

**SKRIPSI**

**MANAJAMEN HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN  
SEKOLAH MENENGAH PERTAMA (SMP) NEGERI 3  
CEMPA KABUPATEN PINRANG**



**PROGRAM STUDI MANAJAMEN PENDIDIKAN ISLAM**

**FAKULTAS TARBIYAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PAREPARE**

**2025**

**MANAJAMEN HUMAS DALAM MEMPROLOSIKAN  
SEKOLAH MENEGAH PERTAMA (SMP) NEGERI 3  
CEMPA KABUPATEN PINRANG**



Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)  
Pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam  
Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJAMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS TARBIYAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE  
2025**

**PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING**

Judul Skripsi	:	Manajmen Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Pertama (Smp) Negeri 3 Cempa Kabupaten Pinrang
Nama	:	Anita
NIM	:	2120203886231024
Program Studi	:	Manajemen pendidikan islam
Fakultas	:	Tarbiyah
Dasar Penetapan Pembimbing	:	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Tarbiyah No : B- 3458/In.39/FTAR,01/PP.00.9/09/2024
Pembimbing Utama	Disetujui Oleh	: Dr. Abd. Halik, M.Pd.I. (.....)
NIP	:	197910052006041003
	Mengetahui:	Dekan Fakultas Tarbiyah
	KEMENTERIAN AGAMA	FAKULTAS TARBIYAH
	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI	Dr. Zulfiah, M.Pd
		NIP : 19830420 200801 2 010

**PENGESAHAN KOMISI PENGUJI**

Judul Skripsi : Manajmen Humas Dalam  
Mempromosikan Sekolah Menengah  
Pertama (Smp) Negeri 3 Cempa  
Kabupaten Pinrang

Nama : Anita

Nim : 2120203886231024

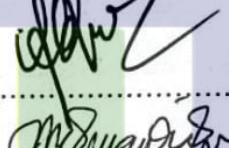
Program Studi : Manajemen pendidikan islam

Fakultas : Tarbiyah

Dasar Penetapan Penguji : B.2510/In.39/FTAR.01/PP.00.9/07/2025

Tanggal Kelulusan : 9 Juli 2025

Disetujui Oleh (Ketua)   
Dr. Abd. Halik, M.Pd.I. (.....)

(Anggota)   
Dr. Mardia, S.Ag., M.Pd. I. (.....)

(Anggota)   
Drs. Ismail, M.M. (.....)

Mengetahui:  
Dekan Fakultas Tarbiyah



NIP : 19830420 200801 2 010

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَئْتِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدَ وَعَلَى أَهْلِهِ وَصَحْبِهِ  
أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Karena berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Hj. Sani dan Ayahanda H. Abd. Kadir tercinta dimana dengan pembinaan dan berkat doa yang tulus, serta keluarga besar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dengan dukungan dan doa dari meraka penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak, Dr. Abd. Halik, M.Pd.I. selaku pembimbing utama, dan para penguji 1 dan penguji 2 atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis mengucapkan terima kasih.

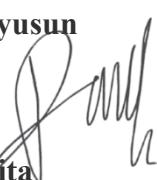
Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Zulfah, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Tarbiyah atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Bapak Dr. Abd Halik,M.Pd. selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah berjasa sehingga program studi Manajemen Pendidikan Islam saat ini berkembang dengan baik.
4. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama melaksanakan studi di IAIN Parepare, Serta seluruh kepala unit yang berada di lingkungan IAIN Parepare beserta Staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama melaksanakan studi di IAIN Parepare
5. Terima Kasih kepada Kepala Sekolah SMP Negeri 3 Cempa, guru, dan seluruh rekan – rekannya yang senantiasa menyempatkan waktu untuk membantu selama proses penyusunan skripsi.
6. Terimakasih kepada temanku lisa, wanti, dan padil yang dari kecil membersamai penulis sampai sekarang. Terima kasih untuk sodariku yang selalu menemani di masa – masa perkuliahan ini Amelia, Nur Risna, Mega, Hikma yang selalu bersama hingga penulis menyelesaikan studinya.
7. Dan yang terakhir saya ucapkan banyak terima kasih kepada diri saya sendiri (ANITA) yang sudah sangat hebat dan sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih sudah kuat, terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu berusaha dan pantang menyerah sesulit apapun penyusunan skripsi.

Parepare, 18 Juli 2025  
20 Dzhulhijjah 1446 H

**Penyusun**



Anita  
NIM2120203886231024

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anita  
Nomor Induk Mahasiswa : 2120203886231024  
Tempat/ Tgl. Lahir : Pinrang, 08 Oktober 2003  
Program Studi : Manajemen pendidikan islam  
Fakultas : Tarbiyah  
Judul Skripsi : Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Pertama (Smp) Negeri 3 Cempa Kabupaten Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh keasadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 18 Juli 2025

Penulis

Anita

NIM2120203886231024

## ABSTRAK

**Anita.** *Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menegah Pertama (SMP) Negeri 3 Cempa Kabupaten Pinrang. (Dibimbing Oleh Bapak Abd. Halik)*

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan manajemen hubungan masyarakat (humas) dalam mempromosikan SMP Negeri 3 Cempa, Kabupaten Pinrang, serta menganalisis peran, tantangan, dan hasil pelaksanaannya. Dengan masalah yang dihadapi Humas dalam mempromosikan sekolah seperti peran Humas yang dilaksanakan kurang dalam melakukan tugasnya serta dalam tantangan yang dihadapi Humas seperti adanya sistem Zona, kurang aktif dalam media sosial dalam sekolah, sumber dana yang masih terbatas, dan fasilitas yang kurang memadai.

Metode yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada tanggal 22 april sampai dengan 21 juni lokasi penelitian SMPN 3 Cempa dengan sumber data yang diperoleh dari kepala sekolah, waka Humas, guru dan staf tata usaha Sedangkan analisis data menggunakan model interaktif Miles dan huberman yang meliputi reduksi data, dan penyajian data dan penarikan kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa humas memiliki, 1) peran Humas di SMPN 3 Cempa yaitu, menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat, , meperkenalkan sekolah kepada masyarakat, menarik minat siswa siswi, dan orang tua siswa dan masyarakat, memberikan citra positif terhadap sekolah, dan menjalin hubungan kerja sama antar pihak eksternal dan internal. Namun, humas menghadapi, 2) tantangan Humas dalam mempromosikan sekolah yaitu keterbatasan anggaran, minimnya pengatahan teknologi,dan sistem zonasi dan 3) hasil dari peran Humas dalam sekolah masih kurang dan perlu peningkatan lebih lanjut. Dengan demikian Humas dalam mempromosikan sekolah itu masih kurang dan perlu di tingkatkan untuk promosi ke depanya.

**Kata Kunci:** Manajemen Humas, Promosi, Sekolah Menegah, Masyarakat

## DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan masalah .....	6
C. Tujuan penelitian.....	7
D. Kegunaan penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori .....	13
C. Kerangka Konseptual .....	24
D. Kerangka Pikir .....	25
BAB III METODE PENELITIAN .....	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	28
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	28
C. Fokus Penelitian .....	29
D. Jenis dan Sumber Data .....	30
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Uji Keabsahan Data .....	32

G.	Teknik Analisis Data .....	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
A.	Hasil Penelitian .....	37
B.	Pembahasan.....	52
BAB V	PENUTUP.....	68
A.	Kesimpulan .....	68
B.	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		I
BIODATA PENULIS .....		XXVIII



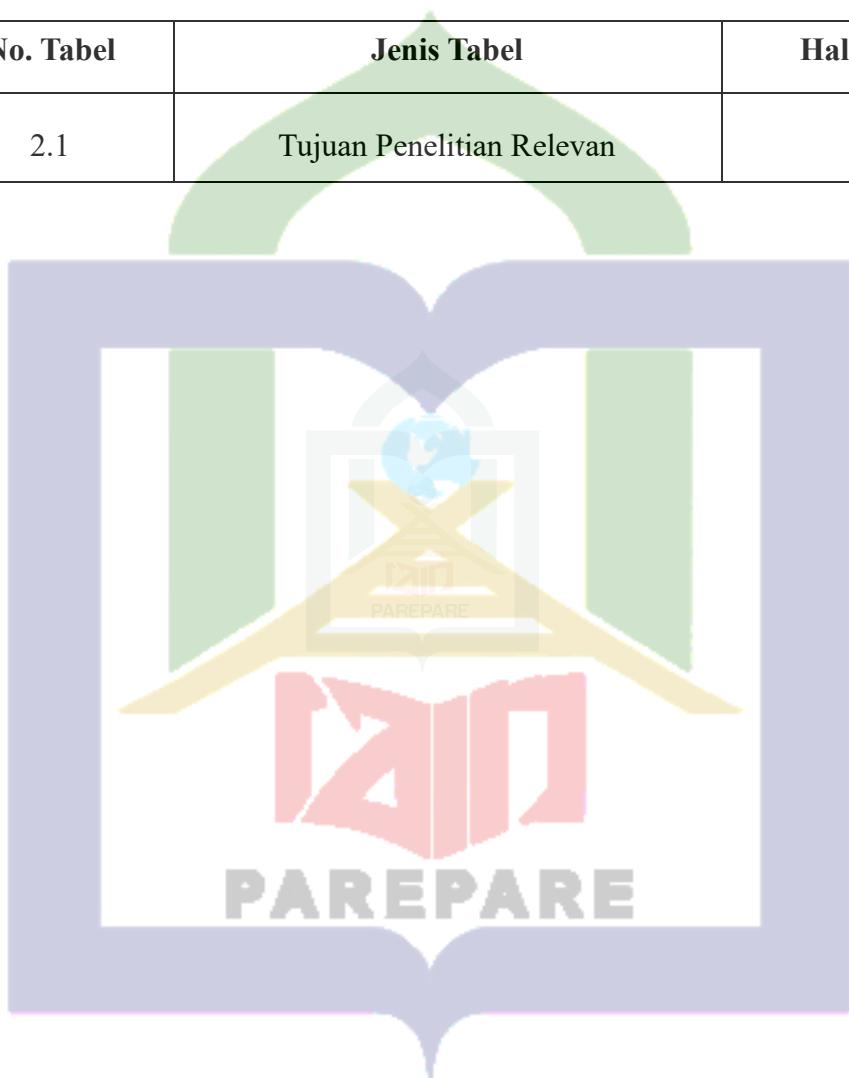
## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Jenis Gambar	Halaman
3.1	Analisis Data Model Miles Dan Huberman	34
4.2	Grafik Jumlah Peserta Didik	41



## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Jenis Tabel	Halaman
2.1	Tujuan Penelitian Relevan	10



## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Profil Sekolah	VII
2	Surat Keputusan Dekan Fakultas Tarbiyah	VIII
3	Surat Permohonan Izin Melakukan Penelitian	IX
4	Surat Izin Penelitian Dari Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Pinrang	X
5	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	XI
6	Surat Keterangan Telah Wawancara	XII
7	Surat Keterangan Humas	XVII
8	Dokumentasi	XVIII

## TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi

#### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	Te dan Ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	De dan He
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	đ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ť	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Dza	ڙ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik ke atas

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ሃ) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(').

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monofong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ī	Fathah	a	A
҆	Kasrah	i	I
҈	Dammah	u	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	fathahdanya	ai	a dan i
وَ	fathahdanwau	au	a dan u

**Contoh:**

كَيْفَ: kaifa

حَوْلٌ: haula

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـ/ـيـ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ـيـ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ـوـ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh :

مَاتَ	Māta
رَمَى	Ramā
قِيلَ	Qīla
يَمُوتُ	Yamūtu

4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta Marbutah* ada dua:

- a. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [ta].
  - b. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh :

**رَوْضَةُ الْجَنَّةِ** : *Raudah al-jannah atau Raudatul jannah*

**المَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ** : *Al-madīnah al-fādilah* atau *Al-madīnatul fādilah*

## الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

## **5. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (-), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبُّنَا	: <i>Rabbanā</i>
نَحْيَنَا	: <i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>Al-Haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>Al-Hajj</i>
ثَعَّ	: <i>Nu’ima</i>
غَدُوٌّ	: <i>‘Aduwwun</i>

Jika huruf *q* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ڧ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

**عَرَبِيٌّ** : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)  
**عَلِيٌّ** : ‘Ali (bukan ‘Ally atau ‘Aly)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *Y*(*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشمسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الرِّزْلَةُ :*al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

## **الفلسفة : *al-falsafah***

الْبِلَادُ :*al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَمْرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمْرُثٌ : *umirtu*

## 8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fī zilāl al-qur'an*

*Al-sunnah qabl al-tadwin*

*Al-ibārat bi 'umum al-lafż lā bi khusus al-sabab*

## 9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ: *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ: *Hum fī rahmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*Abū Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

*Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd*, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

*Naṣr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi Abū Zaid, Naṣr Hamīd (bukan: Zaid, Naṣr Hamīd Abū)*

### B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
1.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS .. / ... 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat
Humas	=	Hubungan masyarakat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دَم	=	بدون مكان
صلعَم	=	صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
ط	=	طبعة
دَن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds. [dari kata dari *editors*] jika lebih dari satu orang editor).

Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. :“Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis biasanya perlu disebutkan karena alasan tertentu. Misalnya, karena karya tersebut telah dicetak lebih dari sekali, terdapat perbedaan penting antara cetakan sebelumnya dalam hal isi, tata letak halaman, dan nama penerbit.

Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar belakang masalah

Di era saat ini dapat kita ketahui bahwa persaigan yang ketat di dunia pendidikan saat ini dalam suatu lembaga pendidikan yang dimana banyaknya persaingan dalam melaksanakan suatu kegiatan yang ada pada sekolah seperti halnya promosi dapat kita ketahui bahwa tidak terlepas dengan yang namanya keterlibatan masyarakat dan menjalin hubungan yang baik dimana hal tersebut memberikan kontribusi dan pendapat untuk kemajuan sekolah.<sup>1</sup>

Dalam islam menjalin hubungan yang baik dengan sesama manusia merupakan suatu hal seperti hubungan antara Humas dengan masyarakat. Pandangan islam terkait kegiatan humas dalam mempromosikan atau memperkenalkan sesuatu kepada khalayak umum.

Menurut tafsir ayat ini menjelaskan bahwa cendekiawan yang diperintahkan menyampaikan dakwah dengan hikmah yakni berdialog dengan kata-kata atau perkataan bijak sesuai dengan tingkat kepandaian mereka terhadap kaum awam yang diperintahkan untuk menerapkan *mau'izah* yakni memberikan nasihat dan perumpamaan yang menyentuh jiwa dengan pengetahuan yang sederhana yang terlepas dari kekerasan dan umpatan.<sup>2</sup> Dapat kita ketahui dari Q,S. An Nahl/ 16 : 125, yang berbunyi:

أَذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۝ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۝ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

<sup>1</sup>Pasha Syahritsa Maulana and Subhan Afifi, ‘Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam’, 1 (2021),

<sup>2</sup>Shihab, (2002). Tafsir Al-Misbah. Jakarta: Lentera Hati,

Terjemahnya :

Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.<sup>3</sup>

Berdasarkan dari Q.S. An Nahl/ 16 : 125 dapat dipahami bahwa dalam hubungan yang baik harus dijalani dengan niat yang baik dari perkataan maupun perbuatan, apabila dikaitkan dengan menjalankan tugasnya dalam mempromosikan lembaga pendidikan pentingnya melakukan pendekatan kepada masyarakat agar terciptanya kepercayaan yang baik. Humas dalam membangun rasa percaya pada masyarakat, maka harus selalu menyampaikan sesuatu sesuai fakta dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.<sup>4</sup>

Hal Ini sejalan dengan ketentuan yang terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada pasal 8 dan 9 terkait peranan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi program pendidikan serta berkewajiban memberikan dukungan sumber daya dalam penyelenggaraan pendidikan.<sup>5</sup> Termasuk hubungan masyarakat terhadap perkembangan lembaga pendidikan saat ini yang menjadi faktor pendukung untuk kemajuan sebuah lembaga pendidikan.

Maka hal tersebut sangat jelas kaitanya bahwa kontribusi masyarakat sangat penting dalam pelaksanaan pendidikan. karena dengan bantuan dari masyarakat dapat didefinisikan secara nyata dan secara efektif. Dengan menjalin hubungan yang

<sup>3</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* , ( Jakarta: Pustaka Lajnah 2019

<sup>4</sup>Opan Arifudin, *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan, Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020).

<sup>5</sup> Murni, 'Konsep Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan Islam', 05.01 (2017).

baik pada suatu lembaga pendidikan yang sangat dibutuhkan dalam mewujudkan partisipasi masyarakat dalam lembaga pendidikan.<sup>6</sup>

Kegiatan promosi disini sebagai langkah-langkah yang dilakukan dalam sekolah yakni untuk memperkenalkan atau memberikan tanggapan positif kepada masyarakat terhadap sebuah lembaga pendidikan dengan tujuan untuk mendapatkan calon peserta didik baru yang dimana bertujuan untuk meningkatkan citra sekolah, menarik minat masyarakat umum terhadap citra baik pada sekolah serta menanamkan kepercayaan pada masyarakat dan calon peserta didik tersebut.<sup>7</sup>

Berbagai pakar pendidikan menyikapi tentang pentingnya humas dalam mempromosikan suatu lembaga pendidikan. Nasiratunnisa dalam bukunya Dasar Dasar *Public Relations: Teori Dan Praktik* mengemukakan bahwa teori yang digunakan dalam praktik PR dalam membangun hubungan yang baik antara lembaga dan publik, strategi dan teknik yang digunakan dalam untuk menyampaikan pesan secara efektif, tujuan dari buku ini adalah menekankan pentingnya komunikasi yang efektif dan pengelolaan citra lembaga pendidikan melalui kegiatan humas, yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program komunikasi publik.<sup>8</sup>

Hal ini di dukung oleh Dakir dalam bukunya berjudul manajemen Humas di lembaga pendidikan di era global yang berfokus pada pentingnya Humas dalam menciptakan citra positif dan membangun hubungan yang kuat antara lembaga pendidikan dengan berbagai pihak seperti siswa, orang tua, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Serta lembaga pendidikan dapat memanfaatkan media

---

<sup>6</sup>Kartini, ‘Pelaksanaan Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Smp Negeri 10 Palembang’ (universitas islam negeri raden fatah palembang, 2018).

<sup>7</sup>Siti Cintokosari, ‘Strategi Humas Dalam Mempromosikan Dan Membangun Citra Tiga (3) Smk Di Kulon Progo’, 3, 2021,

<sup>8</sup> Nasiratunnisa Mallappiang, *Dasar-Dasar Publik Relation*, 2018.,

sosial dan teknologi komunikasi yang lebih luas dalam mempromosikan lembaga pendidikan.<sup>9</sup>

Nadiatun nafis menyatakan bahwa Humas bertanggung jawab dalam menyusun pelaksanaan strategi promosi yang efektif untuk menarik calon peserta didik dengan menggunakan berbagai media sosial dan juga kolaborasi dengan media massa dan cetak untuk menyebarkan informasi mengenai keunggulan dan fasilitas sekolah. Pentingnya peran humas yang efektif dengan salah satu indikator spesifik seperti keterlibatan masyarakat dan alumni yang telitia atau bekerja sama dengan sekolah, itu menujukkan citra positif sekolah.

Penelitian oleh Hanif menunjukkan bahwa strategi Humas dalam mempromosikan penerimaan siswa baru dalam lembaga pendidikan dapat membangun citra positif lembaga pendidikan dan menarik minat peserta didik. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang peran penting humas dalam promosi dan dapat meningkatkan penerimaan siswa baru serta strategi komunikasi yang tepat dapat mendukung tujuan tersebut.<sup>10</sup>

Sementara itu promosi yang dilakukan Humas dapat mempengaruhi jumlah peserta didik. Hal ini dipastikan bahwa promosi benar benar berdampak, kita bisa lihat setelah dilakukan promosi tetapi jumlah peserta didik justru menurun dari tahun ke tahun berarti promosi yang dilakukan itu belum efektif. Dengan melakukan survei atau wawancara kepada orang tua siswa dan calon peserta didik, untuk mengetahui dari mana mereka tahu informasi tentang sekolah, Selain itu, menganalisis data pendaftaran setiap tahun sebelum dan sesudah promosi juga

<sup>9</sup> Dakir, *Manajamen Bencana : Suatu Pengantar Pendekatan Proaktif* (yogyakarta: K-Media, 2018).

<sup>10</sup> Muh. Hanif, ‘Strategi Humas Untuk Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu’, *Jurnal P4I*, Vol 18.1 (2023)

penting. Kalau setelah promosi tidak ada peningkatan pendaftar, maka strategi promosinya perlu diperbaiki

Berdasarkan observasi awal Permasalahan yang ada pada Humas dalam bagian promosi di SMPN 3 Cempa ini adalah tentang peran Humas masih kurang dalam mempromosikan sekolah di karenakan berbagai kendala yang di hadapi Humas serta humas juga memiliki kendala terkait promosi sekolah ialah dengan kurangnya dana yang menfasilitasi dalam mempromosikan sekolah dan kurangnya berinteraksi dengan teknologi dalam promosikan sekolah serta adanya sistem zonasi yang menjadi salah satu tantangan yang di hadapi Humas. Dengan hal tersebut dapat di tingkatkan peran Humas dalam mempromosikan sekolah dengan memberikan pelatahian kepada Humas agar ha tersebut berjalan dengan baik dan memberikan hasil yang bagus.

