikkan langsung oleh siswa.”

“selain itu kendalanya siswa malas, tidak bisa bayar SPP itu semua merupakan kendala umum yang dialami hampir semua sekolah”.

Dari hasil wawancara diatas dapat dilihat bahwa SMK IPIEMS kendala yang dihadapi dalam menjalankan program kehumasan adalah masalah-masalah yang umum dialami setiap sekolah dalam menghadapi kondisi pandemi yaitu terkait terbatasnya kegiatan praktik dan terbatasnya guru dalam mengawasi peserta didiknya, dimana pembelajaran daring yang terlalu lama membuat peserta didik bosan dan malas. Selain itu kendala teknis seperti sinyal internet yang tidak stabil juga mempengaruhi

kelancaran proses pembelajaran. Hal-hal ini yang mempengaruhi kepuasan peserta didik terhadap pembelajaran daring. Namun, SMK IPIEMS sudah siap dengan adanya pembelajaran jarak jauh atau pembelajaran daring karena sebelum pandemi sudah terbiasa menggunakan *hybrid learning* terutama penggunaan *Google Classroom*.

Pembahasan

Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Dan Kepercayaan Publik

Salah satu tujuan dari *public relations* adalah untuk memperoleh opini positif dari masyarakat apalagi ditengah kondisi pandemi dengan pembelajaran jarak jauh (PJJ) yang menghambat segala aktivitas belajar-mengajar membuat persepsi publik terhadap lulusan SMK menjadi negatif. Strategi yang dilakukan oleh humas sekolah tentunya berdampak pada terbentuknya persepsi masyarakat. Persepsi positif tergantung dari bagaimana humas dapat mengatasi semua opini negatif dan menjawab kekhawatiran dari para konsumennya dalam hal ini peserta didik dan orang tua mengenai kualitas pelayanan pendidikan. Selain itu dalam merencanakan strategi harus disusun terstruktur mulai dari tujuan dan sasaran yang jelas terutama dalam aspek peningkatan mutu sekolah. Suatu organisasi juga harus mampu melihat apa yang sedang dibutuhkan oleh konsumen agar strategi yang dijalankan tepat sasaran. Faridah (2020) Strategi humas dalam pendidikan ialah suatu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan atau target yang telah ditetapkan oleh manajemen humas sekolah.

Humas berperan dalam mengelola reputasi dan membuat gagasan yang cemerlang untuk meningkatkan reputasi mendatang (Kurnia, dkk 2013). Perumusan perencanaan program humas SMK IPIEMS Surabaya berorientasi pada visi dan misi sekolah yaitu program-program yang dibuat difokuskan pada menunjukkan kreativitas dan peningkatan kompetensi para peserta didik. Pemanfaatan teknologi dipercayai oleh Wakasek Humas sebagai media yang tepat untuk mengembangkan kompetensi peserta didik. Oleh sebab itu, di masa pandemi sekolah berupaya untuk mengembangkan kegiatan-kegiatan yang kreatif dan menarik yang bermakna bagi peserta didik dan masyarakat. Mengembangkan program unggulan yang populer yang dapat menjadi nilai tambah dan berhubungan dengan kebutuhan dasar masyarakat akan berdampak dalam kepercayaan masyarakat terhadap sekolah (Akbarjono, 2017). Melalui program-program di SMK IPIEMS seperti podcast dan Amal Desain yang melibatkan masyarakat dan pihak eksternal lainnya diharapkan dapat menunjukkan karakter peserta didik dan mempromosikan sekolah, yang diharapkan pada peningkatan citra dan kepercayaan terhadap sekolah dan memiliki *benefit* jangka panjang dalam melindungi citra positif di kalangan masyarakat.

Publikasi merupakan salah satu kegiatan humas, publikasi yakni upaya mengenalkan organisasi kepada publik (Rahmat, 2021). Publikasi dilakukan oleh sekolah agar tetap eksis dikalangan masyarakat dan menarik minat dan simpati para siswa terhadap sekolah (Rizky, dkk 2017). Humas memerlukan media untuk menyampaikan informasi kepada publik yang disebut media humas, Kharima (2020) meyebutkan bahwa pemilihan media humas harus disesuaikan dengan strategi humas agar pesan dapat diterima publik secara efektif dan efisien. Media yang digunakan SMK IPIEMS yaitu *YouTube*, *Instagram*, *Facebook* dan *Website*. Media sosial dijadikan peluang bagi wakasek humas dalam meningkatkan *image* positif dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah di masa pandemi. Segala kegiatan, prestasi, keunggulan dan program-program sekolah dipublikasikan agar animo masyarakat melihat kegiatan SMK IPIEMS menjadi positif.

