

SKRIPSI

**MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
DI SMA DARUSSALAM BLOKAGUNG TEGALSARI BANYUWANGI
TAHUN PEMBELAJARAN 2021-2022**



Oleh :

**ELVI NURDINA
NIM 18111110014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
(IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2022**

SKRIPSI

**MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
DI SMA DARUSSALAM BLOKAGUNG TEGALSARI BANYUWANGI
TAHUN PEMBELAJARAN 2021-2022**



Oleh :

**ELVI NURDINA
NIM 18111110014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
(IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2022**

HALAMAN PRASYARAT GELAR

SKRIPSI

**MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
DI SMA DARUSSALAM BLOKAGUNG TEGALSARI BANYUWANGI
TAHUN PEMBELAJARAN 2021-2022**

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Darussalam Blokagung
Banyuwangi Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan (S.Pd.)**

Oleh :

**ELVI NURDINA
NIM 18111110014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
(IAIDA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul:

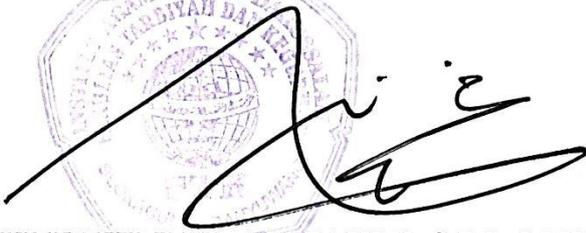
**MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*
DI SMA DARUSSALAM BLOKAGUNG TEGALSARI BANYUWANGI
TAHUN PEMBELAJARAN 2021-2022**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang Skripsi

05 Juni 2022

Mengetahui,

Ketua Prodi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nurkafidz Nizam Fahmi', is written over a faint purple circular stamp. The stamp contains the text 'KEMAHAMBARAN ISLAM DAN KEMASYARAKATAN' and 'KEMAHAMBARAN ISLAM DAN KEMASYARAKATAN' around a central emblem.

NURKAFIDZ NIZAM FAHMI, S.Pd., M.H

NIPY. 3151905109301

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Drs. H. M. Khozin Kharis', is written over a faint purple circular stamp. The stamp contains the text 'KEMAHAMBARAN ISLAM DAN KEMASYARAKATAN' and 'KEMAHAMBARAN ISLAM DAN KEMASYARAKATAN' around a central emblem.

Drs. H. M. KHOZIN KHARIS, M.H

NIPY.3150102036401

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Saudari Elvi Nurdina telah di munaqosahkan kepada dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Keguruan Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal :

05 Juni 2022

Dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

Tim Penguji

Ketua



Dr. SITI AIMAH. S.Pd.I., M.Si.

NIPY:3150801058001

Penguji 1



MOH. HARUN AL ROSID, M.Pd.I.
NIPY:3150929038601

Penguji 2



LIA KHOLIDA PUTRI MAHARANI, S.St.,M.Pd.I
NIPY:3151919109101



DEKAN



Dr. SITI AIMAH. S.Pd.I., M.Si.
NIPY:3150801058001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ
إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

*Dan Carilah (Pahala) Negeri Akhirat Dengan Apa Yang Telah Dianugerahkan Allah
Kepadamu, Tetapi Janganlah Kamu Lupakan Bagianmu Di Dunia Dan Berbuatbaiklah
(Kepada Orang Lain) Sebagaimana Allah Telah Berbuat Baik Kepadamu, Dan
Janganlah Kamu Berbuat Kerusakan Di Bumi. Sungguh, Allah Tidak Menyukai Orang
Yang Berbuat Kerusakan.*

Persembahan:

Srkripsi Ini Saya Persembahkan Terkhusus Kepada :

1. *Allah SWT Dan Rasulnya Yang Telah Memberikan Hidayah-Nya, Karena
Tanpanya Mustahil Segalanya.*
2. *Segenap pengasuh pondok pesantren Darussalam Dan Terkhusus Ny. Hj
Mahmudah Hisyam Dan Ny Hj. Handariatul Masruroh Terimakasih Atas
Segala Doa-Doa Serta Tirakat Kepada Kami Para Santri. Ridho Darimu Yang
Selalu Kami Harapkan.*
3. *Ayahanda bapak Hairi Dan ibunda Hairiyah Yang Tak Letih Selalu Menyupport
Saya , Memberi Dukungan Serta Ridhonya Sampai Sekarang Ini. Hati Selalu
Bersemangat Ketika Tatkala Beliau Berdua Berbicara “Sak Nyerempod-
Nyerempode Ibuk Apak Iki , Nduk Neng Kono Hang Peenting Semangat.O,
Tekun Golek Ilmu ”. Terimakasih Banyak ibuk-Apak. Dan Sepuntene Sak
Katah-Katahe Dugi Yoganipun Panjenengan Niki.*

4. *Mak adon lan pak anang isun, mbah lan anang, adik-adikku Nanda dan Aurel, Acak-acakku Ikkal dan Mashuri, terima kasih sudah menjadi pengobat dan penyemangat ketika lelah dan letih.*
5. *Keluarga terkasih yang tidak bisa disebutkan satu persatu, karena tanpa dukungan dari kalian semuanya tiada berarti.*
6. *Dosen pembimbing Bapak Drs. H. M. Khozin Kharis, M.H Terimakasih Atas Bimbingan, Motivasi Dan Barokah Do'anya.*
7. *Ketua prodi baruku Bapak Nurkafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H. terimakasih arahnya.*
8. *Seluruh Dosen IAIDA Yang Telah Memberikan Warna Pada Jam-Jam Kuliah Kami.*
9. *Seluruh Dewan Guru Dan Karyawan SMA Darussalam Blokagung yang telah membantu mensukseskan skripsi ini terkhusus Bapak Afan Sucipto S.Pd. Selaku Kepala Sekolah SMA Darussalam Blokagung.*
10. *Seluruh Teman-Teman MPI 2018 Yang Selalu Memberi Dukungan Dan Motivasi . Khususnya Nayli, Hany, Dan Ninik, Yang Selama Ini Bersama Saya.*
11. *Sahabat/I PMII Dan Seluruh Mahasiswi IAIDA Sahabat Pajekan, Sahabat Masak, Dan Sahabat Lainnya Yang Telah Memberikan Semangat.*
12. *Teruntuk Calon Imam Yang Tak Tau Engkau Dimana, Yang Mendoakanku Secara Diam-Diam.*
13. *Semua Pihak Yang Tidak Bisa Disebutkan Satu Persatu Yang Telah Membantu Penulis Baik Secara Langsung Maupun Tidak Langsung Dalam Menyelesaikan Skripsi Ini.*

PERNYATAAN KEASLIAN

Bismillahirrohmanirrohim

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini, Saya:

Nama : Elvi Nurdina
NIM : 18111110014
Program : Manajemen Pendidikan Islam
Institusi : Fakultas Tarbiyah dan Keguruan IAI Darussalam
Blokagung Banyuwangi

Dengan Sungguh-Sungguh Menyatakan Bahwa Skripsi Ini Secara Keseluruhan Adalah Hasil Penelitian/Karya Saya Sendiri, Kecuali Pada Bagian-Bagian Yang Dirujuk Sumbernya.