Selain itu, SMPN 3 Cempa memiliki karakteristik unik, yaitu letaknya berada di wilayah pedesaan dengan akses informasi yang terbatas, sehingga strategi promosi yang digunakan mungkin berbeda dengan sekolah di wilayah perkotaan. Sekolah ini juga memiliki potensi unggulan dalam bidang akademik dan non-akademik, tetapi belum sepenuhnya dikenal masyarakat luas. Inilah yang membuat sekolah ini layak dijadikan objek penelitian untuk mengetahui hubungan antara promosi, peran Humas, dan citra sekolah.

Penelitian ini penting dan layak untuk di jadikan riset dengan beberapa alasan atau landasan yang mendasari alasan, Pertama manajemen hubungan masyarakat (Humas) adalah salah satu aspek penting dalam membangun citra positif suatu lembaga, termasuk sekolah. Dalam konteks promosi sekolah, Humas bertanggungjawab untuk menyusun strategi komunikasi yang efektif guna menarik

perhatian masyarakat, meningkatkan minat calon siswa, serta memperkuat loyalitas orang tua dan siswa yang ada dan dibantu oleh beberapa pihak di sekolah

Kedua yaitu berupa tantangan yang dihadapi oleh Humas dalam menjalankan tugas dalam promosi yaitu adanya sistem zonasi dengan keterbatasan sumber dana, kurangnya pemahaman akan teknologi dalam bentuk media sosial yang menjadi salah satu bentuk promosi seperti halnya instagram, facebook, website, spanduk dan dari segi fasilitas yang kurang memadai dalam melaksanakan promosi sekolah.

Ketiga SMPN 3 Cempa, merupakan sebuah lembaga pendidikan yang cukup baik dalam menjadi objek penelitian yang dimana memiliki potensi yang cukup baik. SMPN 3 Cempa ini jika dilihat dari sisi manajemen dalam komunikasi melalui media sosial, *website* masih belum mahir dalam memanfaatkannya dalam kegiatan promosi secara maksimal akan tetapi hal tersebut sekolah tetap menjalin komunikasi yang baik terhadap masyarakat.

Maka dari itu penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian ini dengan adanya permasalahan atau alasan yang melandasi terkait peran Humas dalam mempromosikan sekolah, yang menjadi landasan utama dalam penelitian ini yaitu humas dalam mempromosikan sekolah dengan hal tersebut penelitian ini relevan untuk dijadikan dalam pembuatan skripsi ini dengan mengakat judul “Manajemen Humas dalam Mempromosikan Sekolah di SMPN 3 Cempa.”

## B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka meneliti merumuskan masalahnya, yaitu :

1. Bagaimana Peran Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA ?

2. Bagaimana Tantangan yang dihadapi Manajamen Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA ?
3. Bagaimana Hasil yang dilakukan Manajamen Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA ?

### C. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, untuk :

1. Mengetahui Bagaimana Peran Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA
2. Mengetahui Bagaimana Tantangan yang dihadapi Manajamen Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA
3. Mengetahui Bagaimana Hasil yang dilakukan Manajamen Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA

### D. Kegunaan penelitian

Penelitian ini akan memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan agar dapat menambah pengetahuan yang telah dipelajari selama masa kuliah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pelengkap dan memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu manajemen pendidikan islam dan memberi manfaat bagi mahasiswa institut agama islam negeri Parepare khususnya mahasiswa fakultas tarbiyah dalam memberikan informasi tentang manajamen Humas dalam mempromosikan sekolah di SMPN 3 Cempa serta dapat memberikan kemudahan bagi peneliti peneliti selanjutnya dalam mencari referensi.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca serta masyarakat terkait implementasi manajemen Humas yang ada pada sekolah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan mengenai manajemen humas dalam mempromosikan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian sebelumnya digunakan untuk menetukan persamaan dan perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian yang dapat membantu mengembangkan penelitian yang akan datang.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rifqi Ihsanul Akmal 2023 dengan judul “Peran Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Integritas Sekolah SMK Tritech Informatika Kepada Masyarakat Kota Medan” penelitian ini dilakukan oleh peneliti terkait strategi manajemen humas dalam membangun promosi sekolah di SMK Tritech informatika melihat suksesnya strategi manajemen humas yang dilakukan di sekolah tersebut sehingga masyarakat berminat bekerja sama dengan sekolah tersebut dan masyarakat pun ingin memasukkan putra putri mereka ke sekolah tersebut.<sup>11</sup>

Adapun **persamaan** dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terkait proses manajemen humas dalam mempromosikan sekolah dengan melibatkan masyarakat untuk ikut serta dalam mempromosikan sekolah tersebut.

Namun terdapat **perbedaan** antara penelitian ini dengan peneliti yang dilakukan adalah pada objek penelitiannya, dan dapat dikatakan bahwa dalam objek penelitian sebelumnya termasuk unggul terkait akan penggunaan teknologi atau IT sedangkan penelitian yang akan dilakukan

---

<sup>11</sup> Rifqyl, ‘Peran Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Integritas Sekolah SMK Tritech Informatika Kepada Masyarakat Kota Medan’, *Communication & Social Media*, 3.1 (2023),.

objek penelitiannya tidak termasuk unggul dan kurangnya pemahaman akan teknologi.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Mika Julianti 2021 dengan judul “Manajamen Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa Bersekolah Di Yayasan Surban Mts Pacet Mojokerto” penelitian ini dilakukan agar dapat menarik minat calon peserta didik baru Tujuan utama dilakukannya manajemen strategi hubungan masyarakat dalam sebuah lembaga pendidikan ialah agar sekolah tersebut terus diminati oleh peserta didik dan mengalami perkembang serta kemajuan dari tahun ketahun.<sup>12</sup>

Adapun **persamaan** dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan ialah meningkatkan minat calon peserta didik untuk memberikan kemajuan agar calon peserta didik baru bertambah dari tahun ketahun. Namun dalam **perbedaan** penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan ialah penelitian ini berfokus pada meningkatkan minat calon peserta didik baru dan juga pada objek penelitiannya, sedangkan penelitian yang dilakukan berfokus pada mempromosikan lembaga pendidikan dengan meningkatkan komunikasi antara masyarakat di luar.

3. Penelitian yang di lakukan Badrul Taman 2021 dengan judul “ Manajamen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Diniyah Awwaliyah Nurul Holil Panyirangan-Pangarengan” penelitian ini dilakukan agar untuk meningkatkan membina dan mengembangkan hubungan yang

---

<sup>12</sup> Mika Julianti, ‘Manajemen Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa Bersekolah Di Yayasan Surban MTs Pacet Mojokerto’, *Cakrawala: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, 5.1 (2021).

harmonis antara madrasah dan masyarakat dalam menjalin hubungan erat dengan masyarakat. Karena keberhasilan suatu organisasi lembaga pendidikan dalam mencapai misi dan tujuannya salah satunya ditentukan oleh peranan dan kegiatan hubungan dan masyarakat baik internal maupun eksternal.<sup>13</sup>

Adapun **persamaan** dalam penelitian ini ialah salah satunya dengan menjalin hubungan yang harmonis pada masyarakat dan melibatkan masyarakat dalam kegiatan kegiatan yang ada pada lembaga pendidikan yang dimana menjadi salah satu keberhasilan dalam suatu organisasi atau lembaga pendidikan dalam mencapai misi dan tujuannya. Namun terdapat **perbedaan** pada objek penelitiannya dimana penelitian sebelumnya berfokus pada meningkatkan partisipasi masyarakat pada lembaga pendidikan sedangkan penelitian yang di lakukan berfokus pada mempromosikan lembaga pendidikan atau sekolah tersebut.

**Table 2.1 Tinjauan Penelitian Relevan**

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	“Peran Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Integritas Sekolah SMK Tritech Informatika Kepada Masyarakat Kota Medan”	Penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu terkait proses manajemen humas	Penelitian ini dengan peneliti yang dilakukan adalah pada objek penelitiannya, dan dapat dikatakan bahwa dalam objek

<sup>13</sup> Badrut, ‘Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Diniyah Awwaliyah Nurul Holil Panyirangan - Pangarengant’, *KABILAH: Journal of Social Community*, 6.1 (2021),

		dalam mempromosikan sekolah dengan melibatkan masyarakat untuk ikut serta dalam mempromosikan sekolah tersebut.	penelitian sebelumnya termasuk unggul terkait akan penggunaan teknologi atau IT sedangkan penelitian yang akan dilakukan objek penelitiannya tidak termasuk unggul dan kurangnya pemahaman akan teknologi.
2	Manajamen Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa Bersekolah Di Yayasan Surban Mts Pacet Mojokerto”	Penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan ialah meningkatkan minat calon peserta didik untuk memberikan kemajuan agar calon peserta didik baru bertambah dari tahun ketahun.	penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan ialah penelitian ini berfokus pada meningkatkan minat calon peserta didik baru dan juga pada objek penelitiannya, sedangkan penelitian yang dilakukan berfokus pada mempromosikan lembaga pendidikan dengan meningkatkan komunikasi antara

			masyarakat di luar.
3	Manajamen Humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di madrsah diniyah awwaliyah nurul holil panyirangan-pangarengan”	Penelitian ini ialah salah satunya dengan menjalin hubungan yang harmonis pada masyarakat dan melibatkan masyarakat dalam kegiatan kegiatan yang ada pada lembaga pendidikan yang dimana menjadi salah satu keberhasilan dalam suatu organisasi atau lembaga pendidikan dalam mencapai misi dan tujuannya.	Pada objek penelitiannya dimana penelitian sebelumnya berfokus pada meningkatkan partisipasi masyarakat pada lembaga pendidikan sedangkan penelitian yang dilakukan berfokus pada mempromosikan lembaga pendidikan atau sekolah tersebut.

Adapun Novelty dari penelitian di bawah ini ialah :

Penelitian yang ada pada sebelumnya itu berfokus pada peran manajemen humas dalam mempromosikan integritas sekolah tritech informatika serta hubungan masyarakat dalam meningkatkan minat calon siswa. Namun penelitian ini akan berfokus pada strategi manajemen Humas dalam mempromosikan sekolah yang hanya berfokus pada peran manajemen Humas dalam mempromosikan lembaga pendidikan dengan faktor yang mempengaruhi input dan output dan di landasi

dengan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi terkait promosi yang dilakukan oleh Humas serta yang berperan sebagai mediator antara sekolah dengan masyarakat untuk menginformasikan kegiatan dan perkembangan sekolah kepada masyarakat.

## B. Tinjauan Teori

### 1. Manajamen Humas

#### a. Pengertian Manajamen Humas dalam Lembaga Pendidikan

Manajamen adalah sebuah proses perencanaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Ricky W. Griffin manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengkoordinasian, dan pengawasan<sup>14</sup> sumber daya untuk mencapai sebuah sasaran secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa sebuah tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan yang tepat, sementara efisien berarti bahwa tugas yang akan dilaksanakan haruslah secara benar, terorganisir dan sesuai dengan jadwal yang ditentukan.<sup>15</sup>

Menurut Suhendra mengemukakan bahwa Humas memiliki dua arti yaitu Humas dalam arti teknik komunikasi dan sebagai metode komunikasi. Teori ini dipergunakan untuk melakukan publis, propaganda untuk memunculkan citra dan kualitas yang baik dari publik internal maupun eksternal. Humas juga memiliki kedudukan yang penting dalam suatu organisasi atau lembaga pendidikan dalam melaksanakan kegiatan yang sudah di rencanakan dan berinteraksi kepada masyarakat.<sup>16</sup>

<sup>14</sup> Muslichah, *Pengantar Manajemen* (purwokerto: CV. Pena Persada, 2020).

<sup>15</sup> Mohamad Mustari, *Manajemen Pendidikan, Manajemen Pendidikan*, 2020.

<sup>16</sup> Irgi Fahreza, ‘Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Sekolah Dasar (Studi Kasus Di Sdn 040447 Kabanjahe)’, *Pema (Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1.2 (2023).

Jadi Hubungan masyarakat atau *Public Relations* adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/ institusi dengan masyarakat.

Serta mencapai target yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci merencanakan, mengkomunikasiakn, hingga evaluasi hasil apa yang telah dicapainya.<sup>17</sup> Humas juga memiliki makna yang sangat penting dalam putaran roda organisasi khususnya di lembaga pendidikan.<sup>18</sup>

Menurut Sartoto Manajemen Humas adalah ilmu yang mengatur dan mengevaluasi sikap atau perilaku publik, adalah dan melakukanya dengan bijaksana tujuannya untuk mendapat pengertian dan dukungan dari publik. Manajemen humas sebuah seni dan ilmu pengatahan yang digunakan untuk mengatahui kecendrungan dalam melakasanakan kegiatan kegiatan yang sudah direncanakan seperti halnya komunikasi yang bertujuan untuk membangun dan memelihara hubungan baik antara organisasi dengan publiknya.

Selain itu terdapat tujuan utama Humas yaitu dalam promosi dengan menciptakan dan memelihara citra positif lembaga pendidikan dan dimata publik. Menurut Cutlip Center Dan Broom bahwa tujuan Humas mencakup membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks pendidikan, hal seeperti ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan dan menarik minat calon peserta didik.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup>Abdul Rahmat, ‘Manajemen Humas’, *Manajemen Humas Sekolah*, 2016.

<sup>18</sup>Juhji, ‘Manajamen Humas Pada Lembaga Pendidikan’ (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020).

<sup>19</sup>Khoerunnisa, ‘Strategi Marketing Public Relations Melalui Pelayanan Digital Kabayan Pasti’, *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 6.3 (2024)

Menurut Smith strategi yang di gunakan Humas dalam promosi melibatkan berbagai pendekatan komunikasi seperti media sosial dan publikasi. Strategi komunikasi harus di dasarkan pada riset yang kuata dan penyesuaian terhadap karakteristik audiens. Dalam konteks, strategi promosi mencakup pemanfaatan media sosial untuk menampilkan prestasi , dan fasilitas dalam sekolah tersebut.

Adapun keterlibatan Humas dalam promosi berperan aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan promosi. Menurut teori Excellence dari Gruning Dan Hunt Humas ideal harus terlibat dalam pengambilan keputusan di sekolah hal ini berarti humas bekerja sama dengan stakeholder seperti kepala sekolah, guru, dan masyarakat untuk mengembangkan program promosi yang efektif.

Adapun perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dalam promosi di suatu lembaga pendidikan di antaranya :

- 1) Perencanaan Humas dalam promosi sekolah adalah proses menyusun rencana kegiatan untuk mempromosikan sekolah pada masyarakat. Perencanaan ini dilakukan untuk mencapai tujuan sekolah, seperti meningkatkan citra sekolah dan memperoleh dukungan masyarakat.<sup>20</sup>
- 2) Pelaksanaan humas dalam promosi sekolah melibatkan berbagai strategi dan media untuk membangun citra positif. Humas melakukan kegiatan internal dan eksternal seperti penyebaran brosur serta promosi melalui media sosial dan komunikasi langsung. Tantangan yang di hadapi termasuk persaingan antar sekolah dan keterbatasan sumber daya dan solusi yang diterapkan mencakup peningkatan informasi kepada masyarakat dan kerjasama dengan komunitas.

---

<sup>20</sup> Siti Cintokosari, ‘Strategi Humas Dalam Mempromosikan Membangun Citra Tiga (3) SMK Di Kulon Progo’, 3, 2021.

3) Evaluasi Humas dalam promosi sekolah yaitu dilakukan untuk mengatahui kelebihan dan kekurangan, dan kelemahan program humas.<sup>21</sup> Evaluasi ini dilakukan dengan melibatkan pihak pihak yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan program.

Manajamen Humas bisa berupa kegiatan sederhana, seperti pembagian brosur sekolah, membuat konten konten video yang menarik, dan bekerja sama dengan masyarakat di lingkungan sekolah, dengan demikian, kegiatan kehumasan yang dilakukan dalam lembaga dapat dalam hal ini membawa hasil yang bagus.<sup>22</sup>

Berdasarkan definisi di atas bahwa pengertian manajemen humas dalam pendidikan tidak terlepas dari kata manajemen dengan begitu sebaliknya hubungan masyarakat menjalin komunikasi yang baik tidak akan berjalan tanpa manajemen humas dengan lembaga pendidikan dengan secara internal guru, siswa, dan waraga eksternal wali kelas, siswa, masyarakat, parner sekolah. Dalam konteks ini jelas bahwa humas atau *Public Relations* (PR) termasuk elemen yang penting dalam suatu organisasi kelompok ataupun secara individu.

### **b. Fungsi Manajamen Humas dalam Lembaga Pendidikan**

*Public Relations* menurut irving smith mengatakan bahwa humas memiliki fungsi manajamen yang dimana sebagai peneliti menyuaraskan kebijakan organisasi dengan kepentingan umum serta merumuskan dan melaksanakan suatu program kerja untuk mendapat dukungan dan kepercayaan dari masyarakat.

Humas harus juga dapat menciptakan komunikasi antara kedua belah pihak anatar lembaga pendidikan dengan masyarakat. Maka dengan itu bisa kita lihat

---

<sup>21</sup> Dewi Laras Iswahyuni, ‘Meningkatkan Citra Sekolah Di Madrasah Ibtidaiyah Narrative Qur ’ An Lamongan’, 10.3 (2022),

<sup>22</sup> I Gusti Ngurah Putra, *Konsep Dasar Manajemen Humas* (I Gusti Ngurah Putra, 1996).

bahwa sukses tidaknya visi atau misi dari suatu lembaga pendidikan dengan cara implementasikan fungsi humas pada lembaga pendidikan tersebut.

Adapun fungsi manajemen humas dalam lembaga pendidikan sebagai berikut :

- a) Membina hubungan membina hubungan baik dengan publik internal dan eksternal, seperti wali murid, masyarakat, lembaga pemerintah, dunia usaha, dan lembaga sosial serta menjaga kepercayaan menjaga hubungan baik dengan publik eksternal untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat.<sup>23</sup>
- b) Meningkatkan mutu pendidikan membantu sekolah mendapatkan kepercayaan masyarakat untuk mendukung peningkatan mutu sekolah serta memfasilitasi kerja sama memfasilitasi kerja sama antara masyarakat dengan pihak sekolah untuk mengatasi masalah pendidikan.<sup>24</sup>
- c) Membangun citra positif terhadap lembaga pendidikan agar selalu dipandang baik oleh publik.
- d) Melakukan riset dan evaluasi mengumpulkan data dan informasi mengenai masyarakat, peserta didik, tenaga pendidik, lembaga pendidikan, dan isu-isu terkait pendidikan.<sup>25</sup>

Berdasarkan fungsi dari manajemen Humas dalam lembaga pendidikan bisa kita simpulkan bahwa dalam penyembaran informasi melalui berbagai media yang

---

<sup>23</sup> Aini Annisya, ‘Fungsi Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah Berprestasi Di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kota Bima’, *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, Iv (2017),

<sup>24</sup> Rachmat Satria And Others, ‘Peningkatan Mutu Sekolah Melalui Manajemen Hubungan Masyarakat’, *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7.2 (2019),

<sup>25</sup> Merinda Nur Oktafia and Umi Halwati, ‘Ruang Lingkup Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan’, *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5.2 (2023).

berisi tentang kegiatan kegiatan yang ada pada lembaga pendidikan harus diketahui oleh publik.

Secara garis besar bahwa manajemen memiliki tahapan tahapan dalam manajemen Humas yang merupakan sebuah proses yang meliputi hal hal sebagai berikut: Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, Pengendalian atau Pengawasan.<sup>26</sup> Dengan hal tersebut dapat dimplementasikan secara berikut :

- a. Perencanaan Manajamen Humas (*Planning*) ialah sebuah kegiatan awal dalam menetukan sasaran yang hendak dicapai serta memikirkan cara maupun strategi dalam suatu kegiatan yang dimana mencakup seperti penetapan visi misi menetukan sifat dan ruang lingkup tugas yang dilaksanakan.
- b. Pengorganisasian manajamen Humas (*Organizing*) adalah pengorganisasian sebagai kegiatan membagi tugas tugas pada orang yang terlibat dalam kerja sama di lembaga pendidikan.
- c. Perencanaan manajamen Humas (*Actuating*) ialah dengan mengimplementasikan rencana strategi kehumasan ada dua hal yang penting dilakukan yaitu rencana aksi dan pelaksanaan rencana aksi yang sudah ditetapkan. Selain itu juga diperlukan sumber daya yang dimiliki sekolah seperti sumber daya manusia dan finansial.
- d. Pengawasan manajamen Humas (*Controlling*) ialah tahap terakhir dalam pelaksanaan kegiatan harus terhadap evaluasi untuk mengatahui hasil dan dampak terhadap masyarakat. Pada tahap evaluasi humas melakukan

---

<sup>26</sup> Dakir., *Manajamen Bencana : Suatu Pengantar Pendekatan Proaktif* (Yogyakarta: K-Media, 2018)

penilaian terhadap program-program yang terlaksana sebagai patokan untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya agar menjadi lebih baik.