SMK IPIEMS sudah secara optimal dalam mengelola media sosialnya dengan aktif mengunggah segala kegiatan sekolah. Selain kegiatan publikasi, kegiatan promosi sekolah selama kegiatan PPDB juga sudah bertransformasi ke arah digital. Selain media sosial yang dimiliki internal sekolah, humas juga bekerja sama dengan akun media sosial eksternal yang sedang disenangi anak muda agar kegiatan promosi dapat dijangkau masyarakat lebih luas. Namun dari hasil penelitian menunjukkan bahwa peserta didik yang semakin kritis memilih sekolah cenderung mencari informasi yang lengkap dan bisa dipercaya. Mereka menilai bahwa informasi di media sosial maupun media cetak biasanya

kurang lengkap sehingga mereka membutuhkan tambahan informasi dengan datang langsung ke sekolah untuk menanyakan tentang jurusan. Dalam kondisi ini kemampuan dalam menyampaikan informasi dengan lengkap dan menawarkan program menarik menjadi poin penting dalam promosi sekolah. Hasil penelitian Trinoto (2019) yang berjudul efektifitas media sosial sebagai alat promosi pada sekolah menengah kejuruan di Bekasi yang dilakukan di SMK Yadika 6 menunjukkan bahwa media sosial tidak selalu berdampak bagi penerimaan calon siswa baru.

Tingkat *public trust* merupakan keluaran dari berbagai elemen yang saling terkait yang meliputi kinerja, konsistensi dan sikap atau perilaku setiap unsur organisasi yang ditunjukkan melalui keteladannya (Widaningrum, 2017). Oleh sebab itu, penting untuk menunjukkan segala proses penyelenggaraan pendidikan, prestasi dan keunggulan yang dimiliki sekolah agar diketahui dan dikenal oleh publik. Selain itu, sekolah harus mampu memberikan konsistensinya terhadap apa yang dipublikasikan maupun dipromosikan melalui media sosial untuk mempertahankan kepercayaan mereka. Lembaga pendidikan dikatakan “bermutu” jika input, proses dan output relevan dengan tuntutan pengguna jasa pendidikan (Nurul, 2018). Sekolah Menengah Kejuruan berorientasi pada dunia kerja tujuannya adalah menghasilkan *output* yang terampil yang di tuntut oleh dunia usaha dan dunia industri. Dalam meningkatkan kepercayaan SMK IPIEMS memiliki keunggulan dalam peluang kerja yang ditawarkan kepada calon siswa baru yaitu dengan memilihkan tempat magang yang berpotensi untuk mengikuti *recruitment*.

Kepuasan para pengguna terhadap sekolah merupakan faktor penting dalam menjaga stabilitas keberlangsungan penyelenggaraan sekolah. Salah satu keluaran dari kepuasan mereka berdampak besar terhadap loyalitas peserta didik dan orang tua sebagai konsumen. Salah satu bentuk loyalitas yang dapat didapatkan yakni kesediaan mereka untuk mempromosikan bahkan merekomendasikan sekolah kepada orang sekitarnya. Seorang konsumen tidak dengan sendirinya memiliki keputusan dalam pembelian barang atau jasa akan tetapi mempertimbangkan informasi dari orang terdekat atau yang dipercayanya (Gaol, 2018). Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) menunjukkan pengaruh besar terhadap minat dan kepercayaan masyarakat terhadap SMK IPIEMS, hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara peserta didik kelas X yang mendaftar di SMK IPIEMS atas rekomendasi dari rekannya. Jadi, loyalitas menjadi strategi promosi yang memiliki pengaruh besar bagi SMK IPIEMS dibandingkan dengan kegiatan promosi lainnya. Aceh (2019) dalam penelitiannya mengenai strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan menyebutkan bahwa tujuan dari loyalitas pelanggan yaitu untuk mempertahankan pengguna jasa pendidikan, apabila suatu lembaga pendidikan ingin bertahan lama, maka strategi peningkatan citra perlu dilakukan dengan cara memenuhi seluruh harapan pengguna jasa sehingga tercipta loyalitas.