1. Skripsi Ini Tidak Pernah Diserahkan Kepada Lembaga Perguruan Tinggi Manapun Untuk Mendapat Gelar Akademik Apapun.
2. Skripsi Ini Benar-Banar Hasil Karya Pribadi Kecuali Di Beberapa Bagian.
3. Apabila Kemudian Ditemukan Skripsi Ini Hasil Tindak Kecurangan, Maka Saya Siap Menanggung Resiko.



Banyuwangi, 05 Juni 2022
Yang Menyatakan,

Elvi Nurdina
NIM 18111110014



ABSTRAK

Nurdina, Elvi. 2021. “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun 2021/2022”. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Darussalam Balokagung Banyuwangi, Pembimbing : Drs. H. M. Khozin Kharis, M.

Kata Kunci : Manajemen Humas, *Brand Image*

Dengan Adanya Persaingan Yang Semakin Ketat Di Jaman Sekarang Ini Dalam Antar Lembaga Pendidikan, Maka Untuk Menawarkan Sebuah Produk Diperlukanlah Sesuatu Yang Berkaitan Akan Pemasarannya, Seperti Yang Kita Ketahui *Brand Image* Adalah Faktor Yang Penting Dan Sangat Berpengaruh Bagi Masyarakat Dalam Memilih Sebuah Produk. Untuk Saat Ini Dalam Pemilihan Suatu Produk Konsumen Sangatlah Kritis, Karena Hal Itu Berpengaruh Akan Nilai Oleh Kualitas Produk Tersebut, Seperti SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi Yang Mana Letak Lokasinya Yang Satu Yayasan Dengan Lembaga-Lembaga Formal Lainnya.

Penelitian Ini Bertujuan 1. Untuk Mengetahui Implementasi Bagaimana Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* Di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, 2. Untuk Mengetahui Apa Saja Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Dalam Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* Di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Penelitian Ini Menggunakan Metode Kualitatif. Pengumpulan Datanya Melalui Wawancara Observasi Dan Dokumentasi. Sedangkan Analisis Data Menggunakan Teori Miles & Huberman Yaitu Reduksi Data, Penyajian Data Dan Penarikan Kesimpulan. Dan Teknik Keabsahan Data Menggunakan Triangulasi. Adapun Informan Dalam Penelitian Ini Adalah Kepala Sekolah SMA Darussalam Sebagai Informan Utama, WKS Kehumasan Informan Kedua, Dan Murid Informan Ketiga Penelitian Untuk Melengkapi Dan Memperkuat Sebuah Data Yang Telah Diteliti.

Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* Di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pelajaran 2021/2022, Adalah: Melakukan Kegiatan Berupa Menyampaikan Informasi, *Brand Image* SMA Darussalam Tahun 2021-2022 Mengalami Peningkatan. Dibuktikan Dengan Prestasi Siswa Dan Peningkatan Jumlah Pendaftar Peserta Didik Baru Setiap Tahunnya. Dalam Meningkatkan *Brand Imagenya* SMA Ini Menggunakan Cara Promosi Dengan Mencari Informasi-Informasi Yang Terupdate, Terperinci Dalam Lingkungan Intern Atau Ekstren, Memanfaatkan Alat Teknologi Canggih Yaitu Internet Sebagai Penunjang Untuk Mempromosikan Sekolah, Penyebaran Brosur, Mendatangi Sekolah-Sekolah Terutama Sekolah Intern (Dalam Satu Yayasan), Dan Mengunjungi Masyarakat-Masyarakat Yang Kurang Mampu.

ABSTRACT

Nurdina, Elvi. 2021. “Public Relations Management In Improving Brand Image At SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi In 2021/2022”. Islamic Education Management Study Program Darussalam Islamic Institute Of Balokagung Banyuwangi, Supervisor : Drs. H. M. Khozin Kharis, M.

Keywords: Public Relations Management, *Brand Image*

With The Increasingly Fierce Competition In Today's Inter-Educational Institutions, It Is Necessary To Offer Something Related To Its Marketing, As We Know Brand Image Is An Important And Very Influential Factor For People In Choosing A Product. For Now In The Selection Of A Consumer Product Is Very Critical, Because It Affects The Value By The Quality Of The Product, Such As SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi Which Is Located In The Same Foundation With Other Formal Institutions.

This Study Aims 1. To Find Out How Implementations Public Relations Management Improves Brand Image In SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, 2. To Find Out What Are The Supporting Factors And Inhibiting Factors In Public Relations Management In Improving Brand Image At SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. This Study Uses A Qualitative Method. The Data Was Collected Through Observation Interviews And Documentation. Meanwhile, Data Analysis Uses The Theory Of Miles & Huberman, Namely Data Reduction, Data Presentation And Conclusion Drawing. And The Data Validity Technique Uses Triangulation. The Informants In This Study Were The Principal Of SMA Darussalam As The Main Informant, The WKS PR As The Second Informant, And The Student As The Third Informant To Complete And Strengthen The Data That Had Been Researched.

The Results Showed That Public Relations Management In Improving Brand Image At SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi For The Academic Year 2021/2022, Were: Carrying Out Activities In The Form Of Conveying Information, The Brand Image Of SMA Darussalam In 2021/2022 Had Increased. It Is Proven By Student Achievement And The Increasing Number Of New Student Registrants Every Year. In Improving Its Brand Image, This High School Uses Promotional Methods By Seeking Updated, Detailed Information In The Internal Or External Environment, Utilizing Advanced Technology Tools, Namely The Internet As A Support For Promoting Schools, Distributing Brochures, Visiting Schools, Especially Internal Schools (In One Foundation).), And Visiting Underprivileged Communities.

KATA PENGANTAR

Dengan Menyebut Nama Allah Yang Maha Pengasih Dan Penyayang, Dan Mengucap Syukur Atas Limpahan Rahmat Dan Hidayah-Nya, Sehingga Penulis Dapat Menyelesaikan Penulisan Skripsi Dengan Judul “ Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* Di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022”.

Shalawat Serta Salam Kepada Junjungan Kita Yaitu Nabi Muhammad SAW, Yang Telah Membawa Kita Dari Zaman Jahiliyyah Menuju Zaman Yang Terang Benderang Yaitu Addinul Islam.

Penyusunan Skripsi Ini Pasti Tidak Luput Dari Bantuan Berbagai Pihak. Berkat Doa, Dukungan, Dan Kerjasama Dari Berbagai Pihak Tersebut, Skripsi Ini Dapat terselesaikan Dengan Baik. Oleh Karena Itu, Pada Kesempatan Ini Penulis Mengucapkan Terima Kasih Dan Penghargaan Yang Tulus, Ikhlas Kepada:

1. KH. Ahmad Hisyam Syafa'at, S.Sos.I., M.H., Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
2. Dr. KH. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I. Rektor Institut Agama Islam Darussalam.
3. Dr. Siti Aimah, S.Pd.I, M.Si. Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan.
4. Nurkhafidz Nizam Fahmi, S.Pd., M.H Ketua Prodi Manajemen Pendidikan Islam.
5. Drs. H. M. Khozin Kharis, M. Dosen Pembimbing.
6. Seluruh Dosen Institut Agama Islam Darusslam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
7. Seluruh Pendidik Dan Tenaga Kependidikan SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Yang Terlibat Dalam Skripsi Ini.
8. Seluruh Teman-Teman Prodi Manajemen Pendidikan Islam Angkatan 2018 Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan IAIDA Seperjuangan.
9. Dan Semua Pihak Yang Baik Secara Langsung Maupun Tidak Langsung Telah Menyumbangkan Tenaga Dan Pikirannya Demi terselesaikannya

Tidak Ada Balasan Jasa Yang Dapat Diberikan Oleh Penulis Kecuali Dengan Do'a Kepada Allah SWT Yang Maha Pemurah Lagi Maha Pengasih. Semoga Kebaikan Beliau Dibalas Oleh Allah.