### c. Tujuan dan prinsip manajamen humas di lembaga pendidikan

Manajamen Humas di lembaga pendidikan memiliki beberapa tujuan, di antaranya:<sup>27</sup>

- Meningkatkan citra, manajamen Humas dapat membantu sekolah untuk dikenal oleh masyarakat dan mendapatkan dukungan dari mereka.
- Menjalin hubungan baik antara orang tua dan peserta didik serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pendidikan.
- Mencari peserta didik baru dengan mengandeng tokoh masyarakat.
- Mendapatkan kepercayaan dari masyarakat untuk peningkatan mutu sekolah.
- Menyebarluaskan informasi keberhasilan terkait program-program sekolah.

Maka hal tersebut bertujuan untuk mencapai dalam pekerjaan kehumasan dalam proses komunikasi dan kegiatan yang dilakukan yaitu:

#### 1) Kegiatan Humas Eksternal (Luar)

Kegiatan eksternal selalu berhubungan dengan masyarakat diluar lembaga pendidikan atau sekolah. Ada dua kemungkinan yang dilakukan secara langsung tatap muka seperti: rapat bersama pengurus komite sekolah, berkonsultasi dengan tokoh masyarakat dan kegiatan eksternal tidak langsung seperti dengan perantaraan media misalnya telpon, radio, majalah sekolah, media cetak umum dan lain

---

<sup>27</sup> Dinda Septian Elyus And Muhamad Soleh, ‘Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pendemi Covid 19’, *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 09 (2021), 281–89.

sebagainya.<sup>28</sup> Dan juga dalam memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.

## 2) Kegiatan Humas Internal ( Dalam )

Kegiatan internal merupakan publis yang sasarnya tidak lain ialah warga sekolah yang bersangkutan yakni para pendidik, tenaga tata usaha dan seluruh peserta didik. Kegiatan internal ini dapat dikatakan sebagai kegiatan langsung seperti upacara bendera dan lainnya dan bagi tidak langsung seperti surat edaran sekolah, penggunaan papan penguguman, pemasangan iklan atau melalui media sosial dan lain sebagainya.<sup>29</sup>

Adapun prinsip-prinsip manajemen Humas dalam lembaga pendidikan yang dapat diwujudkan melalui beberapa hal seperti halnya membangun hubungan harmonis, menjalin komunikasi yang baik, menjalin kerja sama, mendapatkan kepercayaan dan menyebarkan informasi, memberikan saran.<sup>30</sup>

Maka dari uraian tersebut pekerjaan dari manajemen humas akan berjalan lebih baik apabila hal tersebut tercapai sesuai dengan pekerjaan dari humas pada lembaga tersebut.

## 2. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi dalam lembaga pendidikan adalah upaya untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang lembaga pendidikan tersebut. Promosi yang efektif membantu sekolah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang

<sup>28</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah* (yogyakarta: media akademi, 2016).

<sup>29</sup> Elfridawati mai Dhuhani, ‘Fungsi Dan Peran Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan HORIZON.PDF’ (Ambon, 2014).

<sup>30</sup> Mustafa Habib And Sihombing, ‘Pentingnya Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan Islam’, *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.2 (2023),

keberadaan sekolah, Membangun citra positif bagi sekolah, Meningkatkan daya saing, Menarik perhatian calon siswa potensial, Memperkenalkan keunggulan dan program pendidikan yang ditawarkan.

Jadi kita ketahui bahwa kata promosi itu biasanya identik dengan organisasi atau lembaga perusahaan lainnya tetapi sebenarnya dalam lembaga pendidikan juga membutuhkan yang namanya promosi di suatu lembaga pendidikan.<sup>31</sup> Adapun menurut para ahli tentang promosi sebagai berikut :

Menurut Fandy Tjiptono promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi ataupun membujuk serta untuk meningkatkan pasar sasaran atas produk dan jasa, supaya bersedia dan membeli produk yang telah ditawarkan.<sup>32</sup> promosi penjualan biasanya dilakukan melalui alat pereiklanan dan juga berfungsi sebagai cara meyakinkan pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang mereka inginkan.<sup>33</sup>

Promosi menjadi kunci utama yang mempengaruhi berhasilnya sutau kegiatan atau strategi pemasaran. Maka hal tersebut sangat menguntungkan iklan dalam penyebaran informasi agar menarik minat calon peserta didik. Penyebran informasi juga mendorong untuk memperoleh informasi yang cepat apalagi pengunaan informasi sangat memudahkan penyebaran informasi di lembaga pendidikan dalam pengunaan media sosial juga khususnya media teknologi dan

---

<sup>31</sup>Brigitta Putri Atika Tyagita, ‘Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama Di Kabupaten Semarang 1’, *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3.1 (2016).

<sup>32</sup>Ummul Kuro, ‘*Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di Stkip Pgri Bangkalan*’, Stkip Pgri Bangkalan, 2021,

<sup>33</sup>Onny Fitriani Sitorus, *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: Fkip Uhamka, 2017).

website dan media lainnya, serta penyebaran informasi juga ditentukan oleh penggunaan iklan cetak dan media online.

### **b. Tujuan Promosi dalam Lembaga Pendidikan**

Tujuan promosi dalam lembaga pendidikan adalah untuk memperkenalkan layanan pendidikan kepada masyarakat, meningkatkan kesadaran, dan menarik minat konsumen. Promosi bagian dari langkah pemasaran sekolah yang tujuannya untuk memberikan informasi terkait lembaga pendidikan kepada masyarakat agar dapat menarik perhatian dan memberi pengaruh kepada peningkatan jumlah peserta didik baru yang mendaftar pada sekolah tersebut melalui alat promosi.

Promosi dalam lembaga pendidikan juga bertujuan untuk Meningkatkan citra lembaga pendidikan, Menunjukkan eksistensi lembaga pendidikan, Memenuhi target output yang telah ditetapkan, Menstabilkan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat.<sup>34</sup>

Adapun berbagai cara yang dilakukan dalam promosi dalam lembaga pendidikan yakni dengan cara sebagai berikut :

1. Media cetak
2. Kunjungan ke rumah warga
3. Kunjungan ke sekolah lain
4. Kerja sama antara pihak lain
5. Promosi mulut ke mulut

### **c. Strategi Promosi Dalam Lembaga Pendidikan**

Strategi adalah metode yang digunakan untuk merencanakan dan menerapkan gerakan dalam jangka waktu tertentu. Teknik yang baik memiliki tim

---

<sup>34</sup> Ibrah Mustafa Kamal, ‘Strategi Promosi Sekolah Dalam Memingkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupaten Gowa’, Vol 5.1 (2023),.

yang bekerja sama, tema yang menunjukkan elemen pendukung sesuai standar penerapan, berpikir cerdas, cerdas secara keuangan, dan strategi untuk mencapai tujuan yang nyata. Strategi promosi sekolah menghadirkan sekolah agar dapat berkembang, berbagai proses pendidikan yang biasa dilaksanakan sekolah meningkatkan jumlah siswa di sekolah sehingga lembaga pendidikan dapat mencapai tujuan dan harapan perbaikan yang diinginkan. kualitas sekolah.

Sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan, sekolah merupakan perusahaan dan siswa-siswinya merupakan konsumen sekolah. Oleh karenanya, sekolah juga memerlukan kegiatan promosi. Melalui promosi, maka sekolah dapat meningkatkan eksistensi serta kualitas siswa yang masuk.

Strategi promosi dalam lembaga pendidikan adalah usaha sekolah memperkenalkan diri kepada public dan target pasar dalam rangka memasarkan sekolah.<sup>35</sup> Manajemen promosi atau pemasaran pada lembaga pendidikan di indonesia sangat masih dianggap langkah disebabkan karena adanya anggapan bahwa pendidikan bukanlah produk yang harus dipasarkan.

Menurut Motik seharusnya sebuah lembaga pendidikan ada enam tahapan yang harus dilakukan dalam pemasaran pendidikan yang berhubungan dengan penerimaan siswa atau mahasiswa, yakni:<sup>36</sup>

- 1) Asumsi lembaga pendidikan tidak memerlukan pemasaran
- 2) Pemasaran merupakan promosi
- 3) Pemasaran merupakan segmentasi dari penelitian pemasaran

---

<sup>35</sup>Ahmand Zaki dan Diyan Yusri, ‘Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyekolahkan Anak Mereka Di Sd Kartika Xii-1’, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7.2 (2020).

<sup>36</sup> Kartini, ‘Pelaksanaan Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Smp Negeri 10 Palembang Skripsi’.

- 4) Pemasaran merupakan menetapkan posisi
- 5) Pemasaran merupakan perencanaan strategi
- 6) Pemasaran merupakan manajemen penerimaan siswa atau mahasiswa.

Namun hal tersebut sebenarnya ada beberapa macam yang dapat dilakukan dalam promosi sebuah lembaga pendidikan yaitu, komunikasi personal dan interpersonal, periklanan, promosi penjualan, publitas atau hubungan masyarakat, dan lain sebagainya.

### C. Kerangka Konseptual

#### 1. Manajamen Humas

Manajemen Humas dapat diartikan sebagai penerapan fungsi-fungsi manajemen perencanaan, pengarahan/pengkoordinasian dan penilaian/evaluasi) dalam kegiatan kehumasan. Manajemen Humas (*public relations*) adalah sebuah seni dan ilmu pengetahuan yang di gunakan untuk mengetahui kecendrungan dan konsekuensi dalam melaksanakan.

Program yang sudah di rencanakan seperti kegiatan-kegiatan yang melayani organisasi maupun public. Menurut Sartoto Manajemen Humas adalah ilmu yang mengatur dan mengevaluasi sikap publik, dan melakukannya dengan bijaksana.

Dalam konteks ini, manajemen Humas merujuk tentang Perencanaan ini dilakukan untuk mencapai tujuan sekolah, seperti meningkatkan citra sekolah dan memperoleh dukungan masyarakat, Pelaksanaan humas dalam promosi sekolah melibatkan berbagai strategi dan media untuk membangun citra positif. Humas melakukan kegiatan internal dan eksternal seperti penyebaran brosur serta promosi melalui media sosial dan komunikasi langsung. Evaluasi ini dilakukan dengan melibatkan pihak pihak yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan program.

## 2. Promosi

Promosi adalah suatu hal yang dilakukan setiap perusahaan yang menjadi hal utama dalam promosi adalah membuat pesan yang persuasif yang efektif untuk menarik perhatian konsumen.<sup>37</sup> Promosi dalam lembaga pendidikan adalah upaya untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang lembaga pendidikan tersebut.

Promosi yang efektif dapat membantu sekolah untuk: Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan sekolah, Membangun citra positif bagi sekolah, Meningkatkan daya saing, Menarik perhatian calon siswa potensial, Memperkenalkan keunggulan dan program pendidikan yang ditawarkan.

## D. Kerangka Pikir

Kerangka tersebut mengkaji hubungan antara teori dan konsep formulasi yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti diharapkan mampu menjawab permasalahan penelitian secara teoritis sebelum terjun ke lapangan atau mengumpulkan data. Kerangka Fikir mengacu pada pendekatan yang diambil untuk mengatasi masalah ini. Gambar kerangka peneliti ditunjukkan dibawah ini.

Penelitian ini membahas manajamen Humas dalam mempromosikan sekolah di SMPN 3 Cempa. Penelitian ini di dasarkan pada landasan normatif berupa nilai nilai keagamaan yang tertuang dalam Q.S. An-Nahl/(16:125) dan landasan hukum yang merujuk pada pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Manajamen Humas dalam mempromosikan sekolah mencakup peran Humas dalam mempromosikan sekolah, dan tantangan yang dihadapi humas dalam promosi sekolah, serta hasil yang dilakukan humas dalam promosi sekolah yang bertujuan

---

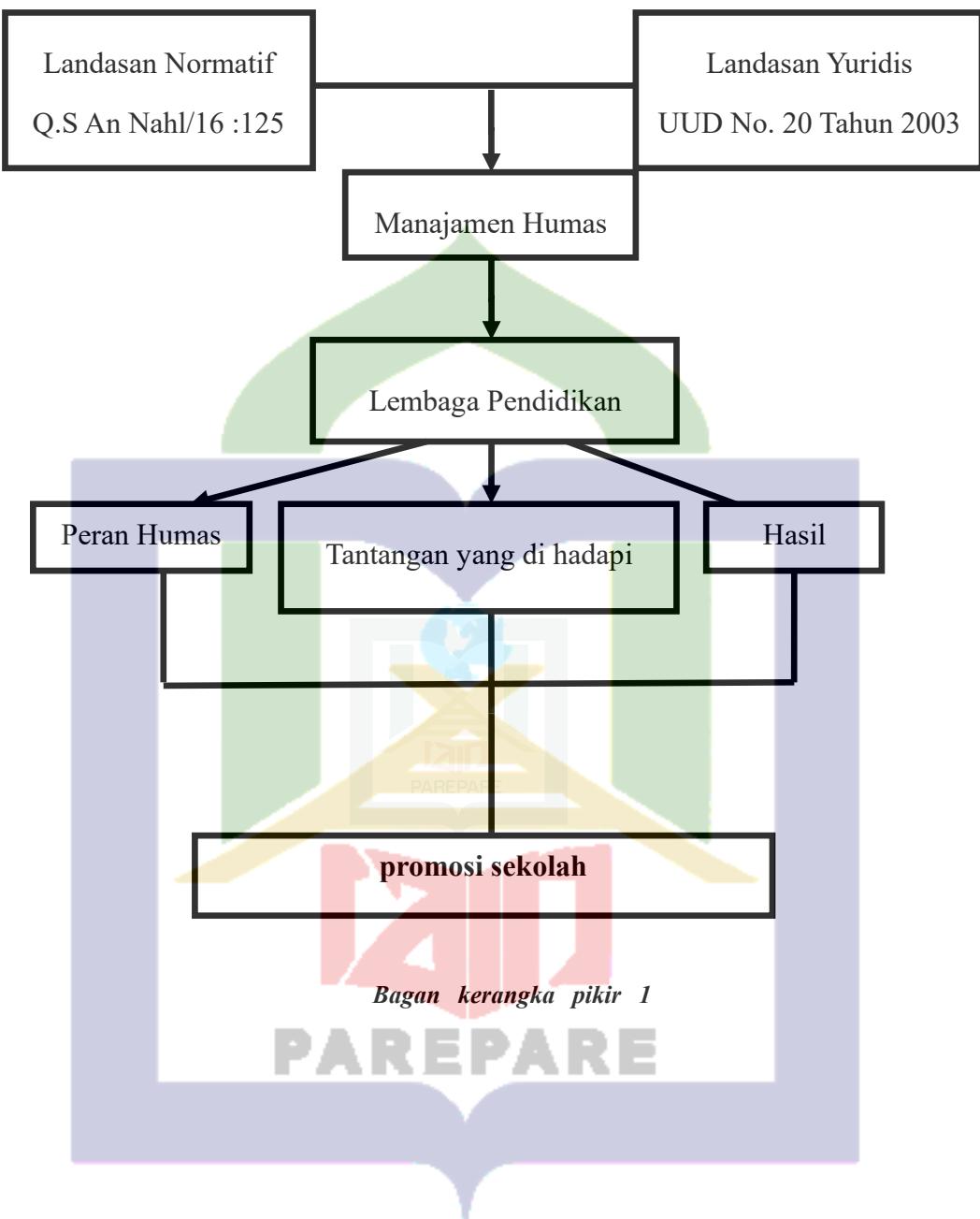
<sup>37</sup>Dinda Sekar Puspitarini and Reni Nuraeni, ‘*Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi ( Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House )*’, 3 (2019).

untuk mengetahui bagaimana perencanaan pelaksanaan yang dilakukan humas dalam mempromosikan sekolah. Setelah kita ketahui dalam permasalahan yang ada di atas dalam promosi sekolah.

1. **Peran Humas** : menciptakan citra positif dalam membangun komunikasi yang baik dengan publik
2. **Tantangan Humas** : persaingan dalam suatu lembaga pendidikan dan kurangnya sarana prasarana dan sumber dana yang dalam promosi sekolah dan kurangnya pemahaman akan media sosial
3. **Hasil** : hal ini dapat diketahui bahwa hasil yang diperoleh Humas baik atau kurang.

Hubungan Masyarakat memiliki peran strategis dalam menciptakan citra positif lembaga pendidikan. Melalui kegiatan komunikasi yang terencana, Humas menjadi penghubung antara sekolah dan publik, seperti orang tua siswa, masyarakat sekitar, dan instansi pemerintah. Tugas utamanya adalah membangun kepercayaan publik terhadap sekolah melalui penyebarluasan informasi yang akurat, terbuka, dan menarik. Dengan citra yang baik, sekolah dapat menarik lebih banyak peserta didik dan meningkatkan kredibilitasnya di tengah masyarakat.

Namun dalam pelaksanaannya, Humas menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks. Persaingan antar lembaga pendidikan yang semakin ketat menuntut Humas untuk memiliki strategi promosi yang kuat dan efektif. Secara keseluruhan, Humas berperan penting dalam membangun citra positif dan menjalin komunikasi yang baik antara sekolah dan masyarakat. Meskipun dihadapkan pada tantangan seperti keterbatasan dana, sarana, dan pemahaman teknologi, hasil kerja Humas tetap menjadi indikator penting dalam keberhasilan promosi sekolah.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

##### 1. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus yaitu bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena tertentu dalam konteks spesifik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kompleksitas isu yang dikaji dan dipertimbangkan berbagai perspektif yang muncul di dalam situasi yang sedang diteleiti.

##### 2. Jenis penelitian

Selain itu, jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif,yang berfokus pada analisis deskriptif terhadap data non-numerik, seperti wawancara,observasi,dan dokumen terkait. Pendekatan kualitatif dipilih karena cocok untuk mengali makna, pengalaman,serta diamika yang mendasari fenomena yang diamati. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual terhadap masalah yang di angkat.

#### B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMPN 3 Cempa tepatnya di Desa Mangki Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang. Alasan memilih lokasi ini yaitu ingin mengetahui secara luas tentang strategi Humas dalam promosi sekolah, dimana tidak ada lembaga humas dalam sekolah dan tidak terlalu aktif dalam mempromosikan sekolah.

Maka penulis juga mengambil lokasi tersebut dibandingkan dengan lokasi atau sekolah yang lain hal tersebut memiliki kendala dalam promosikan sekolah. Jadi maka dari itu peneliti memilih lokasi ini untuk mengetahui secara lebih luas lagi tentang Manajamen Humas dalam Mempromosikan Sekolah Di SMPN 3 Cempa.

## 2. Waktu penelitian

Adapun waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini kurang lebih 2 bulan dari tanggal 22 april sampai dengan 21 juni tergantung dari kebutuhan penelitian.

## C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah penetuan konsentrasi sebagai arah penelitian untuk mengumpulkan dasar dasar pada penelitian korelasinya dengan untuk mempermudah penelitian ke arah yang tepat. Fokus penelitian juga menetapkan ruang lingkup penelitian dan menjelaskan korelasi dengan data yang akan dikumpulkan.

Untuk memastikan bahwa ada korelasi yang jelas antara subjek penelitian dengan data yang dikumpulkan, peneliti harus menetukan fokus penelitian, maka penelitian berpusat pada :

### a. Manajamen Humas

Manajamen humas melibatkan berbagai kegiatan, merencanakan acara, menyediakan informasi, dan mengelola komunikasi dengan masyarakat. Acara yang di selenggarakan berupa seminar atau workshop, lokakarya, dan kegiatan sosial berupa format penyediaan informasi yang mencakup berbagai hal.

Seperti halnya informasi tentang prestasi siswa dan kegiatan sekolah. Dalam berbagai situasi yang ada pengelolaan humas mencakup interaksi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan orang tua siswa masyarakat umum dan orang lain.

### b. Promosi

Dalam melakukan promosi di sekolah biasanya dilakukan dengan cara online atau offline seperti, brosur dan pamflet, spanduk, dan media sosial, adapun dengan cara offline itu dilakukan komunikasi langsung kepada masyarakat, mengadakan kegiatan atau lomba untuk memperkenalkan sekolah, dan hubungan masyarakat ialah semua bagian dari promosi.

## D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti adalah **data kualitatif** artinya data yang dalam bentuk kata kata bukan angka. data penelitian kualitatif yaitu penyelidikan mendalam dimana melakukan sesuatu prosedur penelitian lapangan yang menggunakan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang-orang, pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu, lebih banyak meneliti dalam kehidupan sehari-hari.

Adapun sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari responden maupun yang berasal dari dokumen atau dalam bentuk lainnya guna keperluan peneliti tersebut. sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sekunder.<sup>38</sup>

### a. Data primer

Sumber data primer adalah sumber yang memberikan data kepada pengumpul data secara langsung. Sumber data primer didapat dari hasil wawancara langsung informasi yang ada di lapangan dari hasil observasi, wawancara terhadap sumber yang berkaitan dengan manajemen Humas dalam mempromosikan sekolah melalui komunikasi langsung atau menyampaikan langsung kepada masyarakat.

---

<sup>38</sup> Fikri, dkk., ‘Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare’, 0, 2023.