Sistem pembelajaran yang berubah total di masa pandemi menuntut pihak sekolah untuk selalu memberikan penerangan kepada wali murid terkait perkembangan kegiatan pendidikan dengan protokol dan regulasi dari pemerintah untuk menjawab kekhawatiran mereka. Seperti tanggap melayani konsultasi wali murid baik secara langsung maupun melalui pesan *WhatsApp*. Penelitian oleh Indrianti (2021) yang berfokus pada pelayanan informasi publik di masa pandemi Covid-19 menyebutkan bahwa dalam masa pandemi ini upaya humas SMKN 1 Surabaya dirasa sangat penting dalam memberikan pelayanan dan menyampaikan informasi kepada pihak orang tua dan siswa mengenai sistem belajar daring, proses penerimaan peserta didik baru, praktek kerja industri, dan lainnya. Meskipun sekolah dihadapkan dengan hambatan pandemi, ketika para pengguna (*user*) menyadari bahwa sekolah selalu berusaha bertanggung jawab untuk tetap memberikan pembelajaran yang terbaik maka kepercayaan mereka terhadap sekolah tetap terjaga. Meningkatnya pendaftar di SMK IPIEMS selama PPDB pada masa pandemi menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sekolah juga tinggi.

Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Menjalankan Program Humas

Humas adalah bagian yang sangat erat dalam suatu lembaga, hal itu bukan merupakan fungsi ataupun bagian yang bisa berdiri dengan sendirinya (Afkarina, 2018). Dalam merencanakan strategi dan menjalankan program humas tidak hanya dijalankan oleh wakasek humas sendiri, karena secara teknis humas sekolah tidak memiliki staff melainkan pelaksanaan humas dibantu oleh rekan-rekan (wakasek dan kaproli). Kepala sekolah sebagai pemimpin lembaga pendidikan merupakan faktor penting dalam menentukan keberhasilan proses pendidikan peserta didik di sekolah.

Kepala sekolah adalah inspirator dan motivator bagi unsur-unsur sekolah yang bertanggungjawab atas tercapainya tujuan pendidikan di sekolah (Satria, dkk 2019). Kepala sekolah selalu mendukung ketika ada kegiatan yang memang memberikan pengaruh positif terhadap sekolah dan bertujuan untuk meningkatkan kompetensi siswa. Begitu pula dengan program-program yang dibuat selama pandemi COVID-19 kepala sekolah selalu memberikan dukungan. Setiap pihak saling bekerja sama dalam melancarkan program humas, kepala sekolah memberikan izin hingga pendanaan kegiatan operasional, kemudian dukungan seluruh staff dalam memenuhi kebutuhan kehumasan baik sarana prasarana maupun yang lain. Sehingga kerja sama semua pihak sangat harmonis dari atas sampai ke bawah. Dengan adanya sinergitas ini, humas sekolah dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhan para pengguna.

Sandyakala (2020) juga menyebutkan bahwa membangun citra merupakan tanggung jawab bersama dan semua pihak dalam lembaga pendidikan mempunyai peran dalam membangun citra (*image*) lembaga tersebut. Artinya, semua unsur yang ada di dalam sekolah dapat mencerminkan citra sekolah di mata masyarakat mulai dari kepala sekolah, guru, dan peserta didik. Segala tindakan individu yang ditunjukkan kepada masyarakat akan dinilai sebagai gambaran dari sekolah itu sendiri. Oleh karena itu sekolah selalu menjaga sikap dan pelayanannya serta meningkatkan prestasi-prestasinya.

Sekolah harus mampu mengidentifikasi peluang dan beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang tidak terduga sehingga dapat merancang strategi yang tepat untuk tetap menjaga kualitasnya kepada publik. Seperti pada keadaan pandemi yang secara tidak langsung menjadi tantangan pihak lembaga pendidikan untuk tetap memberikan pelayanan pendidikan yang memuaskan dan secara profesional dapat memberikan alternatif dalam menghadapi kondisi pandemi. Reputasi sekolah pada masa pandemi akan dinilai dari seberapa cepat mereka bisa beradaptasi dan kemampuan mereka menjaga kualitas pendidikan (Ahmad, 2021). Ditengah digitalisasi sekolah akibat pandemi SMK IPIEMS sudah siap karena jauh sebelum pandemi mereka sudah menerapkan *hybrid learning*, kesadaran akan pentingnya mengikuti perkembangan teknologi bagi peserta didik juga sudah ada sebelum pandemi. Hal ini menjadi keuntungan tersendiri karena ketika ada kebijakan pembelajaran jarak jauh (PJJ) para guru di SMK IPIEMS tidak gagap dengan penggunaan teknologi dalam pembelajaran daring.