Tiada Gading Yang Tak Retak, Tiada Manusia Yang Sempurna. Demikaian Juga Dengan Skripsi Ini Tentunya Masih Ada Kekurangan. Dengan Segala Kerendahan Hati, Penulis Mengharapkan Kritik Dan Saran Demi Kesempurnaan Penelitian Ini. Sebagai Insan Yang Dho'if Segala Kehilafan Dalam Penulisan Skripsi Ini Penulis Memohon Maaf Yang Sebesar-Besarnya. Kepada *Allah Azza Wazalla*, Penulis Kembalikan Segalanya Dengan Harapan Semoga Skripsi Ini Mendapatkan Ridha Allah Dan Memberikan Manfaat. *Amin Ya Rabbal 'Alamin*.

Blokagung, 05 Juni 2022



Penulis

DAFTAR ISI

Cover	
Cover Dalam	i
Halaman Persyaratan Gelar.....	ii
Lembar Persetujuan Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Penguji	iv
Halaman Motto Dan Persembahan	V
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	Viii
Abstrak (Bahasa Indonesia)	ix
Abstrak (Bahasa Inggris)	X
Kata Pengantar	Xi
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel	Xv
Daftar Gambar.....	Xvi
Daftar Lampiran.....	Xvii
Daftar Diagram	Xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Masalah Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Alur Pikir Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	31
C. Kehadiran Peneliti.....	31
D. Informan Penelitian.....	31
E. Data Dan Sumber Data	33
F. Prosedur Pengumpulan Data.....	34
G. Keabsahan Data.....	35
H. Analisis Data.....	37
I. Tahap-Tahap Penelitian	38
J. Sistematika Penulisan	41
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	44
A. Gambaran Umum Penelitian.....	44
B. Verifikasi Data Lapangan	45
BAB V PEMBAHASAN.....	57
A. Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Di SMA Darussalam Blokagung	57
B. Faktor Pendukung Dan Faktor Penghambat Manajemen Humas Dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> Di SMA Darussalam Blokagung	67
BAB VI PENUTUP	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Implikasi Penelitian	70
1. Implikasi Teori	71
2. Implikasi Kebijakan.....	71
C. Keterbatasan Penelitian	73
D. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
Lampiran-Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2.2 Alur Pikir Penelitian	27
Tabel 2.3 Informan Penelitian	29
Table 2.4 Nama Guru Dan Karyawan.....	48
Tabel 2.5 Daftar Struktur Kegiatan Ekstrakurikuler	53
Table 2.6 Daftar Prestasi Siswa SMA Darussalam Tahun Pelajaran 2018 – 2022.....	55
Table 2.7 Data Siswa Tahun Pembelajaran 2021/2022	58
Tabel 2.8 Jumlah Penerimaan Peserta Didik Baru.....	58
Tabel 2.9 Verifikasi Data Lapangan	59

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
2. Surat Pengantar Penelitian
3. Pernyataan Keaslian Tulisan
4. Hasil Cek Plagiasi
5. Kartu Bimbingan
6. Biodata Penulis
7. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dari waktu ke waktu pada zaman modern ini, manajemen dalam dunia sekarang itu sangatlah penting khususnya manajemen humas, maka dari hal tersebut itu diperlukanlah sebuah peranan dari manajemen humas tersebut dalam suatu naungan lembaga pendidikan untuk memberikan pelayanan terhadap masyarakat sekitar secara professional. Dalam memajukan sebuah negara khususnya bangsa Indonesia ini maka diperlukanlah sebuah aset berharga yang berupa pendidikan. Karena pendidikan mampu mencetak generasi yang berkarakter dan berpengalaman dalam membangun serta mengelola bangsa ini. Generasi pada zaman sekarang ini sangatlah berkarakter dan berkualitas dikarenakan keduanya ini dapat terlahir dari lembaga pendidikan islam yang memiliki tujuan, visi dan misi yang searah dengan tujuan yang diharapkan oleh pendidikan.

Pendidikan merupakan sebuah kegiatan yang sangat dibutuhkan dalam menyempurnakan serta menyeimbangi dalam proses pengembangan individu masing-masing ataupun individualis masyarakat itu sendiri. Didunia pendidikan ini tidak hanya tentang hal tersebut namun disebut juga sebuah proses yang dimana ada suatu pihak yang perlu menjalin komunikasi serta bekerja sama dengan tujuan untuk mengembangkan lembaga pendidikan secara tinggi serta berkualitas. Lembaga pendidikan islam yang tinggi dan berkualitas

ini merupakan sebuah instansi pendidikan yang memiliki citra positif dari masyarakat sekitarnya.

Citra positif tersebut dapat diperoleh dari proses, kerja sama, serta tindakan yang dilakukan oleh seluruh warga sekolah yang meliputi: guru, karyawan serta siswa yang ada di lembaga pendidikan islam tersebut. Adanya prestasi akademik maupun non akademik yang juga menunjang keberhasilan sebuah lembaga pendidikan islam. selain itu citra merek juga merupakan harta berharga yang wajib dimiliki setiap lembaga digunakan untuk bukti eksistensi dan kualitas suatu lembaga.

Citra merek sekolah menunjukkan kualitas pendidikan yang ada di sekolah atau lembaga tersebut. Sedangkan prestasi sekolah dan lainnya sebagai indicator yang digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan sebuah program pendidikan. Respon masyarakat terhadap *brand image* terwujud pada sebuah kenyataan dan pendapat masyarakat yang seiring berjalanya waktu yang dapat membangun sekolah menjadi lebih baik. hal tersebut dapat terwujud jika semua hambatan dan tantangan mampu dikelola dengan baik. Seorang manajemen humas memiliki tugas dalam mengelola sekolah serta bisa memberikan ide-ide yang cemerlang dengan bertujuan untuk meningkatkan citra merek pada sekolah tersebut. Cara tersebut dilakukan untuk menyelaraskan antara masyarakat dan siswa agar tetap menjalin hubungan yang baik serta mencapai tujuan yang diinginkan.

Mukarom dan Laksana (2016:450) menjelaskan bahwa , “Manajemen humas adalah seni menciptakan pengertian *public* yang lebih baik sehingga

dapat memperdalam kepercayaan *public* terhadap lembaga pendidikan.. Lembaga pendidikan disebut juga tempat dimana proses pendidikan atau belajar-mengajar berlangsung, diantaranya pendidikan di dalam keluarga, sekolah dan masyarakat. Sedangkan *public* dalam hal ini meliputi tokoh masyarakat, wali siswa dan masyarakat. Manajemen humas memahami apresiasi yang dipegang oleh lembaga pendidikan islam dan memberi informasi mengenai prestasi suatu lembaga terhadap semua masyarakat yang bersangkutan.