Adapun data yang di peroleh penulis bersumber dari kepala sekolah ,waka humas, guru dan staf tata usaha.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber kedua atau lebih, yang tidak diperoleh secara langsung oleh peneliti, misalnya melalui dokumen atau dari sumber lain. Sumber data sekunder melalui komite, siswa, guru, staf, masyarakat dan dokumen terkait yang relevan dengan topik penelitian.<sup>39</sup> Termasuk profil dan sejarah sekolah, jumlah peserta didik, struktur organisasi, kondisi guru, tenaga kependidikan, kondisi siswa, dan sarana prasarana sekolah.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling krusial. Tanpa pengetahuan mengenai teknik tersebut, peneliti tidak akan memperoleh data yang diinginkan. Metode pengumpulan data berikut digunakan di lapangan untuk memperoleh informasi yang konsisten dengan data teknis:

a. Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala yang diteliti. Observasi menjadi masalah salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat di kontrol keandalan dan kesahianya.

Untuk melakukan observasi langsung pada sekolah tersebut pada staregi manajamen humas dalam mempromosikan sekolah mengamati tanpa terlibat untuk menunjukkan kebenaran data yang diperoleh maka akan dilakukan observasi atau wawancara yang akan dilakukan.

---

<sup>39</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: ALFABETA BANDUNG, 2020).

### b. Wawancara

Wawancara adalah proses dialog dua orang untuk bertukar informasi yang dapat dijadikan dasar untuk mengembangkan artikel dengan fokus pada topik tertentu. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan informasi melalui serangkaian pertanyaan dan jawaban secara lisan.Untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat.Wawancara dengan bertanya langsung kepada responden atau informan penelitian merupakan salah satu teknik. Teknik wawancara melibatkan pengajuan pertanyaan secara langsung kepada responden atau informan penelitian, sehingga memfasilitasi pengumpulan data secara interaktif dan tatap muka.

### c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian merujuk pada proses pengumpulan, penyimpanan, dan penggunaan berbagai jenis dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dokumentasi ini bisa berupa berbagai bentuk informasi tertulis atau visual, seperti catatan, arsip, laporan, foto, video, artikel, buku, jurnal, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dokumentasi sebagai alternatif untuk mendapatkan data tentang strategi manajemen humas dalam mempromosikan SMPN 3 Cempa.

## F. Uji Keabsahan Data

Salah satu konsep penting adalah keabsahan data, yang diperkuat oleh validitas dan reliabilitas.Dalam konteks ini, peneliti harus menjelaskan dengan jelas metode yang digunakan untuk memverifikasi data yang dikumpulkan. Penulis melakukan langkah-langkah berikut untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini:

### 1. Triangulasi

Triangulasi dapat dilakukan pengecekan silang secara menyeluruh terhadap informasi yang dikumpulkan, teori dan temuan wawancara, serta hasil wawancara atau pendapat para ahli di bidang penelitian tertentu.<sup>40</sup> Pendekatan ini diterapkan dengan Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman para ilmuwan terhadap temuan tersebut. Agar informasi yang diterima lebih konsisten, lengkap dan terpercaya. Triangulasi teknik pengumpulan data yaitu memadukan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Pada saat yang sama, sumber informasi dilakukan triangulasi dengan menggabungkan informasi yang diterima dari pengelola hubungan masyarakat, kepala sekolah, guru, siswa, dan masyarakat.. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu.

### 1) Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber melibatkan penggunaan berbagai sumber data untuk memverifikasi temuan yang diperoleh dalam penelitian. Dengan membandingkan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang berbeda, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh lebih valid dan representatif.

### 2) Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik mengacu pada penggunaan berbagai metode atau teknik pengumpulan data dalam satu penelitian untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan memastikan validitas data. Dalam triangulasi teknik, peneliti menggabungkan beberapa pendekatan dalam pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen, untuk memverifikasi temuan yang diperoleh.

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R D* (Bandung: ALFABETA BANDUNG, 2020).

### 3) Triangulasi Waktu

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengorganisasian rangkaian data ke dalam pola dasar, kategori, dan unit deskripsi. Menafsirkan data memerlukan pemberian konteks penting pada analisis, menjelaskan pola deskriptif, dan mengidentifikasi hubungan antara dimensi deskriptif. Tiga elemen model analisis data kualitatif Miles dan Hubermen digunakan sebagai metode analisis data dalam penelitian ini:

### a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses seleksi yang berupaya menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah informasi yang diperoleh dari catatan lapangan tertulis, menurut Miles dan Hubermen.

### b. Penyajian Data (*Data Display*)

Menurut Miles dan Hubermen, penyajian data adalah kumpulan informasi yang teratur yang memfasilitasi tindakan dan pengambilan keputusan. Penyajian data bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang diorganisasikan secara jelas dan logis sehingga peneliti dapat memastikan apa yang terjadi dan mengambil kesimpulan.

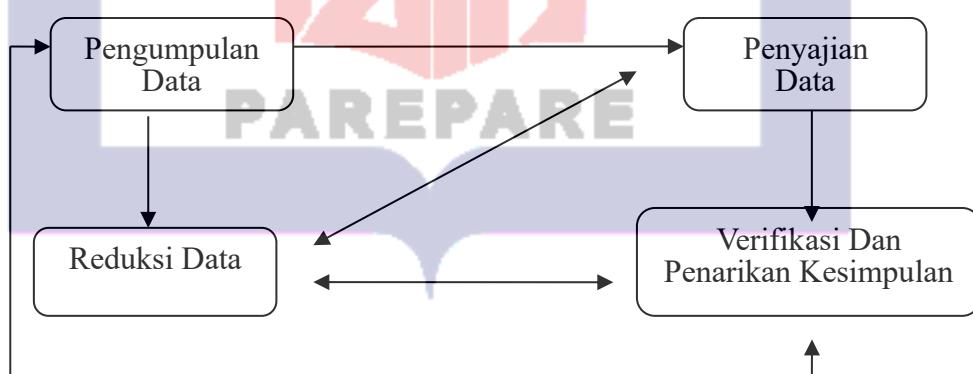
### c. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Pada tahap ini tantangannya adalah memberikan kesimpulan berdasarkan data yang diinterpretasikan. Kesimpulan penelitian ini mewakili temuan baru yang belum pernah dibuat sebelumnya. Temuan tersebut bisa berupa gambaran atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak diketahui namun menjadi jelas setelah dilakukan penelitian lebih lanjut.<sup>41</sup>

d. Analisis data ( studi kasus )

Studi kasus ialah serangkaian tindakan ilmiah yang mempelajari peristiwa atau aktivitasi secara menyeluruh dan mendalam, baik pada tingkat individu, kelompok, lembaga, atau organisasi, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam lagi terkait fenomena yang ada pada penelitian yang dilakukan.

Jadi peristiwa yang dipilih untuk menjadi studi kasus ini ialah peristiwa yang benar benar terjadi pada dunia nyata. Sebagai bagian dari proses analisis data, penelitian ini mencapai penarikan kesimpulan mengenai Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Di SMPN 3 Cempa. Diagram siklus analisis data yang menggunakan model miles dan huberman dengan pendekatan interaktif dapat di gambarkan dalam skema berikut.



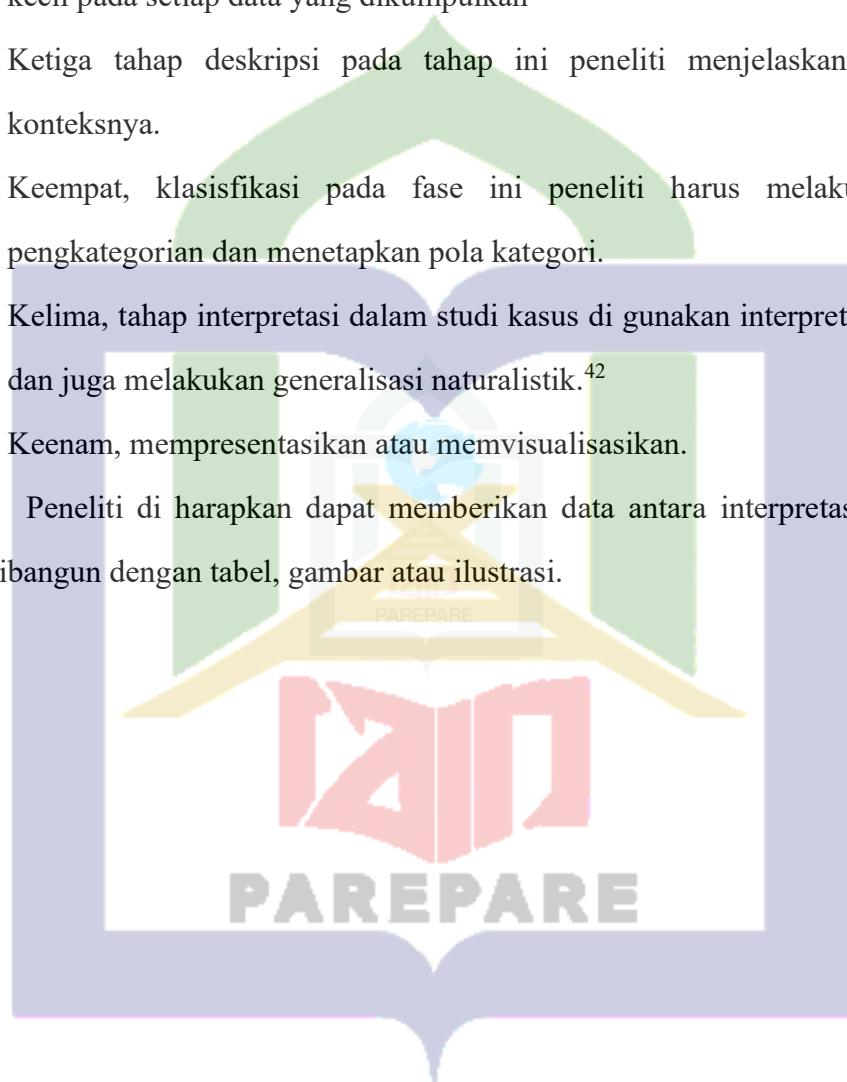
Gambar 3.1 Analis Data Model Miles Dan Huberman

<sup>41</sup>Abdul Fattah Nasution, *Metode Penelitian Kualitatif*, Ed. By Dr. Hj Meyniar Albina (Medan: Harfa Creative, 2023).

Dalam menganalisis data studi kasus Creswell menggunakan 6 tahapan :

- a. Pertama proses manajemen data yang telah dikumpulkan.
- b. Kedua pada tahapan pembacaan data dan membuat pesan singkat dan catatan kecil pada setiap data yang dikumpulkan
- c. Ketiga tahap deskripsi pada tahap ini peneliti menjelaskan kasus dan konteksnya.
- d. Keempat, klasifikasi pada fase ini peneliti harus melakukan upaya pengkategorian dan menetapkan pola kategori.
- e. Kelima, tahap interpretasi dalam studi kasus di gunakan interpretasi langsung dan juga melakukan generalisasi naturalistik.<sup>42</sup>
- f. Keenam, mempresentasikan atau memvisualisasikan.

Peneliti di harapkan dapat memberikan data antara interpretasi dan cerita yang dibangun dengan tabel, gambar atau ilustrasi.



---

<sup>42</sup> Ubaid Ridio, *Metode Penelitian Studi Kasus : Teori Dan Praktik* (Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2023).

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Dengan menggunakan observasi dan wawancara, penulis mendapatkan informasi tentang manajemen Humas dalam mempromosikan sekolah. Informasi ini dikumpulkan melalui dokumentasi dan teknik wawancara. Berikut adalah data yang dikumpulkan dari penelitian yang dilakukan di SMP Negeri 3 cempa:

#### 1. Peran Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA

Peran manajemen hubungan masyarakat pada suatu lembaga pendidikan sangat penting dan diperlukan dengan adanya hubungan antara organisasi dengan masyarakat dapat berdampak positif dengan memperbaiki reputasi suatu lembaga di mata publik dengan adanya masyarakat sebagai perantara komunikasi antara suatu lembaga dengan masyarakat dapat memberikan dampak yang baik salah satunya yaitu dengan meningkatkan promosi sekolah pada lembaga tersebut.

Berdasarkan hasil yang dikutip temukan bahwa peran Humas di SMPN 3 Cempa sangat penting dalam mendukung kelancaran kegiatan sekolah. Humas berperan sebagai jembatan komunikasi antara sekolah dengan masyarakat, orang tua peserta didik, dan berbagai pihak eksternal lainnya. Peran Humas meliputi tujuan yang ingin dicapai, pelaku yaitu pihak terlibat dalam Humas, serta strategi yang dilakukan. Hal itu selaras dengan hasil wawancara oleh pak Agus kadir, S.Pd,M.Pd selaku kepala sekolah mengatakan bahwa:

Tujuan humas yaitu menampung semua keluhan masyarakat terhadap peserta didik, membantu kegiatan kegiatan sekolah dan juga diluar sekolah, seperti

mesjid dan tempat ibadah lain untuk menyampaikan informasi terkait sekolah itu salah satu tugas humas dalam bentuk promosi sekolah.<sup>43</sup>

Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh Ibu Hali, S.Pd terkait tujuan Humas dalam sekolah yaitu :

Tujuan humas yaitu memperkenalkan sekolah kepada masyarakat, supaya dapat menarik minat siswa siswi , dan orang tua siswa dan masyarakat, organisasi serta memberikan citra positif terhadap sekolah, menjalin hubungan kerja sama antar pihak eksternal dan internal.<sup>44</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Hali dan pak Agus kadir bahwa tujuan utama Humas sekolah adalah untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat luas guna menarik minat calon siswa, orang tua, dan berbagai pihak eksternal lainnya, serta membangun citra positif terhadap sekolah. Humas juga berperan dalam menjalin kerja sama yang baik antara pihak internal sekolah (guru, siswa, staf) dan pihak eksternal (masyarakat, organisasi, dan lembaga lainnya). Selain itu, Humas bertugas menampung keluhan atau masukan masyarakat terkait peserta didik, serta mendukung berbagai kegiatan sekolah, baik di dalam lingkungan sekolah maupun di luar, seperti di masjid atau tempat ibadah, sebagai bagian dari upaya menyampaikan informasi dan mempromosikan sekolah kepada khayalak luas.

Selain itu adapun wawancara yang dilakukan oleh Ibu Hali, S.Pd selaku Humas di sekolah terkait siapa saja yang terlibat dalam proses promosi sekolah :

Semua stakeholder yang terlibat baik dari Waka Humas, kepala sekolah, guru, staf, masyarakat dan alumni. Dengan melibatkan para stakeholder ini akan membantu dalam promosi sekolah<sup>45</sup>

Adapun penjelasan terkait pelaku yaitu yang terlibat dalam promosi sekolah di jelaskan oleh Bapak Agus Kadir, S. Pd., M. Pd selaku kepala sekolah :

Semua stakeholder guru staf masyarakat alumni humas alumni dengan melibatkan semuanya dapat membantu humas dalam promosikan sekolah.

<sup>43</sup> Agus Kadir, Kepala Sekolah,Wawancara Dilakukan Di Ruangan Kepala Sekolah,Smpn 3 Cempa, 2 Mei 2025

<sup>44</sup> Hali, Waka Humas, Wawancara Di Perpustakaan Sekolah Smpn 3 Cempa, 26 Mei 2025

<sup>45</sup> Hali, Guru Humas, Wawancara Dilakukan Di Perpustakaan, SMPN 3 Cempa, 26 Mei 2025

Untuk itu kita mkelibatkan semuanya dalam ikut membantu untuk mempromosikan sekolah agar di ketahui oleh masyarakat.<sup>46</sup>

Setelah memperoleh hasil wawancara dari kedua informan di atas, wawancara berlanjut dengan Ibu Sumarni S.Pd selaku guru wali kelas terkait keterlibatan dalam promosi sekolah berdasarkan hasil wawancara yakni :

Semua stakeholder ikut terlibat termasuk saya untuk membantu mempromosikan terkait perkembangan sekolah kita ini dalam hal ini saya membantu dalam mendesain spanduk PPDB tahun ini.<sup>47</sup>

Untuk memperkuat data, penulis juga mewawancarai staf tata usaha yaitu Bapak Makmur Latif, S.Pd untuk mengali keterlibatanya dalam promosi sekolah yakni :

Iya saya terlibat dalam membantu Humas dalam promosi karena semua stakeholder. Jadi bentuk keterlibatan saya mengurus desain dan menceetak spanduk dan brosurnya serta mengurus berkas pendaftaran calon peserta didik baru.<sup>48</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa seluruh stakeholder sekolah, termasuk guru, staf, masyarakat, alumni, dan Humas, memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan promosi sekolah. Keterlibatan aktif semua pihak, termasuk penulis sendiri, menjadi bagian dari upaya bersama untuk memajukan dan mengenalkan sekolah kepada masyarakat. Dalam hal ini, staf tata usaha secara langsung terlibat dengan membantu Humas melalui pembuatan desain spanduk dan brosur Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) tahun ini, mencetaknya, serta mengurus berkas pendaftaran calon siswa. Hal ini menunjukkan bahwa promosi sekolah bukan hanya tanggung jawab Humas semata, tetapi merupakan kerja sama kolektif seluruh elemen sekolah.

---

<sup>46</sup> Agus Kadir, Kepala Sekolah, Wawancara Dilakukan Di Ruangan Kepala Sekolah, SMPN 3 Cempa, 2 Mei 2025

<sup>47</sup> Sumarni Guru Wali Kelas, Wawancara Dilakukan Di Runagan Guru, SMPN 3 Cempa, 11 Juni 2025

<sup>48</sup> Makmur Latif Staf Tata Usaha Wawancara Di Lakukan Di Ruang Tata Usaha, SMPN 3 Cempa, 20 Mei 2025

Dalam melakukan peran Humas dalam mempromosikan sekolah mengenai strategi Humas dalam mempromosikan sekolah. Hal tersebut di jelaskan oleh Bapak Agus Kadir, S. Pd., M. Pd selaku kepala sekolah yaitu :

Strategi yang dilakukan yaitu dengan mengadakan rapat bersama guru dan staf, melakukan rapat bersama orang tua calon peserta didik, selain itu juga strategi yang di lakukan berupa media sosial, spanduk, brosur, hingga kegiatan tatap muka dengan masyarakat.<sup>49</sup>

Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh Ibu Hali, S.Pd, selaku Humas terkait perencanaan, pelaksanaaa, pengawasan dalam promosikan sekolah yaitu :

Yaitu perencanaan dengan melakukan pertemuan rutin pada pimpinan, melakukan pertemuan kepada orang tua siswa, mengadakan rapat komite , dengan maksud untuk mensosialisasikan tentang sekolah, pelaksanaan yang dilakukan itu biasa dalam bentuk digital, dan menampilkan brosur brosur dan mencetak spanduk terkait pendaftaran calon peserta didik dan menginformasikan terkait pendaftaran kepada masyarakat luar sekolah melalui komunikasi atau informasi dari mulut ke mulut, dan pengawasan yang dilakukan termasuk memantau proses dilakukanya pendaftaran pada peserta didik baru pengawasanya itu lebih ke mengamati seperti halnya dalam menyampaikan kepada masyarakat terkait pendaftarn yang ada pada sekolah hal tersebut termasuk dalam bentuk promosi yang di sampaikan oleh guru dan staf maupun kepsek apakah sudah bagus serta kami selalu memeriksa ulang materi promosi sebelum di sebarkan, baik di media sosila, spnaduk, maupun brosur.<sup>50</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa strategi dalam mempromosikan sekolah itu peran tersebut di jalankan melalui tiga tahapan penting yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan,secara keseluruhan bahwa peran Humas sangat penting dalam meningkatkan daya tarik sekolah melaui promosi yang terencana, terstruktur, dan awasi dengan baik. Dengan strategi yang matang, pelaksanaan yang efektif, serta pengawasan yang berkelanjutan, promosi sekolah dapat memberikan dampak positif terhadap perkembagan terhadap sekolah.

---

<sup>49</sup> Agus Kadir, Kepala Sekolah, Wawancara Dilakukan Di Ruangan Kepala Sekolah, Smpn 3 Cempa, 2 Mei 2025

<sup>50</sup> Hali, Guru Humas, Wawancara Dilakukan Di Perpustakaan, SMPN 3 Cempa, 26 Mei 2025

Berdasarkan hasil wawancara, dari semua narasumber dapat disimpulkan bahwa Humas sekolah memiliki peran penting untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat dan membangun citra positif. Promosi sekolah tidak hanya dilakukan oleh Humas saja, tetapi melibatkan semua pihak di sekolah seperti guru, staf, alumni, dan masyarakat. Kegiatan promosi dilakukan secara bersama-sama melalui tiga tahap, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan. Jika dilakukan dengan baik, promosi ini dapat membantu perkembangan dan kemajuan sekolah.

## 2. Tantangan yang dihadapi Manajemen Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA

Peran Humas sekolah menjadi semakin strategis, terutama dalam membangun citra positif dan meningkatkan daya saing lembaga di tengah masyarakat. Namun, proses ini tidak lepas dari berbagai tantangan yang kompleks, baik dari segi internal maupun eksterna. Tidak terkecuali pada SMPN 3 Cempa juga memiliki tantangan yang ditemukan oleh penulis pada saat melakukan observasi, dimana terdapat beberapa tantangan yang dihadapi Humas dalam menjalankan perannya khususnya pada kegiatan mempromosikan sekolah.