Dari hasil penelitian menunjukkan dalam upaya peningkatan citra dan kepercayaan publik di SMK IPIEMS belum mengalami kendala, di tengah pandemi kendala yang dialami yakni masalah-masalah yang umum dialami setiap sekolah selama pembelajaran jarak jauh (PJJ) mulai dari siswa jenuh, sinyal internet tidak stabil, serta keterbatasan guru dalam mengawasi peserta didik. Bagi sekolah SMK pembelajaran jarak jauh menjadi hambatan tersendiri dalam melakukan pembelajaran praktik hal ini yang dapat mempengaruhi kepuasan mereka terhadap sekolah. Meski begitu para peserta didik memaklumi kendala tersebut dan menilai sekolah sudah berusaha memberikan pembelajaran yang aktif di tengah pandemi dengan mengikuti regulasi dari pemerintah dan dinas pendidikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan di atas dapat ditarik simpulan yakni strategi yang digunakan humas SMK IPIEMS dalam keberhasilannya meningkatkan citra dan kepercayaan publik pada masa pandemi yaitu dengan intensif melakukan promosi, baik melalui program unggulan

sekolah yang melibatkan masyarakat dan pihak eksternal, dan mempertahankan loyalitas peserta didik dan alumni untuk bersedia merekomendasikan sekolah kepada orang disekitarnya. Strategi tersebut dilakukan dalam upaya SMK IPIEMS untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat dalam menghadapi kritisnya masyarakat dalam memilih sekolah. Faktor pendukung berjalannya strategi humas yakni 1) Sekolah tidak gagap dengan teknologi karena pembelajaran *hybrid* sudah dilakukan SMK IPIEMS jauh sebelum masa pandemi, 2) Dukungan dan sinergi yang harmonis dari kepala sekolah dan rekan-rekan (wakasek dan kaproli) dalam merencanakan sampai menjalankan program-program humas. Faktor penghambat mencapai tujuan humas yakni masalah yang umum di alami hampir semua sekolah dalam menjalankan pembelajaran jarak jauh (PJJ).

Penelitian ini mengalami keterbatasan penelitian sebagai berikut: 1) peneliti hanya berfokus pada strategi humas; 2) strategi humas yang dimaksud hanya ditujukan pada upaya meningkatkan citra sekolah dan kepercayaan publik pada masa pandemi COVID-19; 3) hasil penelitian ini hanya berlaku di SMK IPIEMS Surabaya.

SARAN

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti strategi humas dalam meningkatkan citra dan kepercayaan publik disarankan untuk mengkaji lebih banyak referensi agar hasil penelitian lebih lengkap dan lebih memperdalam persepsi publik agar penelitian selanjutnya dapat memberikan data faktual yang lebih baik untuk dapat mengukur dan mengevaluasi implementasi strategi humas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aceh, A. S. (2019). *RELATIONSHIP MARKETING DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN DI SMA NEGERI 10*. Universitas Negeri Ar-Raniry.
- Afkarina, N. I. (2018). Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan. *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 50–63. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v2i1.5124>
- Agustine, N. S. (2017). *Strategi humas dalam upayamenjaga dan meningkatkan reputasi sekolah (studi kasus di smk antonius semarang)*. Universitas Negeri Semarang.
- Ahmad, M. (2021). Manajemen Hubungan Sekolah Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Masa Pandemi Covid-19. *IMProvement*, 8(2), 55–71.
- Akbarjono, A. (2017). Ekspansi “Trust” Dalam Evaluasi Pendidikan Meniti Kreadibilitas Hasil Belajar. *Nuansa*, 10(2), 178–190. <https://doi.org/10.29300/nuansa.v10i2.653>
- Andreas. (2021). Penerapan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Webinar Nasional IAHN-TP Palangka Raya*, 2(6), 102.
- Dimiyati A, M., Suwardiyanto, D., Yulindoko, H., & Arief W, V. (2018). Pemanfaatan Teknologi Sebagai Media Pembelajaran Daring (on Line) Bagi Guru Dan Siswa Di Smk Nu Rogojampi. *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 96–100. <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v2i2.565>
- Elyus, D. S., & Soleh, M. (2021). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 09, 281–289.
- Faridah, S. (2020). STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DALAM MENINGKATKAN CITRA PUBLIK LEMBAGA PENDIDIKAN PADA MASA PANDEMIC

- COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 7(02), 129–139.
- Gaol, W. R. L. (2018). *Pengaruh komunikasi interpersonal salesman terhadap minat beli pelanggan pada PT. cipta niaga semesta*. Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Indrianti, F. (2021). *UPAYA HUMAS SMKN 1 SURABAYA DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN INFORMASI PUBLIK DI MASA PANDEMI COVID-19*. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Juhji, Febrianty, Marantika, N., Gumilar, R., Apud, Marlina, N., Kholik, A., & Arifudin, O. (2020). *Manajemen Humas Sekolah*. WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Juhji, Nadeak, B., Arifudin, O., Mustafa, M., Choiriyati, W., Hanika, I. M., Tanjung, R., & Adiarsi, G. R. (2021). *MANAJEMEN HUMAS PADA LEMBAGA PENDIDIKAN*. WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Kharima, L. (2020). Analisis Strategi Humas Dalam Meningkatkan Image Positif Pelayanan Administrasi di Kantor Kepala Desa Watudandang Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8, 1–8.
- Kriyantono, R. (2021). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis dan Pemerintah*. Kencana.
- Kurnia, I. H., Santoso, D., & Dkk. (2013). REPUTASI SEKOLAH (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta). *Jupe UNS*, I(2), 1–7. <https://media.neliti.com/media/publications/13532-ID-strategi-humas-dalam-meningkatkan-reputasi-sekolah-studi-kasus-di-sma-negeri-1-s.pdf>
- Mujib, F., & Septianingsih, T. (2020). *School Branding: Strategi di Era Disruptif*. PT Bumi Aksara.
- Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2013). The Mediating Role of Customer Trust on Customer Loyalty. *Journal of Service Science and Management*, 06(01), 96–109. <https://doi.org/10.4236/jssm.2013.61010>
- Nurtjahjani, F. (2018). *Public Relations Citra dan Praktek*. POLINEMA PRESS.
- Nurul. (2018). Strategi Manajemen Humas Dalam Menyampaikan Program Unggulan Madrasah. *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(1), 36–48. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i1.247>
- Pamungkas, A. J., & Setiawan, H. M. (2018). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Positif (Studi Empiris Pada Pondok Pesantren Modern Darul Amanah Sukoreko Kabupaten Kendal)*. 2.
- Prestiadi, D. (2020). Effectiveness of e-learning implementation as a distance learning strategy during coronavirus disease (covid-19) pandemic. *Proceeding International Webinar on Education 2020*, 5, 47–53. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Pro/article/view/5950>
- Rahmat, A. (2021). *HUBUNGAN SEKOLAH DAN MASYARAKT: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah*. Zahir Publishing.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Cipta Media Nusantara (CMN).
- Rizky, A., Lutfi, M. Z., Oktaviani, R. I., Saputri, S. E., & Sunarni. (2017). Strategi Pemasaran Sekolah Dengan Melibatkan Masyarakat Dalam Pelaksanaan Programkegiatan Humas. *Seminar Nasional - Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri*

Malang, 13–20.

- Sandyakala, M. C. (2020). Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan The Public Relations Role in Enhancing the Image of Educational Institutions. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan Volume*, 25(1), 1–9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jss.2014.12.010><http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.034><https://www.iiste.org/Journals/index.php/JPID/article/viewFile/19288/19711><http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.678.6911&rep=rep1&type=pdf>
- Satria, R., Supriyanto, A., Timan, A., & Adha, M. A. (2019). Peningkatan mutu sekolah melalui manajemen hubungan masyarakat. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7(2), 199–207. <https://doi.org/10.21831/amp.v7i2.26018>
- Siskawati, S. (2021). *Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan di SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo* [Institusi Agama Islam Negeri Ponorogo]. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/15352>
- Suratman, B., & Wulandari, S. S. (2017). *Public Relations Talents of PR*. Salemba Humamika.
- Trinoto, A. A. (2019). *EFEKTIFITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PROMOSI PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN DI BEKASI*. 3(3).
- Trisnawati, A., & Syarah, M. M. (2017). Strategi Humas Politeknik Negeri Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, VIII(September), 275–280.
- Wardiono, K., Choiriyah, S., & Pambudi, W. (2021). Pembelajaran Sekolah Unggulan Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Tentang Manajemen Pembelajaran di Sekolah Menengah Atas Islam Terpadu Hidayah Klaten). *Al-Manar: Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 10(1), 1–16.
- Widaningrum, A. (2017). Public Trust and Regulatory Compliance. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 21(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jsp.28679>
- Yadnya, I. G. A. O. (2020). *Peran Strategis Pengawas Sekolah Mejawab Globalisasi Pendidikan*. Guepedia.
- Yolanda, A., Nurismilida, & Sari, R. A. (2021). *Peranan Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Perusahaan*.