Manajemen humas bertugas mengembangkan citra positif yang pantas untuk sebuah lembaga pendidikan, yang didasarkan pada kinerja. Citra positif merupakan hasil kerja nyata manajemen humas lembaga pendidikan tersebut, misalnya lembaga pendidikan SMA Darussalam Blokagung. Menurut Cutlip dan Allen manajemen humas berperan melaksanakan program serta aktivitas komunikasi untuk memperoleh sebuah dukungan dari masyarakatnya. Dengan demikian itu sesuai dengan pernyataan Ruslan Rosady (2005: 12) bahwa tugas seorang manajemen humas yakni membantu lembaga dalam berinteraksi dan berkomunikasi secara efektif pada masyarakatnya. Disisi lain, masyarakat pun perlu untuk diberi pemahaman akan nilai timbal balik mengenai keberadaan lembaga tersebut. Apabila masyarakat sudah menganggap lembaga ini memiliki manfaat serta berkualitas pendidikannya tentu dengan sendirinya masyarakat tersebut akan mendukung, untuk itu diperlukanlah sebuah komunikasi yang baik, terarah dan terencana antara lembaga dengan masyarakat sekitar. Dengan hal ini juga menjadi bagianlah dari fungsi

manajemen humas yakni sebagai penghubung komunikasi yang baik antara lembaga dengan masyarakat sekitar.

Salah satu tujuan di lembaga pendidikan yakni untuk memperoleh citra positif di mata masyarakatnya. Citra positif dimata masyarakat sangat harus perlu dibangun karena sekolah tidak akan berjalan tanpa ada dukungan dari masyarakat. Contohnya adalah begitu banyaknya sekolah-sekolah SMA di Banyuwangi ini sehingga menuntun SMA Darussalam untuk harus tetap unggul dan mempunyai citra positif yang baik dalam persaingan tersebut. Maka dari itu untuk tetap unggul dalam lembaga pendidikan maka manajemen humas harus lebih menjalin komunikasi yang baik dengan masyarakat sekitar atau mempunyai cara untuk lebih memperkenalkan lembaga tersebut dengan menyebarkan informasi ke *public*(masyarakat) sekitar.

Cara seperti ini seiringan dengan ayat dibawah ini pada Q.S Al- Maidah/5: 67 tentang Menyebarkan informasi. Allah Swt berfirman yang berbunyi:

﴿ يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ ۗ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ ۗ وَاللَّهُ

يَعِصْمُكَ مِنَ النَّاسِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ﴿٦٧﴾

Artinya: “Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanatnya (Q.S Al- Maidah: 67)

Hal demikian apa yang telah diterangkan diatas menjelaskan bahwa: hal tersebut sangat memberi pengaruh bagi lingkup pendidikan terutama pendidikan yang ada di tanah air kita ini. Kondisi tersebut menuntut bagi lembaga pendidikan untuk menjadi acuan agar dapat menyesuaikan dengan dunia pada masa sekarang ini. Dalam hal ini dimaksudkan bahwa selain untuk menyesuaikan dengan lingkungan sekitar hal tersebut juga untuk menjalin komunikasi yang baik sehingga dapat menghasilkan hubungan yang lebih baik antara lembaga yang mengelola pendidikan dengan masyarakat sekitarnya. Cara tersebut nantinya akan membantu dalam menarik perhatian dari kalangan masyarakat luas dan daya saing yang mulai datang akan tertarik sendiri bagi setiap konsumen yang memandangnya. Lembaga Pendidikan harus benar-benar bisa melaksanakan manajemen dengan baik dan selalu siap mengikuti perubahan atau perkembangan pada zaman sekarang ini.

Menghadapi perubahan serta perkembangan yang beranekaragam seperti sekarang ini dalam mempertahankan suatu lembaga pendidikan menjadi sebuah tantangan sekaligus peluang bagi pengelola lembaga pendidikan, hal tersebut sangat mempengaruhi dalam mendapatkan pelajar.

Salah satu *factor* yang harus diterapkan yakni ilmu pengetahuan dikarenakan ilmu pengetahuan sangat diperlukan dalam pencapaiannya serta dituntut untuk berpartisipasi dalam mengembangkan pemikiran masyarakat dunia. hal tersebut sangat memberikan pengaruh pada pendidikan, baik formal ataupun non formal. Pendidikan merupakan faktor pelengkap yang tidak terpisahkan dari

sebuah kehidupan bagi setiap jiwa yang tumbuh, dengan demikian kita dapat mengetahui hal yang baik maupun kurang baik dalam lembaga pendidikan. Pada dasarnya dunia pendidikan tidak hanya berupa jasa akan tetapi sekolah itu sebuah merek produk yaitu sesuatu yang harus ditawarkan untuk memenuhi kebutuhannya.

Untuk menawarkan sebuah produk diperlukanlah sesuatu yang berkaitan akan pemasarannya, Seperti yang kita ketahui *brand image* adalah salah satu faktor yang penting dan sangat berpengaruh dalam masyarakat. dalam hal memilih sebuah produk maka dari itu untuk saat ini konsumen harus sangatlah kritis, karena dalam pemilihan suatu produk sangatlah berpengaruh akan nilai oleh kualitas produk tersebut.

Dengan adanya kualitas produk menjadikan lembaga pendidikan mempunyai tuntutan permintaan dari konsumen agar membuat lembaga yang dikelolanya lebih meningkatkan kualitas dan keaslian produk yang dimiliki, maka dengan cara demikian mampu membedakan produk-produk yang ada walaupun produk itu sejenis. Konsumen dalam memilih harus benar-benar sesuai dengan keinginannya dan kebutuhannya, yang dimana suatu brand produk tergantung image yang dimiliki perorangan, maka dari itu lembaga pendidikan mampu memberikan yang baik dan keinginan konsumen akan terpenuhi.

Severi (2013:127) mengatakan mengutip pada Keller, citra merek atau *brand image* yaitu sebagai pencitraan dari sebuah merek yang kemudian

dibawa masuk kedalam benak konsumen. Kotler & Keller (2008:260), mengartikan bahwa *Brand Image* adalah sebuah tujuan utama, dan sekaligus merupakan hasil yang hendak dicapai bagi humas. Pengertian *brand* itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan, baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari khalayak ramai dan masyarakat luas pada umumnya.

Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga atau produk barang dan jasa pelayanan yang diwakili oleh pihak Humas. Menciptakan citra positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas humas dalam melaksanakan perannya dilingkungan pendidikan. Manajemen humas diperhitungkan sebagai langkah terbaik perusahaan dalam menjaga dan memelihara citra merek dalam dua bisnis. Manajemen humas diharapkan mampu menciptakan citra positif kepada konsumen hingga mereka tetap loyal kepada merek produk maupun percaya pada kredibilitas perusahaan. Dalam melaksanakan perannya manajemen humas juga membutuhkan perencanaan yang baik dalam menyusun strategi yang digunakan. Strategi yang digunakan yaitu dengan menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar di luar maupun di dalam lembaga pendidikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand*

Image di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022?

C. Masalah Penelitian

Masalah dalam penelitian ini adalah dikarenakan untuk lebih meningkatkan *brand image* yang dimiliki oleh sekolah maka dengan adanya penelitian ini untuk lebih meningkatkan lagi *brand image* tersebut.