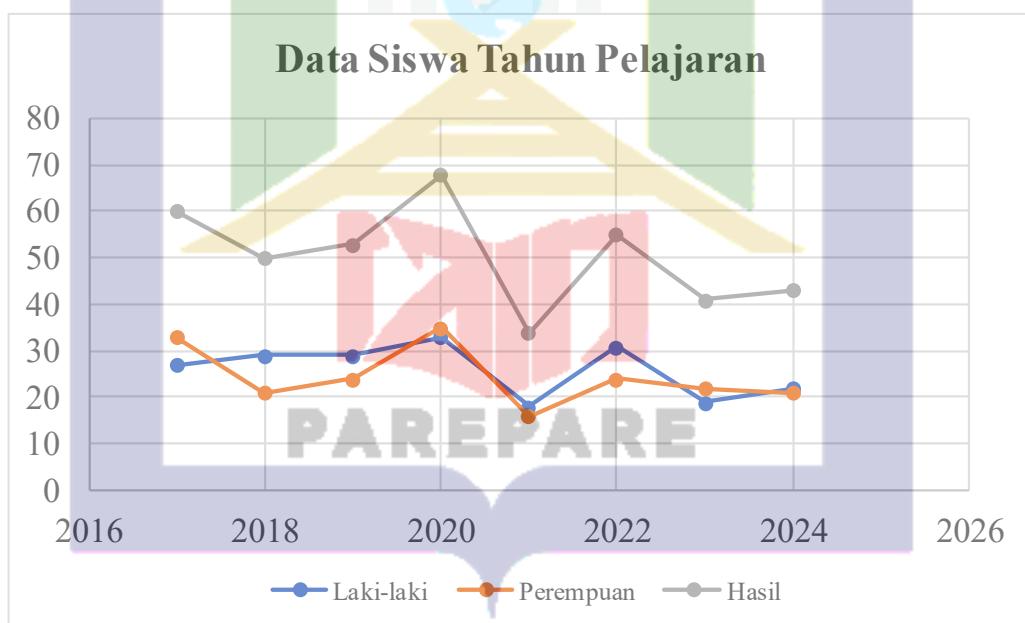
Berdasarkan hasil wawancara terkait tantangan yang dihadapi Humas dalam mempromosikan sekolah dengan Ibu Hali, S.Pd selaku Humas, yang menyatakan bahwa :

Tantangan Humas berupa sumber dana yang masih kurang, sistem zonasi yang menjadi terbatas dalam wilayah, kurang aktif dalam media sosial yang dimana perlu ditingkatkan lagi, dan fasilitas dalam sekolah juga masih perlu di tingkatkan dari segi sarana prasarana masih perlu di tingkatkan. Dalam Humas juga masih kurang fasilitasnya seperti kamera, ruangan, dan dana yang diperlukan dalam melakukan promosi sehingga kegiatan promosi sangat terbatas.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Hali, Guru Humas, Wawancara Di Perpustakaan,SMPN 3 Cempa, 26 Mei 2025

Berdasarkan dari hasil wawancara oleh Ibu Hali, S.Pd dapat disimpulkan bahwa tantangan yang dihadapi oleh bagian Humas di SMPN 3 Cempa antara lain keterbatasan sumber dana yang menghambat berbagai kegiatan promosi, sistem zonasi yang membatasi jangkauan promosi hanya pada wilayah tertentu, serta kurangnya keaktifan dalam media sosial yang seharusnya ditingkatkan untuk menjangkau masyarakat lebih luas. Selain itu, fasilitas sekolah masih perlu diperbaiki, terutama dalam hal sarana dan prasarana. Khusus untuk bagian Humas, keterbatasan fasilitas seperti kamera, ruang kerja, dan anggaran promosi juga menjadi kendala utama, sehingga kegiatan promosi yang dilakukan menjadi sangat terbatas dan kurang maksimal. Sistem Zonasi yang mempengaruhi jumlah peserta didik dari tahun ke tahun berdasarkan grafik sebagai berikut :



Gambar 4.2 jumlah peserta didik

Salah satu faktor utama yang menyebabkan rendahnya jumlah calon peserta didik baru di SMPN 3 Cempa adalah kecenderungan sebagian besar orang tua di wilayah tersebut untuk lebih memilih menyekolahkan anak-anak mereka di lembaga

pendidikan berbasis keagamaan, khususnya pesantren. Sebagaimana dari hasil wawancara dengan Bapak Agus Kadir, S. Pd., M. Pd selaku kepala sekolah yang menyatakan bahwa :

Jadi hambatan kita yaitu rata rata siswa dari SD itu mendaftar di pesantren itu adalah hambatannya, maka dari itu siswa siswi ikut melaksanakan tim safari di bulan suci ramadhan untuk menceramah dan juga dalam segi fasilitas masih kurang dan perlu di tingkatkan lagi. Namun orang tua lebih cenderung memasukkan anak mereka ke pesantren akan tetapi pada saat berjalan satu semester anak yang ada di pesantren tersebut itu mengalami masalah di pesantren dan dikeluarkan maka otomatis akan melanjutkan sekolah nya di smp kita ini. Dengan hambatan yang dimiliki masih perlu di tingkatkan lagi.<sup>52</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan agama sebagai landasan moral dan spiritual anak-anak mereka. Selain itu, banyak orang tua beranggapan bahwa pesantren mampu membentuk karakter disiplin, tanggung jawab, serta akhlak yang mulia, yang mungkin belum sepenuhnya mereka temukan dalam sistem pendidikan formal umum. Kondisi ini berdampak langsung pada menurunnya jumlah pendaftar di sekolah-sekolah negeri, termasuk SMPN 3 Cempa, yang pada akhirnya menghadirkan tantangan tersendiri dalam upaya mempertahankan eksistensi dan optimalisasi proses pembelajaran di sekolah tersebut."

Akan tetapi perlu meningkatkan lagi komunikasi terhadap masyarakat dan orang tua siswa calon peserta didik, keberhasilan promosi sekolah tidak hanya strategi yang komunikasi yang bagus akan tetapi dipengaruhi juga oleh kebijakan sistem pendidikan, dukungan anggaran, penguasaan teknologi informasi, serta kondisi fasilitas sekolah itu sendiri.

---

<sup>52</sup> Agus Kadir, Kepala Sekolah, Wawancara Di Ruangan Kepala Sekolah,SMPN 3 Cempa, 2 Mei 2025

Terkait tantangan yang di hadapi Humas dalam mempromosikan sekolah adapun cara mengatasi tantangan yang di hadapi Humas dalam mempromosikan sekolah. Menurut bapak Agus Kadir, S. Pd., M. Pd selaku Humas :

Saya selaku kepala sekolah mengatasi hambatan itu dengan cara menampilkan kegiatan sekolah baik dari akademik dan non akademik dengan mengadakan rapat kepada orang tua siswa dan masyarakat lainnya, dan mengadakan rapat komite, dengan meyakinkan masyarakat bahwa sekolah kita ini jumlah siswanya yang dibawah 200 siswa siswi ini mampu bersaing dengan sekolah walaupun dengan tantangan yang di hadapi ini kita mampu bersaing.<sup>53</sup>

Adapun hasil wawancara dari Terkait tantangan yang di hadapi Humas dalam mempromosikan sekolah dengan cara mengatasi tantangan yang di hadapi Humas dalam mempromosikan sekolah. Maka hal ini di jelaskan oleh Ibu Hali, S.Pd selaku Humas :

Cara mengatasi dalam sumber dana itu mencari bantuan dana di luar sekolah seperti lembaga pemerintah dan juga termasuk komite, aktif di media sosial sekolah karena media sosial kita ini kurang update jadi perlu di tingaktkan lagi, melibatkan masyarakat dan alumni dari sekolah kita ini agar mempermudah Humas dalam melakukan promosi.<sup>54</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa paya kepala sekolah dalam mengatasi berbagai hambatan promosi dan pengembangan sekolah. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan menampilkan berbagai kegiatan sekolah, baik akademik maupun non-akademik, serta mengadakan rapat bersama orang tua siswa, masyarakat, dan komite sekolah untuk membangun kepercayaan dan meyakinkan mereka bahwa meskipun jumlah siswa masih di bawah 200 orang, sekolah tetap mampu bersaing dengan sekolah lainnya. Untuk mengatasi keterbatasan dana, kepala sekolah berinisiatif mencari dukungan dari luar, seperti

---

<sup>53</sup> Agus Kadir, Kepala Sekolah, Wawancara Di Ruangan Kepala Sekolah,SMPN 3 Cempa, 2 Mei 2025

<sup>54</sup> Hali, Guru Humas,Wawancara Di Perpustakaan, SMPN 3 Cempa 26 Mei 2025

lembaga pemerintah dan bantuan dari komite. Selain itu, kepala sekolah menyadari pentingnya peran media sosial sebagai alat promosi dan berkomitmen untuk mengaktifkan kembali akun media sosial sekolah yang selama ini kurang diperbarui. Keterlibatan masyarakat dan alumni juga dianggap penting untuk mendukung Humas dalam memperluas jangkauan promosi sekolah secara lebih efektif.

Untuk mengatasi keterbatasan dana Humas mengandalkan kolaborasi dengan pihak eksternal dan sponsor lokal guna untuk mendukung berbagai kegiatan promosi dengan beberapa solusi dari tantangan yang dihadapi maka promosi yang dilakukan akan berdampak positif.

Menurut bapak Agus Kadir, S. Pd., M. Pd selaku kepala sekolah dalam meningkatkan kualitas Humas dalam promosi sekolah, serta kebijakan yang diberikan oleh bapak terkait Humas dalam mepromosikan sekolah yang akan dijelaskan yakni :

Untuk meningkatkan kualitas humas itu dengan meningkatkan komunikasi terhadap masyarakat di lingungan sekolah dan memanfaatkan media sosial sekolah untuk menyampaikan informasi, prestasi dan kegiatan sekolah dan juga bisa menjalin kerja sama dengan instansi di dunia usaha.<sup>55</sup> Dan adapun kebijakannya jadi kebijakan yang saya lakukan tergantung untuk anak-anak yang dibantu ke jenjang yang lebih tinggi dan juga membantu anak-anak yang kurang mampu untuk diberikan KIP dan bantuan dari sekolah dengan hal itu termasuk kebijakan dari saya, serta kebijakan kedepannya membentuk Tim Humas di sekolah, aktif dalam memnampilkan kegiatan kegiatan sekolah agar masyarakat juga tahu tentang sekolah kita.

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwasanya langkah-langkah yang diambil untuk meningkatkan kualitas kinerja Humas di sekolah. Salah satunya adalah dengan memperkuat komunikasi antara sekolah dan masyarakat sekitar, serta memanfaatkan media sosial sekolah sebagai sarana untuk

---

<sup>55</sup> Agus Kadir, Kepala Sekolah, Wawancara Di Ruangan Kepala Sekolah, SMPN 3 2 Cempa, Mei 2025

menyampaikan informasi, menampilkan prestasi, dan kegiatan sekolah secara rutin. Selain itu, Humas juga diharapkan dapat menjalin kerja sama dengan instansi dan dunia usaha guna memperluas jaringan dan dukungan eksternal. Dari sisi kebijakan, kepala sekolah menekankan pentingnya memberikan bantuan kepada siswa, baik dengan memfasilitasi mereka untuk melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi maupun memberikan dukungan bagi siswa kurang mampu melalui program KIP dan bantuan sekolah lainnya. Ke depan, akan dibentuk Tim Humas yang lebih terstruktur dan aktif dalam menampilkan kegiatan-kegiatan sekolah, sehingga masyarakat semakin mengenal dan percaya terhadap kualitas sekolah tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dari narasumber dapat disimpulkan bahwa Humas SMPN 3 Cempa menghadapi beberapa kendala, seperti kurangnya dana, fasilitas yang terbatas, dan sistem zonasi yang membatasi promosi. Selain itu, banyak orang tua lebih memilih pesantren karena dianggap lebih baik dalam membentuk akhlak anak. Untuk mengatasi hal ini, kepala sekolah berusaha menampilkan kegiatan sekolah, mengaktifkan media sosial, dan bekerja sama dengan masyarakat, alumni, serta lembaga luar. Langkah lain yang diambil yaitu membentuk Tim Humas yang lebih aktif agar sekolah semakin dikenal dan dipercaya oleh masyarakat.

### **3. Hasil yang di peroleh Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA**

Manajamen Humas dalam memepromosikan sekolah melalui berbagai tujuan Humas yaitu meperkenalkan sekolah kepada masyarakat, supaya dapat menarik minat siswa siswi , dan orang tua siswa dan masyarakat, oraganisasi serta memberikan citra positif terhadap sekolah, menjalin hubungan kerja sama anatar pihak eksternal dan internal.

Berdasarkan observasi yang dilakukan di SMPN 3 Cempa dapat kita ketahui bahwa hasil promosi yang dilakukan Humas apakah baik atau kurang dalam melakukan promosi dengan hasil wawancara ini maka kita ketahui bahwa hasil dalam wawancara tersebut apakah dapat menjawab pertanyaan pertanyaan terkait hasil dalam promosi sekolah.

Maka dari itu hasil wawancara yang dilakukan oleh kepala sekolah terakait peran Humas dalam melaksanaakan promosi apakah sudah baik atau kurang. Hal ini akan di jelaskan oleh bapak Agus Kadir, S. Pd., M. Pd selaku kepala sekolah:

Menurut saya sudah baik ya karena Humas sudah melakukan tugasnya dalam menjalin komunikasi yang baik terhadap masyarakat dan orang tua siswa untuk saat ini Humas sudah menjalankan dengan baik dalam promosi dengan melakukan komunikasi langsung terhadap masyarakat. Akan tetapi masih ada yang belum maksimal yang dilakukan Humas yaitu dalam penggunaan media sosial belum dilaksanakan dengan baik yang dimana menjadi salah satu peran Humas yang berpengaruh dalam mempromosikan sekolah. Alasanya saya katakan baik karena sudah menjalankan tugasnya baik serta saya mengawasi Humas dalam promosi jadi mereka cenderung menyampaikan langsung ke masyarakat. Akan tetapi masih perlu ditingkatkan lagi cara promosi untuk kedepanya.<sup>56</sup>

Adapun wawancara yang dilakukan oleh Ibu Hali, S.Pd selaku Humas terakait apakah peranya sebagai Humas sudah dilaksanakan dengan baik atau kurang dalam melakukan promosi :

Menurut saya masih kurang baik karena peran dalam melakukan promosi baik dari sumber dana kita masih kurang dan juga dengan masalah media sosialnya kita masih perlu bimbingan terhadap bagaimana cara kita untuk membuat konten konten yang menarik terkait sekolah apalagi dari segi fasilitas kita juga masih kurang memadai dan juga kita tidak memiliki tim khusus untuk Humas, akan tetapi dalam menjalin komunikasi terhadap masyarakat, orang tua siswa sangat baik dan terjalin hubungan yang baik. Jadi untuk itu kedepanya saya ingin dalam promosi sekolah lebih di tingkatkan lagi baik dari segi fasilitasnya dan pemamhampan akan pentingnya promosi dilakukan dalam media sosial menjadi pengaruh yang baik dalam promosikan sekolah agar sekolah kita ini di kenal di sekolah lainya.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Agus Kadir, Kepala Sekolah, Wawancara Di Ruangan Kepala Sekolah,SMPN 3 Cempa, 2 Mei 2025

<sup>57</sup> 'Hali, Guru Humas, Wawancara Di Perpustakaan,SMPN 3 Cempa, 26 Mei 2025

Setelah memperoleh hasil wawancara dari kedua informan di atas, wawancara berlanjut dengan Ibu Sumarni S.Pd selaku guru wali kelas terkait peran Humas dalam melaksanakan promosi apakah sudah berjalan baik atau kurang hal ini akan dijelaskan bahwa :

Bisa dikatakan kurang dalam promosinya karena kami disini tidak terlalu aktif menyampaikan informasi sekolah pada media sosial yang dimana media sosial ini sangat penting dilakukan dalam promosi diluar maupun di dalam lingkungan sekolah, tetapi dalam meinformasikan kepada masyarakat terjalin baik karena kami memberikan informasi secara langsung. Untuk kedepanya dalam melakukan promosi nanti kami akan meningkatkan lagi kualitas lebih bagus dengan aktif dalam media sosial sekolah dan selalu menjalin komunikasi yang baik terhadap masyarakat.<sup>58</sup>

Untuk itu penulis juga mewawancarai staf tata usaha yaitu bapak Makmur latif. S.Sos terkait peran Humas dalam mempromosikan sekolah apakah sudah terjalin baik atau kurang yang akan di jelaskan :

Masih kurang ya baik dari promosinya masih kurang dan juga dari segi fasilitas yang kurang memadai dan tidak terlalu update media sosialnya dengan hal itu sangat perlu ditingkatkan lagi dalam promosi sekolah dengan menampilkan kegiatan kegiatan ekstrakurikuler di media sosial. Hal tersebut sangat perlu di tingkatkan kedepanya.<sup>59</sup>

Dengan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Aisyah fitri selaku wakil ketua osis di sekolah terkait dengan peran Humas dalam memromoikan apakah sudah melaksankan peranya dengan baik atau kurang yakni :

Menurut saya masih kurang bagus kak dalam promosinya karena yang saya lihat dalam promosi media sosialnya tidak terlalu aktif atau update kak dalam promosi tentang sekolah.<sup>60</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja Humas sekolah yang dinilai sudah cukup baik dalam menjalin komunikasi langsung dengan masyarakat dan orang tua siswa. dan kepala sekolah turut mengawasi proses

<sup>58</sup> Sumarni Guru Wali Kelas, Wawancara Dilakukan Di Runagan Guru, SMPN 3 Cempa,11 Juni 2025

<sup>59</sup> Makmur Latif Staf Tata Usaha Wawancara Di Lakukan Di Ruang Tata Usaha, Smpn 3 Cempa,20 Mei 2025

<sup>60</sup> Aisyah Fitri, Wawancara Di Perpustakaan, Smpn 3 Cempa,10 Mei 2025

tersebut. Namun, masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki, khususnya dalam pemanfaatan media sosial yang belum maksimal, padahal media sosial merupakan alat penting dalam mempromosikan sekolah secara lebih luas. Kendala lain yang dihadapi adalah keterbatasan sumber dana, kurangnya fasilitas yang memadai, dan belum adanya tim khusus Humas yang fokus pada kegiatan promosi. Meskipun hubungan dengan masyarakat terjalin dengan baik, penyampaian informasi secara digital masih minim dan belum konsisten. Oleh karena itu, ke depan diperlukan peningkatan kualitas promosi sekolah, baik melalui penguatan media sosial, penyediaan fasilitas yang mendukung, pelatihan dalam pembuatan konten, serta menampilkan kegiatan ekstrakurikuler sebagai daya tarik. Semua ini diharapkan dapat memperkuat citra sekolah dan menjangkau masyarakat secara lebih efektif.

Dengan hal itu dapat membantu pelaksanaan promosi dengan menampilkan kegiatan kegiatan yang ada pada sekolah dengan melalui media sosial sekolah tersebut bisa di kenal di luar lingkungan sekolah, tetapi dalam menjalin komunikasi terhadap masyarakat dan orang tua siswa sudah bagus akan tetapi hal tersebut perlu di tingkatkan lagi untuk melakukan promosi lebih baik kedepanya dengan meningkatkan lagi apa apa yang di butuhkan Humas dalam mempromosikan sekolah lebih efektif lagi.