D. Tujuan Penelitian

Dengan adanya masalah diatas , Maka tujuan dari penelitian yakni:

1. Untuk mengetahui Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini ditujukan untuk:
 - a. Untuk Prodi Manajemen Pendidikan Islam Penelitian yang dihasilkan ini diharapkan untuk mengembangkan keilmuan
 - b. Untuk semua jurusan berhubungan dengan materi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image*. penelitian ini juga bisa memberikan tambahan rujukan bagi mereka.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini ditujukan:
 - a. Penelitian ini bisa bermanfaat dan memberikan masukan dan referensi kebijakan bagi pengelola SMA Darussalam Blokagung.
 - b. Penelitian ini dapat menjadi tolok ukur factor yang mendukung dan yang menghambat dalam mengembangkan humas menjadi lebih baik di sekolah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Manajemen Humas

a. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang mempunyai arti mengatur adapun secara etimologis, kata manajemen merupakan terjemahan dari *management* (Bahasa Inggris). Kata *management* itu sendiri berasal dari kata *manage* yang berarti melatih seekor kuda untuk melangkahhkan kakinya. Adapun secara maknawiah berarti “memimpin, membimbing serta mengatur”. Secara istilahnya manajemen adalah rangkaian proses yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian kegiatan yang berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian orang-orang serta sumber daya organisasi lainnya.

Sedangkan secara terminologi, menurut Terry (2010:16) menyatakan bahwa manajemen humas sebuah Proses manajemen yang melibatkan proses perencanaan dan pengelolaan kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tingkat kinerja yang tinggi dalam proses bisnis utama, selain itu juga mengidentifikasi sebuah kesempatan untuk meningkatkan kualitas kerja dan mencapailah sebuah kepuasan bagi pelanggan. Pengertian yang sama dengan hakikat manajemen dalam islam yakni *al tadbir* yang mempunyai arti pengaturan.

Sedangkan Menurut Harold Kontz dalam Muhammad Toha mendefinisikan bahwa manajemen merupakan sebagai usaha pencapaian tujuan yang diinginkan dengan membangun suatu lingkungan yang kondusif terhadap pekerjaan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dalam suatu kelompok yang terorganisir, di mana kegiatan utamanya adalah pada administrator yang mengatur individu-individu berkepentingan yang terlibat di dalamnya.

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

- b. Ayat Al-Qur'an Yang Berhubungan Dengan Manajemen.

يُدَبِّرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ

سَعَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “dia mengatur urusan dari langit ke bumi kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu.” (Q.S as-sajadah/32:5).

Ayat diatas menjelaskan bahwa Manajemen itu merupakan suatu proses yang didalamnya terdiri dari sebuah tindakan-tindakan seperti: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian. Hal itu untuk menentukan dan mencapai tujuan melalui cara pemanfaatan SDM dan dengan lainnya. dalam hal ini manajemen adalah proses yang didalamnya berupa tindakan perencanaan, pengorganisasian pergerakan serta pengendalian. Ramayulis menyatakan bahwa pengertian yang sama dengan hakikat manajemen dalam islam yakni *al tadbir* yang mempunyai arti pengaturan. kata ini merupakan derivasi dari kata *dabbara* (mengatur) yang terdapat dalam ayat suci al-quran.

c. Pengertian Humas

Humas merupakan suatu kegiatan yang sangat diperlukan dalam semua pelaksanaan pekerjaan karena memiliki sarana untuk pengenalan diri kepada masyarakat, Suharsimi Arikunto & Lia Yuliana, (*Manajemen Pendidikan*). Menurut E. Mulyasa (2011:14) manajemen Humas yakni sebuah proses kegiatan yang ditata dan disusun dengan sungguh-sungguh, disertai dibimbing dan dibina agar mendapatkan simpati dari masyarakat sekitar, dan khususnya untuk masyarakat yang perannya begitu sangat pentingataupun yang

berkaitan langsung dengan sekolah. Simpati akan tumbuh dengan sendirinya melalui upaya yang dilakukan oleh sekolah dalam menjalin hubungan secara khusus serta yang proaktif di samping membangun lembaga yang baik.

Public Relations atau humas adalah segenap kegiatan dan teknik/kiat yang di gunakan oleh organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan sepak terjangnya (Anggoro, 2000: 2).

Rachmadi dalam Mukarom dan Laksana (2015:56) menjelaskan bahwa, fungsi utama manajemen humas atau public relations adalah menumbuhkan serta mengembangkan hubungan baik antara lembaga dengan publiknya (*internal* maupun *eksternal*) dalam rangka menanamkan pengertian, serta menumbuhkan motivasi, dan partisipasi public untuk upaya menciptakan opini public yang menguntungkan lembaga tersebut. Mukarom dan Laksana (2015:56) menyatakan bahwa, “ aktivitas yang dilakukan humas setiap hari adalah untuk menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara (*two way traffic communication*) yang terjadi antara lembaga dan pihak public yang mempunyai tujuan untuk menciptakan sikap saling pengertian dan dukungan yang diinginkan agar tercapai tujuan tertentu, kebijakan yang dibuat, kegiatan yang diproduksi demi untuk kemajuan lembaga atau citra positif yang bersangkutan”. Lembaga

dalam hal ini yakni lembaga pendidikan islam sedangkan untuk publiknya masyarakat sekitarnya.

Manajemen humas adalah suatu proses yang didalamnya memprediksi kemungkinan dan konsekuensi dari setiap kegiatan yang ada kemudian aktif melaksanakan program-program yang telah disusun untuk mencapai tujuan lembaga yang telah diinginkan. Definisi diatas dapat mengandung aspek yang lumayan penting dalam manajemen humas yakni memiliki teknis komunikasi yang etis dan sehat. Bidang manajemen humas harus memiliki karakter yang unggul serta baik, dari segi perilaku maupun dari cara bertutur kata. Perkataan yang sopan, lembut serta santun menjadi sebuah senjata yang ampuh untuk menarik perhatian dari public. Sasaran manajemen humas yaitu sekelompok orang yang memiliki satu kepentingan, tujuan yang sama dan butuh sebuah penyelesaian. *External public* adalah sekelompok orang yang keberadaannya diluar lembaga pendidikan islam yang memiliki kepentingan dengan lembaga pendidikan tersebut, meliputi wali siswa, komite sekolah, dan *stakeholder*.

Manajemen humas mempunyai posisi yang sangat penting dalam sebuah lembaga pendidikan. Apalagi, lembaga pendidikan islam adalah lembaga yang sangat-sangat membutuhkan interaksi dengan *public* (masyarakat). Manajemen humas merupakan lembaga yang langsung berinteraksi dengan masyarakat menyalurkan serta

menyebarkan informasi tentang kebijakan-kebijakan lembaga pendidikan kepada masyarakat. Menciptakan hubungan baik yang berkelanjutan antara masyarakat dengan lembaga pendidikan. Karena dengan itu kesan positif lembaga pendidikan di mata masyarakat sangatlah ditentukan oleh manajemen humas yang dalam hal ini disebut WKS kehumasan.

d. Peran Humas

Humas merupakan serangkaian hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas, khususnya fungsi-fungsi se, organisasi dan lainnya yang berhubungan dengan usaha menciptakan citra menyenangkan bagi dirinya sendiri dan menciptakan *opini public*.

Peran humas di lembaga pendidikan, antara lain yaitu:

- a. Membina komunikasi 2 arah kepada *public internal* (dosen/guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa) dan *public eksternal* (lembaga luar atau media massa, masyarakat, dan instansi) dengan menyebarkan informasi, pesan dan publikasi hasil penelitian dan kebijakan-kebijakan yang telah pemimpin tetapkan.
- b. Membina hubungan yang harmonis kepada *public intern* (dalam lingkungan lembaga pendidikan. Seperti dosen/guru, tenaga administrasi, dan siswa) dan hubungan kepada *public ekstern* (diluar lembaga pendidikan).

e. Ayat Al Qur'an Yang Berhubungan Dengan Manajemen Humas

Dalam Al quran surah al hujuraat ayat 13 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاهُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: *“hai manusia sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui lagi maha mengenal”*.(Q.S Al-Hujuraat:13)

Pada ayat di atas terdapat kata “lita’arafu” yang berarti “saling kenal- mengenal”. Menurut kami saling kenal-mengenal adalah “interaksi”. Sedangkan berinteraksi merupakan salah satu tugas manusia. Begitu juga dengan manajemen humas yang mempunyai fungsi utama untuk menyampaikan informasi. Informasi dapat diterima dengan baik jika terjadi komunikasi yang baik. Disinilah tugas dari manajemen humas.

f. Fungsi Humas

Fungsi-fungsi utama yang dilakukan oleh seorang humas dalam lembaganya meliputi berbagai bidang dan segi, dibawah ini terdapat beberapa fungsi humas yang paling utama, George R Terry (2007:21) yaitu:

- a. Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, baik publik *intern* maupun *ekstern* dalam rangka menanamkan pengertian. Dengan cara ini lembaga pendidikan dengan *public* (masyarakat) menjadi saling mengerti satu sama lain serta menumbuhkan rasa kepercayaan. Menilai dan menentukan pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya.
- b. Memberi saran kepada pemimpin tentang cara-cara mengendalikan pendapat umum sebagaimana mestinya.
- c. Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan organisasi/lembaga.
- d. Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum.

Bernay dalam Ruslan (2016:18) memaparkan tentang 3 fungsi utama humas, yaitu:

- a. Memberikan penerangan pada masyarakat

Staff humas menjadi media komunikasi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat. Dimana kebijakan-kebijakan lembaga pendidikan diterangkan dengan jelas, sehingga menumbuhkan saling pengertian dan saling kepercayaan.

- b. Melakukan ajakan untuk megubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.

Berarti humas melakukan aksi pendekatan kepada masyarakat. pendekatan yang sangat efektif dan efisien merupakan pendekatan dari hati ke hati dikarenakan dengan adanya pendekatan ini perbuatan masyarakat yang awalnya melawan dengan kebijakan lembaga pendidikan dapat berubah menjadi tindakan yang mendukung bahkan masyarakat bisa ikut andil dalam bekerja sama misalnya, dalam pelaksanaan program-program lembaga pendidikan.

- c. Berupaya untuk menyatukan sikap dan perbuatan suatu lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Staff humas berupaya untuk mengorganisasikan kegiatan yang berlangsung dilembaga pendidikan yang sesuai dengan kebiasaan atau adat istiadat yang berlaku ditengah masyarakat. Sehingga dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat.

Jadi Fungsi humas adalah memelihara hubungan saling percaya dengan lingkungan masyarakat dan menentukan struktur kerja sesuai kebutuhan yang diperlukan dalam mencapai tujuan.

- g. Proses *Public Relation* (Manajemen Humas)

1) *Planning*

Ialah sebuah perencanaan yang penting untuk menjalankan program manajemen humas agar menghasilkan tujuan yang diinginkan.

2) *Communications*

Ialah cara mengimplementasikan program untuk mencapai tujuan

masing-masing humas dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan dalam meningkatkan manajemen humas yang direncanakan.

3) *Evaluation*

Evaluasi penting adanya dalam semua tahap pengorganisasian atau setelah adanya pelaksanaan. Yakni melaksanakan penilaian setelah melakukan implementasi juga program-program atau kegiatan yang telah dilaksanakan.

B. Brand image

I. Pengertian Brand Image

Brand image adalah sebuah petunjuk yang digunakan dengan tujuan dapat mengevaluasi produk yang saat ini sering dipasarkan ketika konsumen yang awalnya tidak banyak memiliki wawasan serta pengetahuan yang cukup banyak tentang suatu produk. (Rosalina (2010)). Sedangkan Setiadi (2013:109) berpendapat: *Brand Image* adalah representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

Brand (Merek) adalah salah satu atribut yang sangat penting dari sebuah produk yang penggunaannya pada saat ini sudah sangat meluas

karena beberapa alasan, yang dimana merek suatu produk berarti mampu memberikan nilai tambahan pada produk tersebut. Pikiran yang dimiliki oleh para pelanggan dipengaruhi bermacam-macam pesan yang sampai dan sering berubah – ubah. Merek tidak hanya memiliki kesan – kesan, tetapi juga harus menempati posisi yang khusus dalam pikiran untuk menjadi benar-benar menjadi sebuah merek. Permasalahannya jika merek tidak mempunyai tempat khusus atau berbeda dalam benak konsumen, maka hal tersebut akan memberi kesempatan bagi para pesaing untuk menempati posisi dalam benak konsumen tersebut dan merek itu menjadi kurang sejati, artinya untuk mencegah agar pesaing tidak menempati posisi tersebut maka dari itu diperlukanlah apa yang dinamakan dengan merek sejati. Merek sejati terdiri dari tiga hal yaitu:

- a. sifat fundamental yang dapat membedakan merek sejati didalam benak konsumen yaitu internalisasi jumlah kesan-kesan khusus di pikiran konsumen.
- b. Secara definitif merek sejati itu dapat dijelaskan sebagai proses internalisasi jumlah dari semua kesan yang diterima para pelanggan dan konsumen.

2. Cara Meningkatkan *Brand Image*

Berikut menurut kotler (2012:14) beberapa hal yang bisa dilakukan untuk meningkatkan *brand image*:

a. Membuat desain logo yang menarik

Dalam pembuatan logo diperlukan keulesan serta kesabaran yang kuat hal tersebut untuk memenuhi selera pasar, maka ketika

dipasarkan bisa memberikan kesan elegan, enak dan nyaman untuk orang yang memandangnya.

b. Melakukan promosi yang efektif

Brand image juga bisa ditingkatkan dengan melakukan promosi yang efektif. Buatlah target market untuk promosi Anda secara terperinci agar promosi yang dilakukan tepat sasaran. Lakukan promosi di media yang tepat, karena saat ini internet merupakan sarana yang digunakan oleh banyak orang maka Anda harus mempromosikan produk Anda di internet. Konten promosi yang dibuat juga harus menarik agar calon pembeli mau membaca atau melihat iklan Anda.

c. Menggunakan Jasa *Influencer*

Jasa *influencer* adalah mereka yang bisa mempengaruhi orang untuk ikut membeli produk tertentu. *Influencer* adalah metode promosi yang terbilang efisien, karena setiap orang-orang yang dianggap *influencer* bisa menyasar Produk pasar yang lebih spesifik Anda juga bisa menggunakan jasa *influencer* untuk meningkatkan *brand image* produk Anda karena saat ini penggunaan *influencer* tergolong efektif dalam memasarkan produk makanan, sering memberi info tentang makanan ringan yang enak atau tempat belanja snack yang ada dan lain sebagainya.

d. Memanfaatkan media sosial

Anda juga bisa meningkatkan *brand image* dengan memanfaatkan platform media sosial. Buatlah akun media sosial khusus untuk bisnis atau produk Anda. Saat ini media sosial yang populer itu di antara lainnya: Instagram, Facebook, Tik Tok. Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012:568), merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

e. Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan

Tingkatkan kualitas produk dan layanan Anda agar konsumen selalu merasa puas. Hal ini akan sangat efektif membentuk atau meningkatkan *brand image* produk Anda karena kualitas dan layanan yang baik akan membuat brand identity yang baik. Konsumen Anda juga akan cenderung melakukan pembelian ulang dan tidak pindah ke produk pesaing.