Adapun hasil wawancara yang dilakukan oleh Humas terkait apa apa saja yang di perlukan dalam meningkatkan kualitas promosi dalam sekolah yang akan dijelaskan oleh Ibu Hali, S.Pd selaku Humas yakni :

Menurut saya bagusnya di bentuk kerja sama Tim khusus yang juga melibatkan siswa siswi di sekolah dalam promosi dan memaksimalkan lagi fasilitas yang dibutuhkan serta aktif dalam media sosial dan platform digital seperti instagram, tiktok, dan facebook untuk menampilkan kegiatan positif secara rutin.<sup>61</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa tuk meningkatkan efektivitas promosi sekolah, sebaiknya dibentuk tim khusus yang

---

<sup>61</sup> 'Hali, Guru Humas, Wawancara Di Perpustakaan,SMPN 3 Cempa, 26 Mei 2025

fokus pada bidang kehumasan dan promosi, dengan melibatkan tidak hanya guru dan staf, tetapi juga siswa-siswi. Keterlibatan siswa diharapkan dapat memberikan ide-ide kreatif dan semangat baru dalam menyampaikan informasi tentang sekolah. Selain itu, fasilitas yang mendukung kegiatan promosi perlu dimaksimalkan, seperti alat dokumentasi dan akses internet yang memadai. Media sosial dan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Facebook juga sebaiknya dimanfaatkan secara aktif untuk menampilkan kegiatan-kegiatan positif sekolah secara rutin, sehingga informasi tentang sekolah dapat menjangkau masyarakat lebih luas dan membangun citra sekolah yang lebih baik di era digital.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terkait seberapa penting dalam menarik minat calon peserta didik yang dilakukan oleh bapak Agus kadir S.Pd,M.Pd selaku kepala sekolah yakni :

Jadi menurut saya hal itu penting tapi karena output kita ini sedikit dikarenakan jumlah siswa siswi di tingkat sd juga sedikit, dengan hal tersebut penting bagi sekolah walaupun ada yang mendaftar di pesantren tetapi jika terdapat masalah yang dilakukan maka akan tetap melanjutkan sekolahnya di sekolah kita ini.<sup>62</sup>

Adapun wawancara yang dilakukan Ibu Hali, S.Pd selaku Humas terkait seberapa penting dalam menarik minat calon peserta didik yaitu :

Menurut saya sangat penting karena jika bukan dalam informasi atau promosi yang dilakukan calon peserta didik tidak tau bahwa akan ada pendaftaran yang dilakukan di sekolah dan promosi ini sangat penting dalam menampilkan kegiatan kegiatan yang dilakukan sekolah seperti apa dan juga tanpa promosi juga sekolah kita akan tidak dikenal diluar lingkungan sekolah. Maka dari itu menurut saya penting.<sup>63</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa meskipun jumlah siswa lulusan SD yang menjadi calon peserta didik relatif sedikit, dan sebagian memilih melanjutkan ke pesantren, promosi sekolah tetap dianggap sangat penting. Hal ini karena ada kemungkinan siswa yang mengalami kendala di pesantren akan kembali

---

<sup>62</sup> Agus Kadir, Kepala Sekolah, Wawancara Di Ruangan Kepala Sekolah,SMPN 3 Cempa, 2 Mei 2025

<sup>63</sup> ‘Hali, Guru Humas, Wawancara Di Perpustakaan,SMPN 3 Cempa, 26 Mei 2025

dan melanjutkan pendidikan di sekolah ini. Tanpa adanya promosi atau penyebaran informasi, masyarakat dan calon peserta didik tidak akan mengetahui adanya pendaftaran di sekolah. Promosi juga berperan penting dalam menunjukkan berbagai kegiatan positif yang dilakukan sekolah, sehingga dapat menarik minat dan kepercayaan masyarakat. Oleh karena itu, promosi bukan hanya sekadar memperkenalkan sekolah, tetapi menjadi kunci agar sekolah dikenal luas di luar lingkungan terdekatnya dan tetap menjadi pilihan bagi calon siswa.

Adapun saran dan masukan oleh humas terkait melakukan promosikan sekolah menurut bapak Agus kadir S.Pd,M.Pd selaku kepala sekolah yaitu :

Saran saya itu bagaimana melakukan promosi dengan efektif, dan memantau di setiap sekolah tingkat SD karena sekarang sistem zona dengan meyakinkan mereka untuk mendaftarkan diri mereka di sekolah kita ini. Pada tahun lalu hanya mendata berapa jumlah siswa yang ada pada sekolah tingkat SD jadi saran saya itu untuk saat ini itu untuk memantau siswa nya dengan meyakinkan mereka agar mau mendaftar di sekolah kita ini, untuk humas juga kedepanya kebih giat lagi berkomunikasi langsung kepada sekolah yang sesuai zona kita. Itu cara saya untuk kedepanya atau meningkatkan lagi fasilitas yang dibutuhkan humas dan juga menfasilitas kepada siswa siswi yang kurang mampu agar tertarik untuk bersekolah di sekolah kita ini dan melibatkan juga para alumni dari sekolah kita ini.<sup>64</sup>

Berdasarkan wawancara diatas bahwa saran untuk meningkatkan efektivitas promosi sekolah dengan pendekatan yang lebih aktif dan terarah. Salah satu cara yang diusulkan adalah dengan memantau langsung sekolah-sekolah tingkat SD yang berada dalam zona penerimaan, tidak hanya mendata jumlah siswa seperti tahun sebelumnya, tetapi juga secara langsung meyakinkan mereka agar mendaftar di sekolah ini. Humas diharapkan lebih giat menjalin komunikasi dengan sekolah-sekolah dalam zona tersebut untuk memperkuat hubungan dan memperluas jangkauan promosi. Selain itu, peningkatan fasilitas yang dibutuhkan oleh Humas menjadi penting agar kegiatan promosi dapat berjalan lebih maksimal. Saran lainnya adalah

---

<sup>64</sup> Agus Kadir, Kepala Sekolah,Wawancara Di Ruangan Kepala Sekolah, SMPN 3 2 Cempa,Mei 2025

memberikan perhatian khusus kepada siswa yang kurang mampu dengan menyediakan fasilitas atau bantuan, serta melibatkan alumni sekolah sebagai bagian dari strategi promosi untuk menunjukkan keberhasilan lulusan dan menarik minat calon siswa.

Berdasarkan kesimpulan dari narasumber bahwa Humas SMPN 3 Cempa sudah cukup baik dalam menjalin komunikasi, namun masih lemah dalam penggunaan media sosial dan promosi. Kendala utama adalah keterbatasan dana, fasilitas, dan belum ada tim khusus. Solusinya adalah membentuk tim Humas yang melibatkan guru, staf, dan siswa, mengaktifkan media sosial, menjalin kerja sama dengan SD sekitar, melibatkan alumni, dan memberi perhatian pada siswa kurang mampu untuk meningkatkan citra dan daya tarik sekolah.

## B. Pembahasan

### 1. Peran Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA

Peran Humas dalam mempromosikan sekolah dapat dianalisis melalui tiga aspek penting, yaitu aktor pelaksana (Humas sekolah), pendekatan strategis (seperti penggunaan media sosial dan kegiatan publik), serta sasaran yang ingin dicapai (peningkatan jumlah peserta didik baru dan citra positif sekolah).

Pertama fungsi utama dari humas (hubungan masyarakat) di lingkungan sekolah adalah untuk menjadi jembatan antara sekolah dan masyarakat. Humas berperan dalam menampung segala bentuk keluhan, masukan, atau saran dari masyarakat terkait peserta didik, sehingga sekolah dapat terus melakukan evaluasi dan perbaikan. Selain itu, humas juga terlibat aktif dalam mendukung berbagai kegiatan sekolah, baik yang dilaksanakan di lingkungan sekolah maupun di luar, seperti kegiatan keagamaan di masjid dan tempat ibadah lainnya.

Dalam hal ini, humas berperan menyampaikan informasi penting terkait sekolah kepada masyarakat luas sebagai bagian dari upaya promosi dan penyebaran informasi yang transparan. Tujuan Humas yaitu 1) menampung semua keluhan masyarakat terhadap peserta didik, 2) membantu kegiatan kegiatan sekolah dan juga diluar sekolah, memperkenalkan sekolah kepada masyarakat, 3) supaya dapat menarik minat siswa siswi dan orang tua siswa dan masyarakat, oraganisasi serta 4) memberikan citra positif terhadap sekolah, menjalin hubungan kerja sama antar pihak eksternal dan internal. Dengan hal tersebut tujuan dari Humas tidak mempromosikan sekolah saja akan tetapi menjalin komunikasi dengan masyarakat di lingkungan sekolah.<sup>65</sup>

Kedua strategis Humas dalam promosi dengan memperkenalkan sekolah kepada masyarakat dengan tujuan menarik minat calon siswa, orang tua, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Upaya ini dilakukan agar sekolah dapat dikenal secara luas dan membangun citra positif di mata publik. Melalui kerja sama dengan berbagai organisasi, lembaga eksternal, serta menjalin hubungan harmonis dengan pihak internal seperti guru, siswa, dan staf sekolah, humas membantu menciptakan lingkungan pendidikan yang terbuka, komunikatif, dan terpercaya. Pendekatan kolaborasi dan partisipasi dari stakeholder memperkuat citar positif sekolah dimata masyarakat dan meningkatkan efektivitas promosi yang dilakukan.

Ketiga tujuan promosi dengan meningkatkan masyarakat luas, menyampaikan informasi tentang program unggulan, fasilitas, dan prestasi yang dimiliki. Tujuan utamanya adalah menarik minat calon peserta didik agar mendaftar,

---

<sup>65</sup> Khoerunnisa. Khoerunnisa, ‘Strategi Marketing Public Relations Melalui Pelayanan Digital Kabayan Pasti’, *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 6.3 (2024)

membentuk citra positif sekolah di mata masyarakat, serta mempertahankan kepercayaan orang tua dan pihak internal sekolah. Dengan promosi yang tepat, sekolah dapat meningkatkan jumlah pendaftar sekaligus memperkuat reputasinya sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas.

Keempat teori pendukung Menurut Cutlip Center Dan Broom mengemukakan bahwa tujuan Humas mencakup membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks pendidikan, hal seeperti ini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan dan menarik minat calon peserta didik

Menurut Smith strategi yang di gunakan Humas dalam promosi melibatkan berbagai pendekatan komunikasi seperti media sosial dan publikasi. Strategi komunikasi harus di dasarkan pada riset yang kuat dan penyesuaian terhadap karakteristik audiens. Dalam konteks, strategi promosi mencakup pemanfaatan media sosial untuk menampilkan prestasi , dan fasilitas dalam sekolah tersebut.

Selain itu teori Konektivitas Strategis dari Anindita rahmawati menempatkan pelaku manajemen humas sebagai aktor penting dalam menjembatani visi organisasi dan dinamika publik di era disruptsi informasi. Peran humas tidak lagi sekadar "penyampai pesan", tetapi penggerak hubungan strategis organisasi.<sup>66</sup>

Menurut hasil peneilitan dari Zulkarnain Nasution peran manajemen humas dalam mempromosikan sekolah sangat penting untuk menjaga dan membangun citra positif lembaga pendidikan. Humas bertindak sebagai pengelola informasi yang menyampaikan komunikasi kepada publik internal dan eksternal, termasuk promosi sekolah melalui berbagai media dan kegiatan.

---

<sup>66</sup> Anindita Rahmawati, ‘Teori Konektivitas Strategis (2019)’, 2019.

Peran manajamen hubungan masyarakat pada suatu lembaga pendidikan sangat penting dan diperlukan dengan adanya hubungan antara organisasi dengan masyarakat dapat berdampak positif dengan memperbaiki reputasi suatu lembaga di mata publik dengan adanya masyarakat sebagai perantara komunikasi antara suatu lembaga dengan masyarakat dapat memberikan dampak yang baik salah satunya yaitu dengan meningkatkan promosi sekolah pada lembaga tersebut. Selain itu, lembaga pendidikan juga sering berdiskusi dengan masyarakat mengenai apa kebutuhan, harapan dan tuntutan masyarakat terutama dalam dunia pendidikan. Nasution menekankan bahwa profesionalisasi petugas humas di sekolah diperlukan agar peran humas dapat berjalan efektif dalam membangun citra sekolah.<sup>67</sup>

Peran humas juga menjadi penghubung komunikasi antara pihak sekolah dengan pihak eksternal seperti masyarakat, orang tua siswa, dengan melakukan promosi sekolah tidak hanya dengan bantuan dari masyarakat akan tetapi promosi bisa juga dilakukan dengan media seperti *instagram,facebook*, spanduk, dan brosur. Dengan hal tersebut akan memudahkan humas dalam menjalankan promosi sekolah dengan bantuan dari masyarakat dan media tersebut dapat menyebarkan informasi tentang kegiatan kegiatan ekstrakurikuler, prestasi yang dicapai siswa, dan terkait perkembangan sekolah.

Dengan menjalin hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dengan masyarakat sangat membantu dalam meningkatkan kualitas promosi yang akan dilakukan. Humas bagian yang penting dari kesuksesan suatu lembaga pendidikan, karena humas merupakan penghubung antara sekolah dan masyarakat dan humas bertugas untuk menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga

---

<sup>67</sup> Sari Wina Puspita, ‘Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan’, 11.1 (2019).

peningkatan dari kualitas sekolah tersebut lebih baik salah satunya pada peningkatan kualitas promosinya yang dimana berkat adanya hubungan yang baik dengan masyarakat, maka masyarakat turut aktif dalam membantu memperkenalkan sekolah tersebut.

Dengan itu stakeholder, masyarakat dan alumni dari sekolah tersebut juga ikut membantu mempromosikan sekolah karena ingin melihat sekolah tersebut berkembang dan dikenal di secara luas maksudnya sekolah tersebut juga tidak hanya dikenal dari sekitaran sekolah saja akan tetapi ingin dikenal di luar kawasan sekolah dengan menampilkan kegiatan yang ada pada sekolah tersebut untuk menarik minat mereka untuk melanjutkan pendidikan mereka di sekolah tersebut.

Dalam melakukan perannya sebagai humas diperlukan pula adanya manajemen dalam melakukan promosi hal yang dilakukan terlebih dahulu yaitu dengan adanya tahap tahap yang dilakukan sebelum melakukan promosi, yaitu dengan dilakukannya perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan yaitu untuk untuk memperlancarkan kegiatan promosi yang dilakukan agar kegiatan yang dilakukan berjalan dengan lancar tanpa adanya kekurangan atau kendala yang dihadapi karena semua sudah diatur dengan baik sebelum dilakukan dengan hal tersebut dapat mempermudah mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Dari promosi yang telah dilakukan, untuk bisa menarik lebih pehatian calon peserta didik baru dan masyarakat tentang sekolah ini maka di perlukan pembaharuan-pembaharuan promosi agar lebih banyak yang tertarik terhadap sekolah tersebut dan lebih aktif lagi untuk bisa membagikan kegiatan – kegiatan yang dilakukan. Agar pada saat promosi yang dilakukan kedepanya dilakukan dengan baik dengan mendapatkan hasil yang bagus dan meningkatkan perkembangan sekolah

Kinerja Humas yang kurang maksimal juga disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia. Tidak semua sekolah memiliki tenaga Humas yang memiliki latar belakang atau pelatihan khusus dalam bidang komunikasi, pemasaran, atau public relations. Akibatnya, strategi komunikasi yang dijalankan cenderung bersifat instan, tidak berbasis data, dan kurang memperhatikan citra sekolah secara keseluruhan.

Dalam hal ini peran tersebut di jalankan melalui tiga tahapan penting yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan, secara keseluruhan bahwa peran Humas sangat penting dalam meningkatkan daya tarik sekolah melalui promosi yang terencana, terstruktur, dan awasi dengan baik. Dengan strategi yang matang, pelaksanaan yang efektif, serta pengawasan yang berkelanjutan, promosi sekolah dapat memberikan dampak positif terhadap perkembangan terhadap sekolah.

Secara lebih rinci bahwa humas berfungsi sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat, menyampaikan informasi, membangun kepercayaan, serta menciptakan citra positif sekolah. Namun pada kenyataannya, humas di sekolah belum menjalankan fungsi-fungsi tersebut secara maksimal. Tidak adanya program promosi yang terencana dan kurangnya pemanfaatan media sosial menjadi salah satu penyebab rendahnya eksistensi sekolah di mata publik.

Humas di sekolah tersebut belum menjalankan tugasnya secara maksimal karena beberapa faktor mendasar, di antaranya adalah keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pemahaman tentang pentingnya peran Humas, serta minimnya dukungan dari pihak manajemen sekolah dalam bentuk anggaran dan kebijakan yang berpihak pada penguatan fungsi kehumasan.

Dari informasi yang didapatkan bahwa peran Humas dalam mempromosikan sekolah di SMPN 3 Cempa masih kurang dan perlu ditingkatkan lagi bahwasanya peran Humas dalam promosi baik dari Kegiatan promosi yang dilakukan masih bersifat konvensional dan belum terstruktur dengan baik. Permasalahan utama adalah minimnya pemahaman peran strategis Humas dalam dunia pendidikan. Banyak sekolah masih menganggap Humas sebagai bagian administratif belaka yang hanya bertugas mengurus undangan, menyambut tamu, atau membuat laporan kegiatan.

Dapat disimpulkan bahwa Peran Humas dalam promosi sekolah dinilai masih kurang maksimal karena beberapa alasan. Pertama, kemampuan SDM Humas masih terbatas, terutama dalam hal komunikasi dan penggunaan media digital. Kedua, dukungan dari kepala sekolah belum optimal, sehingga kegiatan Humas kurang terarah. Ketiga, media sosial belum dimanfaatkan secara rutin dan efektif. Keempat, strategi promosi yang digunakan belum berbasis data, kurang kreatif, dan tidak berkelanjutan. Karena itu, Humas belum mampu menjalankan fungsinya secara penuh dalam membangun citra dan menarik minat peserta didik baru.

## 2. Tantangan yang dihadapi Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA

Dalam menjalankan tugasnya, humas sekolah sering menghadapi berbagai tantangan yang menghambat efektivitas promosi.

Pertama tantangan utama adalah keterbatasan anggaran, yang membuat humas sulit untuk membuat media promosi yang menarik dan profesional. Selain itu, pemanfaatan media sosial yang masih minim juga menjadi hambatan, padahal platform digital merupakan sarana efektif untuk menjangkau calon peserta didik.<sup>68</sup>

<sup>68</sup> Meliana, ‘Tantangan Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MAN 2 Bone’, *Jurnal Mappesona*, 5.1 (2022).

Kedua sistem zonasi yang diterapkan oleh pemerintah juga menjadi tantangan tersendiri karena membatasi jangkauan promosi hanya pada wilayah tertentu. Hal ini menyebabkan upaya untuk memperluas daya tarik sekolah kepada calon siswa dari luar zona menjadi sangat terbatas. Bagian Humas di SMPN 3 Cempa menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks dalam menjalankan tugasnya. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber dana yang secara langsung menghambat pelaksanaan berbagai kegiatan promosi sekolah. Tanpa anggaran yang memadai, promosi tidak dapat dilakukan secara optimal, baik melalui media cetak, kegiatan sosialisasi langsung ke masyarakat, maupun penggunaan media digital.

Ketiga kurangnya mengadopsi teknologi dan tren komunikasi digital juga membuat promosi sekolah ketinggalan zaman. Banyak sekolah yang belum memiliki website resmi, kanal YouTube, atau platform digital yang aktif. Padahal, generasi saat ini lebih tertarik pada informasi visual dan akses cepat melalui internet. Tanpa pemanfaatan media digital yang tepat, promosi sekolah menjadi kurang relevan dan tidak menjangkau target yang diharapkan.

Keempat sementara itu dalam media sosial Humas seharusnya melibatkan siswa dan guru yang memiliki kemampuan desain dan teknologi informasi untuk membuat konten promosi dimana dapat membantu membantu memprluas jangkauan promosi digital, dalam keterbatasan dana Humas mengandalkan kolaborasi dengan pihak eksternal dan sponsor lokal guna untuk mendukung berbagai kegiatan promosi dengan beberapa solusi dari tantangan yang di hadapi maka promosi yang dilakukan akan berdampak positif.

Hal ini di dukung oleh Lattimore bahwa humas modern harus menguasai keterampilan komunikasi digital dan manajemen isu. Tantangan semakin kompleks

ketika humas sekolah harus berhadapan dengan keterbatasan teknologi, kurangnya literasi media sosial, dan kebijakan eksternal seperti sistem zonasi dalam PPDB yang membatasi ruang promosi.<sup>69</sup>

Sementara itu beberapa tantangan yang di hadapi Humas bahwasanya bisa dikatakan kurang dalam melakukan promosi dengan beberapa tantangan yang di alami Humas sebagaimana perlu penguatan dalam menghadapi tantangan yang di alami agar untuk kedepanya dapat dilakukan lebih maksimal agar menghasilkan hasil yang maksimal dengan mengatasi beberapa tantangan yang di alami.

Hal ini penelitian yang dilakukan oleh Ridwan Abdullah menunjukkan bahwa humas sekolah seringkali menghadapi kesulitan menciptakan narasi digital yang positif karena kurangnya literasi digital dan respons cepat terhadap isu.<sup>70</sup> Hal ini sama halnya dengan penelitian yang dilakukan terkait tantangan yang di hadapi Humas dalam promosi terkait kurang aktif dalam promosi melalui media sosial.

Dalam mengatasi tantangan yang di hadapi Humas dengan tantangan yang di hadapi Humas dalam mempromosikan sekolah itu banyak sekali yang harus dilakukan dalam mengatasinya dengan melakukan beberapa upaya strategi yang dilakukan kunjungan sekolah dasar di sekitar zona,

Untuk promosi kedepanya dengan melakukan evaluasi terkait promosi sekolah yang dimana dilakukan rapat dari semua bidang orangisasi yang dibahas tentang apa saja kendala yang dialami dari segi Humas otomatis membahas tentang kendala yang dihadapi dalam mempromosikan sekolah,

---

<sup>69</sup> Lattimore, *Public Relations The Profession & the Practice*, 2013 <[www.mhhe.com](http://www.mhhe.com)>.

<sup>70</sup> Ridwan Abdullah, ‘Humas Dan Media Sosial Sebagai Seni Membangun Reputasi Sekolah Di Era Post Truth : Systematic Literature Review’, 2025.

Maka dapat disimpulkan bahwa Tantangan humas dalam promosi sekolah yang kurang optimal merupakan persoalan kompleks yang memerlukan perhatian dari berbagai pihak. Diperlukan langkah-langkah strategis, mulai dari peningkatan kompetensi SDM Humas, penyediaan anggaran, dukungan kebijakan dari pimpinan, hingga pemanfaatan teknologi komunikasi secara maksimal. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini, sekolah dapat membangun citra yang kuat dan menarik minat masyarakat, sehingga peran Humas benar-benar menjadi ujung tombak keberhasilan institusi pendidikan.

### **3. Hasil yang di peroleh Humas dalam Promosi di SMPN 3 CEMPA**

Dalam pelaksanaan promosi sekolah oleh Humas pada beberapa satuan pendidikan sering kali belum berjalan secara maksimal. Banyak sekolah yang masih mengandalkan cara-cara konvensional dalam menarik minat peserta didik baru, seperti hanya mengandalkan spanduk, brosur, atau menunggu kedatangan calon siswa tanpa strategi komunikasi yang aktif. Humas sekolah belum secara optimal memanfaatkan media sosial atau teknologi informasi yang kini menjadi kanal utama dalam komunikasi publik.

Pertama promosi yang dilakukan belum maksimal penggunaan media sosial rendah, strategi tidak berbasis data, kurangnya dana, faktor penyebabnya antara lain sistem zonasi, keterbatasan sumber daya finansial, kurangnya keaktifan sekolah, khususnya bagian Humas, dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Di era digital saat ini, media sosial menjadi alat yang sangat efektif dan murah untuk membangun citra dan menyebarkan informasi. Sayangnya, akun media sosial SMPN 3 CEMPA masih kurang aktif dalam mengunggah konten-konten menarik yang dapat menarik perhatian masyarakat, seperti dokumentasi kegiatan siswa, prestasi sekolah,

atau testimoni alumni. Kurangnya konsistensi dalam pengelolaan media sosial membuat potensi promosi digital yang besar tidak dimanfaatkan secara optimal.

Kedua kendala yang sistematis seperti penerapan sistem zonasi dalam penerimaan peserta didik baru. Sistem ini membatasi ruang gerak promosi karena calon siswa secara geografis hanya dapat memilih sekolah-sekolah yang berada dalam wilayah tempat tinggalnya.

Ketiga evaluasi umum hasil promosi yang dilakukan sekolah belum dikenal luas maka perlu strategi untuk jangka panjang dengan melakukan strategi yang efektif dalam promosi sekolah maka dengan hal tersebut dukungan dari media sosial juga akan membawa hasil yang cukup bagus dalam melakukan promosi terhadap sekolah tersebut.

Keempat penguatan Tim Humas, promosi digital kreatif, monitoring dan evaluasi berkala seperti, dibutuhkan evaluasi dan pengembangan strategi promosi yang lebih adaptif terhadap tantangan yang ada. Meningkatkan kapasitas SDM Humas, memanfaatkan teknologi secara lebih aktif, serta mencari alternatif sumber pendanaan seperti kerja sama dengan pihak ketiga, dapat menjadi solusi untuk mengoptimalkan peran Humas ke depannya.

Dari hasil penelitian oleh Rohmah menunjukkan bahwa kurangnya penggunaan media digital, rendahnya kompetensi Humas dalam strategi pemasaran pendidikan, serta keterbatasan anggaran menjadi penyebab utama kurang efektifnya promosi sekolah.<sup>71</sup>

Namun, dalam pelaksanaannya, tidak semua upaya promosi membawa hasil yang optimal. SMPN 3 CEMPA adalah salah satu sekolah yang menghadapi

<sup>71</sup> Sarleni, ‘Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah’, *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran (JPP)*, 2022.

beberapa tantangan besar dalam menjalankan promosi, sehingga hasil yang dicapai masih tergolong kurang maksimal. Beberapa dan kurangnya pemanfaatan media sosial.

Adapun terkait hasil yang diperoleh Humas dalam mempromosikan sekolah di SMPN 3 Cempa yaitu cukup bagus seperti halnya jumlah peserta didik tidak terlalu banyak di karenakan sistem zonasi yang di terapkan dan dilihat dari jumlah siswa di SD yang mengirimkan lulusanya hal tersebut juga berdampak pada jumlah peserta didik baru yang mendaftar di sekolah tersebut. Dengan bekerja sama dan menjalin hubungan yang baik terhadap masyarakat dalam membantu promosikan sekolah dengan dukungan dari media sosial juga akan membuat hasil yang cukup bagus dalam melakukan promosi terhadap sekolah tersebut.

Promosi yang dilakukan oleh Humas di SMPN 3 CEMPA merupakan salah satu strategi penting dalam memperkenalkan sekolah kepada masyarakat luas. Namun, hasil yang diperoleh dari kegiatan promosi ini masih tergolong kurang maksimal. Beberapa tantangan dan keterbatasan menjadi faktor utama yang mempengaruhi efektivitas promosi tersebut.

Salah satu tantangan yang paling signifikan adalah penerapan sistem zonasi dalam penerimaan peserta didik baru. Sistem ini membatasi ruang gerak promosi karena calon siswa secara geografis hanya dapat memilih sekolah-sekolah yang berada dalam wilayah tempat tinggalnya. Akibatnya, meskipun SMPN 3 CEMPA memiliki kualitas pendidikan yang baik, jangkauan promosi menjadi terbatas dan tidak dapat menarik siswa dari luar zona.

Selain itu, keterbatasan sumber dana juga menjadi hambatan utama dalam pelaksanaan promosi yang lebih kreatif dan masif. Kegiatan promosi yang ideal

memerlukan anggaran untuk pembuatan materi publikasi, penyelenggaraan event, pemanfaatan media digital, hingga kerja sama dengan media lokal. Dengan anggaran yang terbatas, Humas hanya mampu menjalankan promosi dalam skala kecil dan sederhana, seperti penyebaran brosur dan kegiatan sosialisasi terbatas. Hal ini tentunya belum cukup untuk meningkatkan daya tarik sekolah secara signifikan di tengah persaingan dengan sekolah-sekolah lain yang memiliki dukungan dana dan fasilitas promosi yang lebih baik.

Adapun hasil yang dilakukan Humas sebagai peranya dalam mempromosikan sekolah masih kurang terkait peran Humas dikatakan kurang karena terdapat banyak kekurangan dalam melaksanakan promosi baik dari segi sumber dana yang kurang dan penggunaan media sosial yang kurang aktif serta fasilitas yang kurang memadai.

Penelitian yang dilakukan oleh aprilia prisanti menegaskan bahwa penerapan strategi Humas yang melibatkan kolaborasi internal dan eksternal dan orang tua.<sup>72</sup> Hal ini penelitian yang dilakukan masih perlu di tingkatkan lagi agar hasil yang diperoleh dalam melakukan promosi dapat memberikan hasil yang maksimal meningkatkan komunikasi terhadap masyarakat dengan meyakinkan mereka tentang perkembangan sekolah.

Pada intinya, promosi yang dilakukan oleh Humas sekolah masih jauh dari kata optimal atau kurang. Fungsi dan peran Humas yang seharusnya menjadi ujung tombak dalam membangun citra dan daya tarik sekolah belum dijalankan secara maksimal. Banyak sekolah, terutama yang berada di daerah pinggiran atau bukan

---

<sup>72</sup> Prisanti Aprilia, ‘Upaya Pengembangan Citra Sekolah Melalui Media Sosial Di Sdn Wiyung I / 453 Surabaya’, *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 2023.

sekolah unggulan, masih belum menempatkan promosi sebagai bagian penting dalam strategi pengembangan sekolah.

Promosi bukan hanya soal menarik siswa, tetapi juga membentuk citra, kepercayaan masyarakat, dan eksistensi jangka panjang sekolah. Tanpa promosi yang baik, sekolah akan kehilangan daya saing dan cenderung stagnan. Oleh karena itu, sudah saatnya peran Humas dalam promosi sekolah diperkuat dan dijalankan secara serius, terencana, dan berkelanjutan.

Dengan berbagai kendala tersebut, hasil dari kegiatan promosi yang dilakukan Humas di SMPN 3 CEMPA masih belum menunjukkan dampak yang maksimal. Jumlah pendaftar masih fluktuatif dan citra sekolah belum sepenuhnya dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan kesimpulan di atas bahwa hasil yang diperoleh dalam Promosi yang dilakukan oleh Humas SMPN 3 Cempa pada intinya masih sangat kurang, baik dari segi frekuensi, kualitas, maupun strategi pelaksanaannya. Hal ini disebabkan oleh peran Humas yang belum dimaksimalkan, keterbatasan dana, rendahnya pemanfaatan media sosial, tantangan dari sistem zonasi, dan kurangnya kompetensi dalam komunikasi serta promosi dan dalam fasilitas yang masih kurang memadai.

Untuk memperbaiki keadaan ini, sekolah perlu mengubah cara pandang terhadap pentingnya promosi, memberikan dukungan nyata kepada Humas, serta membangun tim yang profesional, kreatif, dan mampu menjawab tantangan promosi di era digital saat ini.

Sebagai strategi jangka panjang, SMPN 3 CEMPA dapat menyusun rencana promosi terpadu yang mencakup promosi offline dan online. Strategi ini perlu disusun berdasarkan evaluasi hasil promosi sebelumnya serta melibatkan semua

elemen sekolah, mulai dari kepala sekolah, guru, siswa, orang tua, hingga alumni. Promosi juga perlu diarahkan untuk membentuk citra sekolah yang unggul, modern, dan dekat dengan masyarakat.

Monitoring dan evaluasi berkala terhadap efektivitas promosi akan menjadi bagian penting dari strategi ini agar sekolah dapat terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.

Dengan penerapan solusi dan strategi yang tepat, tantangan-tantangan yang dihadapi saat ini dapat diatasi, dan Humas sekolah akan lebih mampu menjalankan fungsinya secara maksimal. Ke depannya, SMPN 3 CEMPA diharapkan mampu menjadi sekolah pilihan utama masyarakat di wilayahnya, dengan citra yang positif dan komunikasi yang efektif.

Temuan penting dalam penelitian ini menemukan bahwa peran Humas di SMPN 3 Cempa masih belum berjalan maksimal. Humas sebenarnya punya tugas penting, yaitu menjadi penghubung antara sekolah dan masyarakat serta membantu memperkenalkan sekolah agar lebih dikenal dan diminati calon peserta didik. Tapi kenyataannya, Humas di sekolah ini masih kurang aktif dalam menjalankan peran tersebut, terutama dalam hal promosi. Dan Ada beberapa hal yang membuat promosi sekolah belum efektif seperti Kurangnya penggunaan media sosial, Terbatasnya dana promosi, Kurangnya pemahaman teknologi, Sistem zonasi. Selain itu, hasil dari promosi yang dilakukan juga belum terlalu terlihat.

Sementara itu perlu banyak peningkatan agar sekolah lebih dikenal dan menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di sana Beberapa faktor yang menyebabkan promosi sekolah belum efektif antara lain adalah minimnya pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, terbatasnya dana yang tersedia untuk

kegiatan promosi, rendahnya pemahaman teknologi di kalangan staf Humas, serta adanya sistem zonasi yang membatasi ruang gerak promosi ke luar wilayah. Akibatnya, promosi yang dilakukan belum menjangkau khalayak luas dan hasilnya pun belum terlihat secara nyata. Oleh karena itu, dibutuhkan peningkatan dalam berbagai aspek, seperti pelatihan bagi staf Humas, penyediaan anggaran khusus, pemanfaatan media digital secara aktif, dan strategi promosi yang lebih kreatif serta menyeluruh agar sekolah bisa lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta temuan yang dicapai seperti yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. Peran Humas dalam mempromosikan sekolah di SMPN 3 Cempa yaitu, 1) meperkenalkan sekolah kepada masyarakat, 2) menarik minat siswa siswi, dan orang tua siswa dan masyarakat, 3) memberikan citra positif terhadap sekolah, dan 4) menjalin hubungan kerja sama antar pihak eksternal dan internal.
2. Tantangan yang dihadapi Humas dalam mempromosikan sekolah yaitu : 1) keterbatasan anggaran dana 2) sistem zonasi yang membatasi ruang gerak promosi, 3) kurangnya keaktifan dalam menggunakan, dan 4) fasilitas yang kurang memadai dalam hal ini fasilitas yang terbatas kerap kali di pandang kurang menarik oleh masyarakat.
3. Hasil yang diperoleh Humas dalam mempromosikan sekolah di SMPN 3 Cempa hasil yang diperoleh: 1) promosi belum maksimal dalam penggunaan mediasosial rendah,strategi tidak berbasis data dan kurang dana, 2) kendala sistematik yaitu zonasi dan kurangnya dukungan manajmen sekolah, 3) sekolah belum dikenal secara lebih luas perlu strategi jangka panjang, 4) penguatan tim Humas, promosi digital kreatif, monitoring dan evaluasi berkala.

**B. Saran**

1. Selalu menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat, karena salah satu yang menjadi penentu keberhasilan dalam suatu lembaga pendidikan yaitu adanya keterlibatan masyarakat, orang tua dan para alumni didalamnya.
2. Melakukan pembaharuan – pembaharuan terhadap kegiatan promosi agar dapat menarik minat lebih banyak lagi calon peserta didik untuk bersekolah di SMPN 3 Cempa.
3. Selalu meningkatkan kualitas perkembangan sekolah terutama kualitas siswanya dalam kegiatan akademik dengan prestasi yang baik

## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an Dan Al- Karim*

Abdul Fattah Nasution. *Metode Penelitian Kualitatif*, Ed. By Dr. Hj Meyniar Albina (Medan: Harfa Creative)

Ridwan Abdullah. ‘Humas Dan Media Sosial Sebagai Seni Membangun Reputasi Sekolah Di Era Post Truth : Systematic Literature Review’, 2025

Akmal, Ikhsanul Rifqy. ‘Peran Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Integritas Sekolah SMK Tritech Informatika Kepada Masyarakat Kota Medan’, *Communication & Social Media*, 3.1 (2023)

Annisya, Aini. ‘Fungsi Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah Berprestasi Di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kota Bima’, *Jurnal Komunikasi Dan Kebudayaan*, Iv (2017)

Aprilia, Prisanti. ‘Upaya Pengembangan Citra Sekolah Melalui Media Sosial Di Sdn Wiyung I / 453 Surabaya’, *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 2023

Arifudin, Opan. *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan, Paper Knowledge . Toward A Media History Of Documents* (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020)

Cintokosari Siti. ‘Strategi Humas Dalam Mempromosikan Dan Membangun Citra Tiga (3) Smk Di Kulon Progo’, 3, 2021

Cintokosari Siti. ‘Strategi Humas Dalam Membangun Citra Tiga (3) SMK Di Kulon Progo’, 3, 2021

Dakir. *Manajamen Bencana : Suatu Pengantar Pendekatan Proaktif* (Yogyakarta: K-Media, 2018)

Dhuhani, Mai Elfridawati. ‘Fungsi Dan Peran Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan\_HORIZON.PDF’ (Amboin, 2014)

Elyus. ‘Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pendemi Covid 19’, *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 09 (2021)

Fahreza, Irgi. ‘Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Sekolah Dasar (Studi Kasus Di Sdn 040447 Kabanjahe)’, *Pema (Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1.2 (2023)

Habib. ‘Pentingnya Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan Islam’, *Edu Society:*

*Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.2 (2023)

Hanif Muh. ‘Strategi Humas Untuk Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMP Islam Al Irsyad Gandrungmangu’, *Jurnal P4I*, 2023

Fikri dkk. ‘Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare’, 0, 2023

I Gusti Ngurah Putra, *Konsep Dasar Manajemen Humas* (I Gusti Ngurah Putra, 1996)

Iswahyuni, Laras Dewi, ‘Meningkatkan Citra Sekolah Di Madrasah Ibtidaiyah Narrative Qur ’An Lamongan’, 10.3 (2022)

Juhji. ‘Manajamen Humas Pada Lembaga Pendidikan’ (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020)

Julianti, Mika. ‘Manajemen Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa Bersekolah Di Yayasan Surban Mts Pacet Mojokerto’, *Cakrawala: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, 5.1 (2021)

Kamal, Mustafa Ibra. ‘Strategi Promosi Sekolah Dalam Memingkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupaten Gowa’, Vol 5.1 (2023)

Kartini. ‘Pelaksanaan Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Smp Negeri 10 Palembang’ (Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018)

Kartini. ‘Pelaksanaan Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Smp Negeri 10 Palembang Skripsi’ (Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2018)

Khoerunnisa. ‘Strategi Marketing Public Relations Melalui Pelayanan Digital Kabayan Pasti’, *Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat*, 6.3 (2024)

Lattimore. *Public Relations The Profession & The Practice*, 2013

Mallappiang, Nasiratunnisaa, *Dasar-Dasar Publik Relation*, 2018, III

Maulana. ‘Analisis Peran Dan Fungsi Public Relations Di Lembaga Pendidikan Islam’, 1 (2021)

Meliana. ‘Tantangan Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MAN 2 Bone’, *Jurnal Mappesona*, 5.1 (2022)

- Mustari Mohamad. *Manajemen Pendidikan, Manajemen Pendidikan*, 2020
- Murni. ‘Konsep Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan Islam’, 05.01 (2017)
- Oktafia. ‘Ruang Lingkup Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan’, *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5.2 (2023)
- Onny Fitriani Sitorus, *Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017)
- Puspita, Sari Wina. ‘Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan’, *C O M M U N I C O L O G Y*, 11.1 (2019)
- Puspitarini. ‘Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi ( Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House )’, 3 (2019)
- Rahmat, Abdul. *Manajemen Humas Sekolah* (Yogyakarta: Media Akademi, 2016)
- Rahmat. ‘Manajemen Humas’, *Manajemen Humas Sekolah*, 2016
- Rahmawati, Anindita. ‘Teori Konektivitas Strategis (2019)’, 2019
- Sarleni. ‘Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah’, *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran (JPP)*, 2022
- Satria. ‘Peningkatan Mutu Sekolah Melalui Manajemen Hubungan Masyarakat’, *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7.2 (2019)
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati,
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R D* (Bandung: ALFABETA BANDUNG, 2020)
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: ALFABETA BANDUNG, 2020)
- Tamam, Badrut. ‘Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Diniyah Awwaliyah Nurul Holil Panyirangan - Pangarengan Badrut’, *KABILAH : Journal Of Social Community*, 6.1 (2021)
- Tyagita, Brigitta Putri Atika. ‘Strategi Pemasaran Sekolah Menengah Atas Swasta Berasrama Di Kabupaten Semarang 1’, *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3.1 (2016)

Ubaid Ridio. *Metode Penelitian Studi Kasus : Teori Dan Praktik* (Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2023)

Ummul Kuro. ‘Pengaruh Promosi Dan Diskon Terhadap Daya Tarik Closing Online Shop Mahasiswa Di Stkip Pgri Bangkalan’, *Stkip Pgri Bangkalan*, 2021

Widiana, Erna Muslichah. *Pengantar Manajemen* (Purwokerto: CV. Pena Persada, 2020)

Yusri. ‘Strategi Promosi Sekolah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Menyekolahkan Anak Mereka Di Sd Kartika Xii-1’, *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7.2 (2020)







INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anita  
Nim : 2120203886231024  
Fakultas : Tarbiyah  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul Penelitian : Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 3 Cempa Kabupaten Pinrang

**PEDOMAN WAWANCARA**

**A. Kepala sekolah**

1. Apa tujuan Humas dalam SMPN Negeri 3 cempa ?
2. Siapa saja yang terlibat dalam proses promosi sekolah ?
3. Bagaimana strategi Humas dalam promosikan sekolah ?
4. Apa saja hambatan yang di hadapi dalam menarik calon peserta didik n orang tua melalui kegiatan promosi sekolah ?
5. Apa yang bapak lakukan untuk meningkatkan kualitas Humas dalam promosi sekolah ?
6. Apa kebijakan yang dilakukan bapak terkait Humas dalam mempromosikan sekolah ?
7. Bagaimana bapak selaku kepala sekolah mengatasi tantangan dalam mempromosikan sekolah ?
8. Apa saran dan masukan dari bapak terhadap Humas dalam melakukan promosi ?
9. Menurut bapak seberapa penting dalam menarik minat calon peserta didik ?
10. Menurut bapak apakah peran humas sudah dilaksanakan dengan baik dalam mempromosikan sekolah ?

**B. Humas**

1. Apa tujuan Humas dalam sekolah ?
2. Siapa saja yang terlibat dalam proses promosi sekolah ?
3. Bagaimana perencanaan Humas dalam promosikan sekolah ?
4. Bagaimana pelaksanaan Humas dalam promosikan sekolah ?
5. Bagaimana pengawasan Humas dalam promosikan sekolah ?

6. Apa saja hambatan yang di hadapi Humas dalam menarik minat calon peserta didik dan orang tua melalui kegiatan promosi sekolah ?
7. Bagaimana Humas dalam mengatasi tantangan yang di hadapi dalam promosi ?
8. Menurut ibu selaku Humas apakah peranya sudah dilaksanakan dengan baik dalam promosi sekolah ?
9. Menurut ibu apa-apa saja yang perlu dilakukan dalam meningkatkan kualitas promosi sekolah ?
10. Menurut ibu seberapa penting promosi dilakukan dalam menarik calon peserta didik ?