3. Indikator *Brand Image*

Menurut Aaker dan Biel dalam (Keller, 2012:239) *menjelaskan* bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur *Brand Image* yaitu:

a. Citra pembuat (*corporate image*)

Citra pembuat merupakan perkumpulan asosiasi yang telah dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk/jasa yang meliputi popularitas, kredibilitas dan jaringan yang dimiliki perusahaan.

b. Citra pemakai (*user image*)

Citra pemakai adalah sekelompok asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan barang atau jasa, meliputi pemakai itu sendiri, gaya hidup, atau kepribadian, serta status sosial.

c. Citra produk (*product image*)

Citra product yakni sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk, yang meliputi atribut produk tersebut, manfaat bagi konsumen, penggunaannya, serta jaminan. Berdasarkan indikator *brand image* yang dijelaskan oleh Keller, (2012:239), diatas maka dalam penelitian ini indikator *brand image* dimodifikasi peneliti sebagai berikut:

- 1) Kompetitif dibandingkan sekolah lain.
- 2) Mudah ditemukan dan Jumlah siswa lumayan banyak
- 3) Sekolah yang sudah terpercaya
- 4) Kedisiplinan siswanya terjamin.
- 5) Kerjasama antar sekolah yang baik

4. Aspek-aspek *brand image*

Adapun Kotler & Keller (2012:189) berpendapat bahwa aspek-aspek yang diukur dari citra merek (*brand image*) terdiri dari:

(a) Kekuatan (*strengthness*)

Kekuatan produk ialah keunggulan yang dimiliki suatu merek produk yang bersifat fisik yang tidak ditemukan pada merek produk lain.

(b) Keunikan (*uniqueness*)

Keunikan suatu produk merupakan tingkat pembeda produk dari pesaingnya, kesan ini didapat oleh konsumen atas atribut yang dimiliki suatu produk yang tidak dimiliki produk lainnya.

(c) Keunggulan (*favorable*)

Keunggulan suatu merek yakni kemudahan suatu merek produk yang mudah diucapkan oleh konsumen, mudah diingat dan produk menjadi favorit konsumen.

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dan yang mempunyai kemiripan dengan judul yang ditentukan penulis diantaranya “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi”.

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Ida Suryani Wijaya dan M. Al Amin mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Public Relations dalam Pengembangan *Brand Image* Sekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Kota Samarinda” Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif.

Hasil penelitiannya yaitu Sekolah Dasar Islam Terpadu Cordova Samarinda menerapkan empat strategi hubungan masyarakat berupa *research - listening, planning decision, communication action, dan evaluation*. Penerapan strategi tersebut terbukti efektif dalam membangun citra lembaga yang positif di mata pengguna.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh yulia rukmana “Strategi Membangun Brand Image Dalam Meningkatkan Lembaga Pendidikan Di SMA Negeri 3 Malang Dan SMA Nurul Jadid”. pada tahun 2019 mengadakan penelitian dengan judul “Strategi membangun *brand image* dalam meningkatkan lembaga pendidikan”. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif. Hasil yang dicapai dalam penelitian ini adalah faktor pembentuk *brand image* di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid.

Hasil penelitian ini menunjukkan Bahwa: (1) faktor pembentukan *brand image* sekolah, meliputi: Akreditasi kelembagaan, ISO, tingkah laku siswa, prestasi, kualitas lulusan, kegiatan unggulan sekolah, dan hubungan alumni. Langkah-langkah strategi sekolah membangun *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah meliputi: Akreditasi kelembagaan proses analisis SWOT, evaluasi 8 SNP. 2. ISO: menggunakan PDCA secara berkesinambungan, 3. Tingkah laku siswa: menggarap program unggul keagamaan, menanamkan nilai-nilai pesantren, 4. Prestasi: pembinaan terhadap siswa, meningkatkan kualitas guru. 5. Kualitas lulusan: mengadakan program pembimbing akademik, menjalin hubungan kerjasama Dampak pembentukan *brand image* dalam meningkatkan daya saing sekolah yakni: a) kualitas

pelayanan guru dan karyawan menjadi lebih baik; b) minat masuk masyarakat meningkat; c) siswa memiliki akhlak yang baik; d) kepercayaan masyarakat yang tinggi; e) tawaran beasiswa ke Luar Negeri; f) banyak lembaga pendidikan melakukan studi banding.