**C. Siswa**

1. Darimana anda mendapatkan informasi tentang sekolah ini ?
2. Apa yang membuat anda tertarik dalam sekolah ini ?
3. Apakah anda pernah mempromosikan sekolah ini ?
4. Apakah ada media sosial yang anda gunakan dalam membantu promosi sekolah ?
5. Bagaimana menurut anda penerapan humas dalam promosi di sekolah ?
6. Bagaimana keterlibatan anda dalam promosi sekolah ?
7. Apa saja kegiatan yang dilakukan Humas dalam promosi sekolah ?
8. Menurut anda kenapa Humas penting bagi sekolah ?
9. Menurut anda bagaimana citra sekolah di SMPN 3 Cempa ?

Parepare, 18 Juli 2025

Mengetahui :

**Pembimbing Utama**



**Dr. Abd. Halik, M.Pd.I.**  
**NIP. 19791005 200604 1003**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS TARBIYAH  
Jl. Amal Bakti No. 08 Soreang 911331 Telp. (0421)21307

INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anita  
Nim : 2120203886231024  
Fakultas : Tarbiyah  
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul Penelitian : Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 3 Cempa Kabupaten Pinrang

**PEDOMAN OBSERVASI**

Penulis dalam melaksanakan observasi atau pengamatan di SMPN 3 Cempa Mengamati Secara Langsung dan tidak langsung terhadap kegiatan pelaksanaan Humas dalam mempromosikan di SMPN 3 Cempa. Hal tersebut penulis melakukanya guna memperoleh data dan dapat di pertanggung jawabkan. Adapun pelaksana yang dilakukan sebagai berikut :

No	Aspek Yang Diamati	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Terjalin hubungan komunikasi baik internal maupun eksternal	✓	
2	Melakukan fungsi manajemen dalam pelaksanaan kegiatan Humas	✓	
3	Menggunakan media sosial secara aktif dalam mempromosikan sekolah		✓
4	Kerja sama dengan pihak- pihak stakeholder	✓	
5	Mengajak siswa untuk melakukan promosi		✓

6	Toko masyarakat ikut mendukung dan membantu pelaksanaan promosi	✓	
7	Strategi manajamen Humas dalam mempromosikan sekolah	✓	



## LAMPIRAN 1

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

#### 1. Profil SMP Negeri 3 Cempa

Nama Sekolah	: UPT SMP NEGERI 3 CEMPA
Alamat	: Jl poros pincara – sikkuale No. 62, mangki kec. Cempa, kab. Pinrang, sulawesi selatan
NPSN	: 40305112
Tanggal SK Izin Operasional	: 04-09-2018
Akreditasi	: B
Naungan	: pemerintah daerah
Email	: smpn3cempa@gmail.com

#### 2. Visi, Misi dan Tujuan SMAN 3 Parepare

##### a. Visi

“Mewujudkan sekolah yang berbasis religi, lingkungan dan prestasi”

##### b. Misi

1. Mewujudkan iklim suasana yang berbudaya islami bagi seluruh warga sekolah.
2. Mewujudkan sistem manajemen lingkungan hijau (green school).
3. Terciptanya lingkungan belajar yang kondusif.
4. Mengoptimalkan pemberdayagunaan kompetensi tenaga pendidik dan tenaga kependidikan.
5. Melaksanakan pembelajaran dan bimbingan secara efektif agar siswa dapat berkembang secara optimal.
6. Mengembangkan dan mengoptimalkan pengembangan kurikulum.
7. Melaksanakan pengembangan inofasi dalam pembelajaran
8. Melaksanakan pengembangan kegiatan Akademik dan non Akademik.

UPT SMP NEGERI 3 CEMPA merupakan salah satu sekolah jenjang SMP berstatus Negeri yang berada di wilayah Kec. Cempa, Kab. Pinrang, Sulawesi Selatan. UPT SMP NEGERI 3 CEMPA didirikan pada tanggal 1 Januari 1970 dengan Nomor SK Pendirian yang berada dalam naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Dalam kegiatan pembelajaran, sekolah yang memiliki 160 siswa

ini dibimbing oleh guru-guru yang profesional di bidangnya. Kepala Sekolah UPT SMP NEGERI 3 CEMPA saat ini adalah Agus Kadir. UPT SMP NEGERI 3 CEMPA memiliki total 160 siswa yang terdiri dari 85 siswa laki-laki dan 75 siswa perempuan, di mana jumlah siswa laki-laki lebih banyak dari siswa perempuan.

Dalam pelaksanaan kegiatan kehumasan dan promosi, sekolah ini masih menghadapi sejumlah kendala seperti keterbatasan SDM Humas, minimnya penggunaan media sosial, dan tantangan sistem zonasi. Oleh karena itu, sekolah ini dipilih sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji lebih dalam peran dan tantangan Humas dalam promosi sekolah.



## LAMPIRAN 2

### Surat Keputusan Dekan Fakultas Tarbiyah



DEKAN FAKULTAS TARBIYAH  
NOMOR : B-3458/ln.39/FTAR.01/PP.00.9/09/2024

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS TARBIYAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

Menimbang

- a. Bawa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS TARBIYAH IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2024
- b. Bawa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahkan tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.

Mengingat

1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
6. Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
7. Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
8. Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
9. Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
10. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Memperhatikan :

- a. Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP-DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 30 November 2023 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2024
- b. Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 157 Tahun 2024, tanggal 22 Januari 2024 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Tarbiyah;

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan

- a. Keputusan Dekan Fakultas Tarbiyah tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Tarbiyah Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024
- b. Menunjuk saudara: **Dr. Abd. Halik, M.Pd.I.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :  
Nama Mahasiswa : ANITA  
NIM : 2120203886231024  
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Judul Penelitian : Strategi manajemen Humas dalam mempromosikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 3 Cempa Kabupaten Pinrang
- c. Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
- d. Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
- e. Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagai alat bukti mestinya.

Ditetapkan Parepare  
Pada tanggal 13 September 2024

Dekan,



Dr. Zulfah, S.Pd., M.Pd.  
NIP 198304202008012010

### LAMPIRAN 3

#### Surat Permohonan Izin Melaksanakan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS TARBIYAH**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 (0421) 21307 (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 9110, website : [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id) email: [mail.iainpare.ac.id](mailto:mail.iainpare.ac.id)

Nomor : B-1010/ln.39/FTAR.01/PP.00.9/04/2025

16 April 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. BUPATI PINRANG  
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
di  
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	:	ANITA
Tempat/Tgl. Lahir	:	PINRANG, 08 Oktober 2003
NIM	:	2120203886231024
Fakultas / Program Studi	:	Tarbiyah / Manajemen Pendidikan Islam
Semester	:	VIII (Delapan)
Alamat	:	DESA MANGKI KECMATAN CEMPA KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**MANAJEMEN HUMAS DALAM MEMPROSOKAN SEKOLAH MENENGAH PERTAMA (SMP) NEGERI 3 CEMPA KABUPATEN PINRANG**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 17 April 2025 sampai dengan tanggal 17 Mei 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Dr. Zulfah, S.Pd., M.Pd.  
NIP 198304202008012010

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

## LAMPIRAN 4

### Surat Izin Meneliti



## LAMPIRAN 5

### Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG  
DINAS PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
SEKOLAH MENEGAH PERTAMA NEGERI 3 CEMPA  
Jl. Poros Pincara- Sikkuale No. 62



#### SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor: 070/031/SMP.29/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini kepala sekolah SMPN 3 Cempa, menerangkan bahwa :

Nama : Anita  
NIM : 2120203886231024  
Program studi : Manajemen Pendidikan Islam  
Fakultas : Tarbiyah  
Judul skripsi : Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Sekolah  
Menengah Pertama ( SMP ) Negeri 3 Cempa

Benar yang tersebut namanya di atas telah melaksanakan penelitian di SMPN 3 Cempa,  
dengan judul : MANAJEMEN HUMAS DALAM MEMPROMOSIKAN SEKOLAH  
MENENGAH PERTAMA ( SMP ) NEGERI 3 CEMPA.

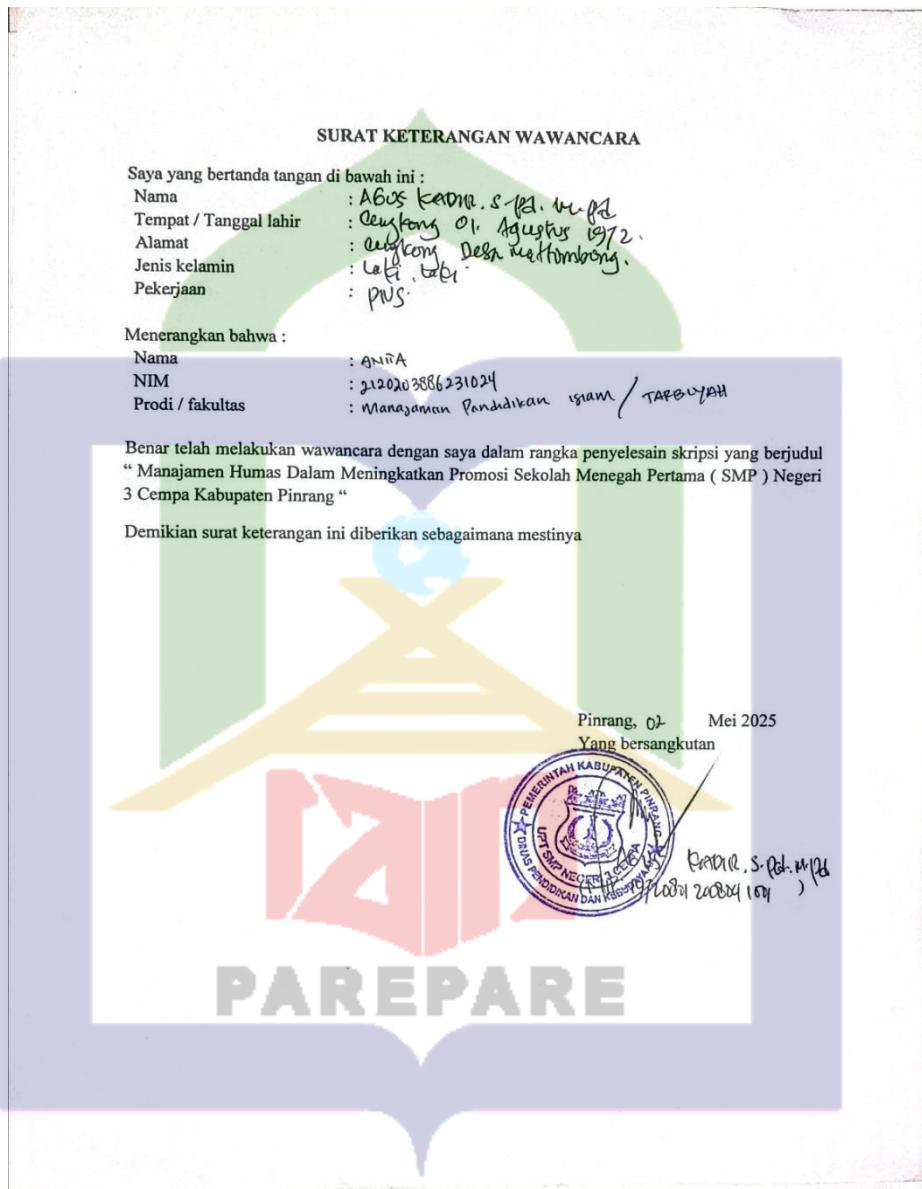
Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 24 Juni 2025



## LAMPIRAN 6

### Surat Keterangan Telah Wawancara



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HALI, S.Pd.  
Tempat / Tanggal lahir : MANGKIL, 30 - 12 - 1975  
Alamat : MAHLIKI  
Jenis kelamin : PEREMPUAN  
Pekerjaan : HUMAS

Menerangkan bahwa :

Nama : ANITA  
NIM : 2172023086231024  
Prodi / fakultas : Manajemen Pendidikan Islam / TARBIYAH

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul  
“ Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Promosi Sekolah Menengah Pertama ( SMP ) Negeri  
3 Cempa Kabupaten Pinrang ”

Demikian surat keterangan ini diberikan sebagaimana mestinya

Pinrang, 26 Mei 2025  
Yang bersangkutan

HALI, S.Pd

(NIP: 19751230202221202)

### SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Matmusr Latif . S.Sos  
Tempat / Tanggal lahir : Pinrang , 12 - Maret - 1972  
Alamat : Cempa Pasar  
Jenis kelamin : Laki - laki  
Pekerjaan : Pergawwa Tata Usaha.

Menerangkan bahwa :

Nama : Dinita  
NIM : 212023886231021  
Prodi / fakultas : Manajemen Pendidikan Islam / Tarbiyah .

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul  
“ Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Promosi Sekolah Menengah Pertama ( SMP ) Negeri  
3 Cempa Kabupaten Pinrang ”

Demikian surat keterangan ini diberikan sebagaimana mestinya

Pinrang, 10 Mei 2025  
Yang bersangkutan

Matmusr Latif  
(NIP: 197203121993031006)

**SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **SUMARNI, S.Pd**  
Tempat / Tanggal lahir : **Parepare, 21 - September - 1976**  
Alamat : **Jl. Jend. Ahmad Yani. No. 65**  
Jenis kelamin : **Perempuan**  
Pekerjaan : **Guru**

Menerangkan bahwa :

Nama : **ANITA**  
NIM : **2120203086231024**  
Prodi / Fakultas : **Manajemen Pendidikan Islam / Tarbiyah**

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul  
" Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Promosi Sekolah Menengah Pertama ( SMP ) Negeri  
3 Cempa Kabupaten Pinrang "

Demikian surat keterangan ini diberikan sebagaimana mestinya

Pinrang, Al. 20 2025  
Yang bersangkutan

(NIP: 19760921200802 012)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aisyah Fitri  
Tempat / Tanggal lahir : 10,5,2012  
Alamat : Mangki  
Jenis kelamin : Perempuan  
Pekerjaan : Wakil ketua OSIS

Menerangkan bahwa :

Nama : ANITA  
NIM : 2120263886231024  
Prodi / fakultas : Manajemen Pendidikan Islam / Tarbiyah

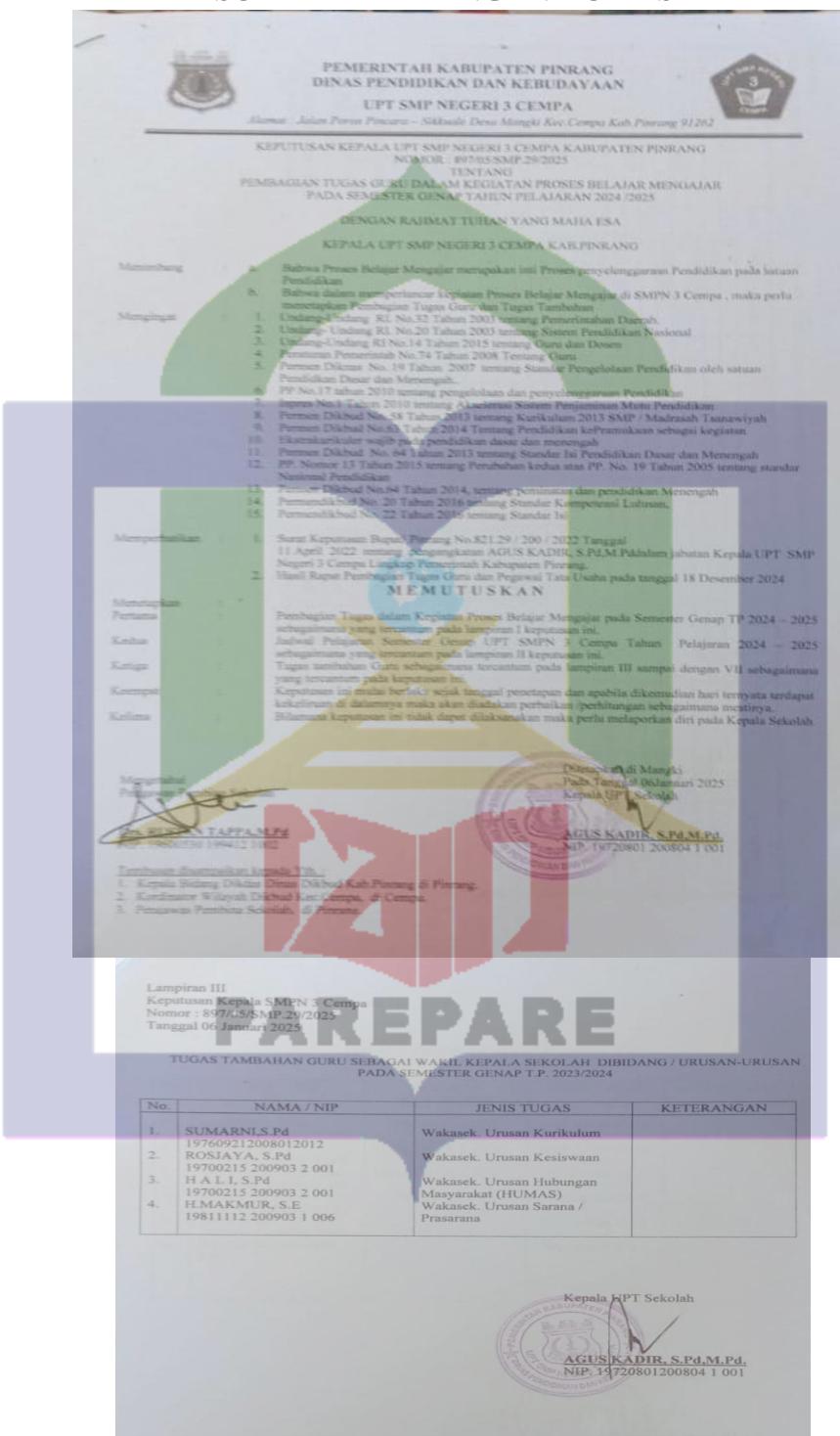
Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyelesaian skripsi yang berjudul  
“ Manajamen Humas Dalam Meningkatkan Promosi Sekolah Menengah Pertama ( SMP ) Negeri  
3 Cempa Kabupaten Pinrang ”

Demikian surat keterangan ini diberikan sebagaimana mestinya

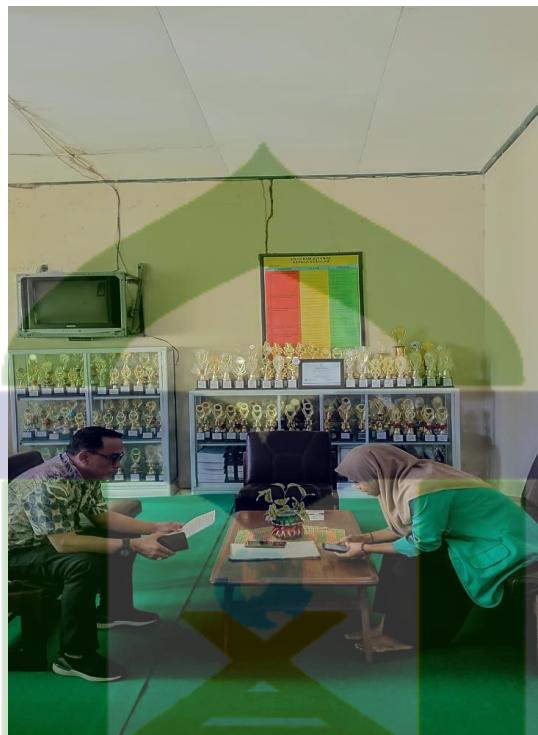


## **LAMPIRAN 7**

### **SURAT KETERANGAN HUMAS**



**LAMPIRAN 8**  
**DOKUMENTASI**



Wawancara Kepala Sekolah



Wawancara Kepala Bagian Humas



Wawancara Wakil siswa



Wawancara oleh guru wali kelas



Wawancara oleh kepala tata usaha

PAREPARE



Rapat para guru dan stakeholder dalam persipan PPDB



Rapat Komite Dan Pertemuan Orang Tua Siswa Sekaligus Promosi Sekolah





Promosi yang dilakukan dengan menggunakan spanduk

**PAREPARE**

## BIODATA PENULIS



**Anita**, Lahir di Pinrang, Tanggal 08 Oktober 2003 Kabupaten Pinrang Sulawesi Selatan. Penulis merupakan anak ketiga dari pasangan bapak H. Abd kadir dan ibu Hj. Sani. Penulis bertempat tinggal di Desa Mangki Kecematan Cempa Kabupaten Pinrang. Penulis Berkembangasaan Indonesia Dan Beragama Islam. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu mulai masuk taman kanak-kanak di TK Al Wildan, kemudian melanjutkan pendidikan di sekolah dasar negeri (SDN) 35 Mangki pada tahun 2009-2015, kemudian melanjutkan pendidikan di sekolah menengah pertama (SMPN) 3 Cempa pada tahun 2015-2018, dan kemudian melanjutkan pendidikan di sekolah menegah

atas (SMAN) 9 pinrang pada tahun 2018-2020, kemudian pada tahun 2021 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil jurusan Manajemen Pendidikan Islam. Penulis melakukan Praktek Pengalaman Kerja (PPL) Di Sekolah Menegah Atas (SMAN) 7 Pinrang dan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Batupanga Kecemata Luyo Kabupaten Polewali Mandar pada tahun 2024. Untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan penulis mengajukan skripsinya dengan judul Manajemen Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menegah Pertama (SMP) Negeri 3 Cempa.