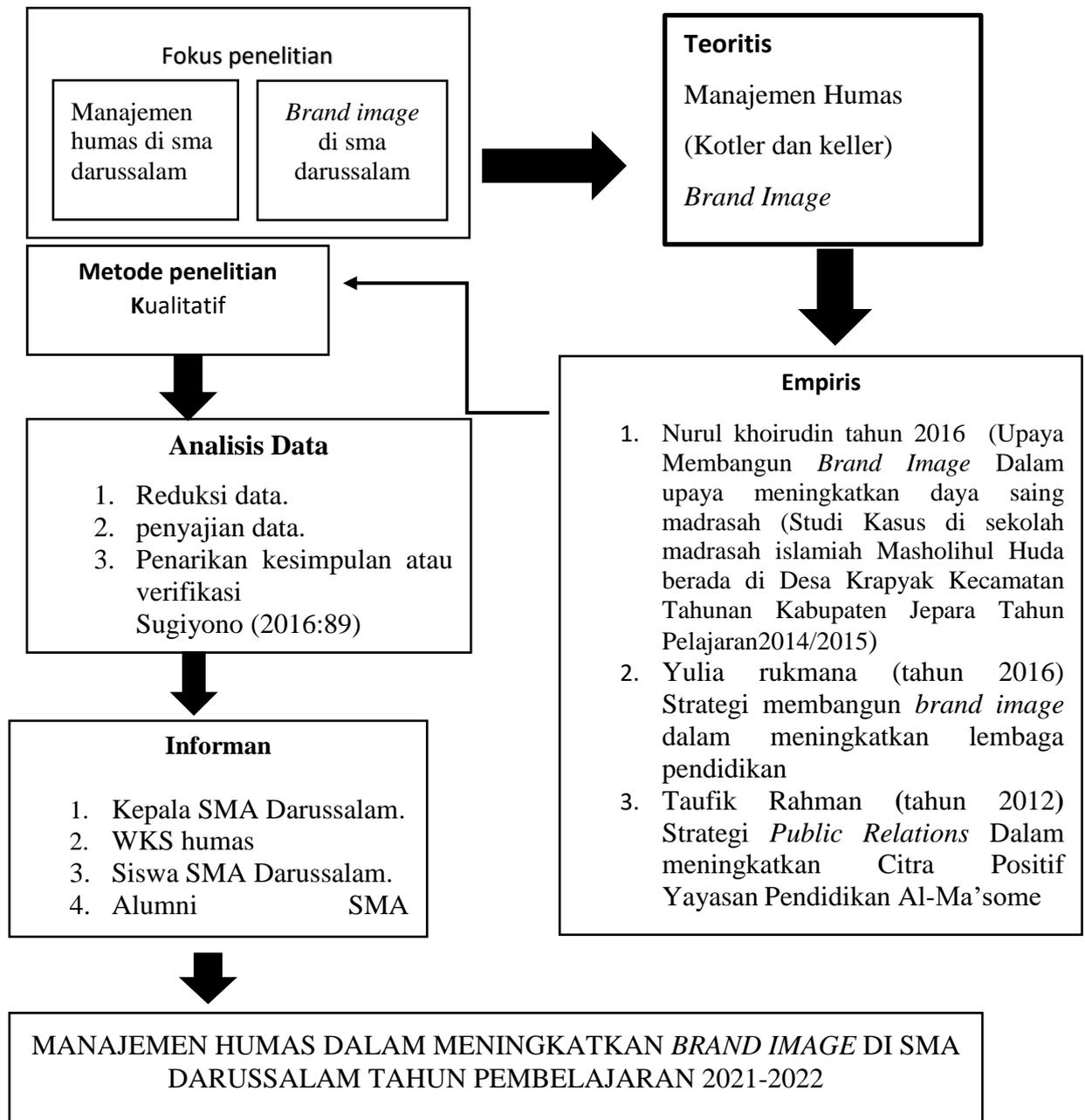
Ketiga Upaya Membangun *Brand Image* Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Madrasah Studi Kasus Di Sekolah Madrasah Islamiah Masholihul Huda Berada Di Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran 2015/2015. Penelitian ini sama-sama membahas tentang teori *brand image* Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti meneliti di MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan tahunan kabupaten Jepara sedangkan saya meneliti di SMA Darussalam Blokagung. Hasil dari penelitian ini yaitu Upaya dalam membangun *Brand Image* di MI Masholihul Huda, kec. tahunan kab.Jepara. Tahun Pelajaran 2014/2015 dilaksanakan dengan cara Penyampaian visi dan misi yang jelas dan menciptakan citra positif madrasah dengan mendorong guru-guru untuk meningkatkan profesionalismenya, menciptakan lingkungan yang kondusif, pembelajaran yang ramah siswa, membangun manajemen yang kuat, menciptakan kurikulum yang luas tapi seimbang, penilaian dan pelaporan prestasi siswa yang bermakna, serta pelibatan orang tua dan masyarakat.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Ida Suryani Wijaya dan M. Al Amin tahun (2016) Strategi Public Relations dalam Pengembangan <i>Brand Image</i> Sekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Kota Samarinda	Hasil penelitian ini Sekolah Dasar Islam Terpadu Cordova Samarinda menerapkan empat strategi hubungan masyarakat berupa <i>research-listening,plannig decision,commu nication action, dan evaluation</i>	Untuk judul saya ini dengan judul yang saya teliti Sama sama menggunakan dalam metode kualitatif	. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ida Suryani Wijaya dan M. Al Amin yakni meningkatnya citra positif di SDIT kota samarinda
2	Yulia rukmana (tahun 2016) Strategi membangun <i>brand image</i> dalam meningkatkan lembaga pendidikan	Hasil dari penelitian ini meningkatnya kepercayaan perusahaan lain untuk bekerjasama	Penelitian ini sama – sama meneliti teori metode kualitatif deskriptif. Serta tentang <i>brand image</i>	Dalam penelitian yang dilakukan oleh yulia di sedangkan peneliti di SMA Darussalam blokagung .
3	Nurul Khoirudin Tahun 2016 (Upaya Membangun <i>Brand Image</i> Dalam upaya meningkatkan daya saing madrasah (Studi Kasus di sekolah madrasah islamiah Masholihul Huda berada di Desa Krapyak Kec. Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran 2014/2015)	Hasil dari penelitian ini yaitu Upaya dalam membangun <i>Brand Image</i> di MI Masholihul Huda, kec. tahunan kab.Jepara.	Penelitian ini sama-sama membahas tentang teori <i>brand image</i> Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.	Peneliti meneliti di MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan tahunan kabupaten Jepara sedangkan saya meneliti di SMA Darussalam Blokagung

Sumber Data : Olahan Peneliti, Mei 2022

D. Alur Pikir Penelitian



Gambar 2.1: Alur Pikir Penelitian

Sumber: Olahan Peneliti, Mei 2022

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian Dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan didalam penulisan karya ilmiah ini yakni dengan metode penelitian kualitatif atau disebut penelitian naturalistik yaitu sebuah metode yang digunakan untuk meneliti objek yang apa adanya atau objek yang alamiah serta untuk menghasilkan data hasil yang akurat.

Metode ini dipilih untuk menggali dan mendeskripsikan sebuah hasil penelitian untuk jawaban dari fokus masalah penelitian dalam bentuk pemaparan apa yang telah dilihat, didengar, dirasakan dan ditanyakan kepada informan terkait Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* Di SMA Darussalam Bloakgung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pelajaran 2021/2022 sehingga akan mendapatkan data yang secara nyata.

Sesuai seperti yang telah dipaparkan oleh Sugiyono (2015:29), yaitu bahwa pada tahap deskripsi peneliti mendeskripsikan apa yang telah dilihat, didengar, dirasakan serta ditanyakan untuk menemukan sebuah informasi dan data kemudian disusun dengan sejelas-jelasnya untuk mendapatkan hasil yang sesuai, baik dan benar.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di sebuah sekolah yang berada di bawah naungan pesantren yaitu SMA Darussalam Blokagung, kelurahan karangdoro, kecamatan Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi, Profinsi Jawa Timur. Adapun Penelitiannya diawali pada tanggal 31 Maret 2022- 24 april 2022 . Dan merasa tertarik dengan mengambil objek di sekolah tersebut sebab sekolah tersebut mempunyai *brand* yang sangat menarik dengan dibuktikan masih banyaknya pelanggan yang tertarik akan jasa yang diberikan sekolah tersebut hingga saat ini.

C. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif kehadiran peneliti memiliki peran yang penting, peneliti harus berbaaur dengan objek serta menyatu langsung dengan suatu objek sehingga dengan dihadirkan peneliti orang lain tidak bisa mewakili, dengan itu maka peneliti bisa membangun keakraban dengan objek penelitian serta harus terlibat dalam kehidupan orang-orang yang akan diteliti. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti bias terjun langsung ke lokasi untuk mengamati dan mengumpulkan data yang akan dibutuhkan.

D. Informan Penelitian

informan dalam penelitian ini yaitu Kepala Sekolah SMA Darussalam sebagai informan utama, WKS kehumasan, dan Siswa SMA Darussalam dalam informan penelitian untuk melengkapi dan menguatkan sebuah data yang telah diteliti. Alasan peneliti untuk memilih subjek penelitian tersebut dikarenakan subjek tersebut berhubungan dengan objek penelitian dan diharapkan subjek

tersebut mampu memberikan data dan informasi yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.. Adapun informan penelitian ini yakni :

1. Kepala Sekolah, (Bapak Afan Sucipto S.Pd)
2. WKS Humas. (Bapak Anis Amnan Mahfudi S.T.)
3. Murid SMA Darussalam. (Arin Ma'rifatul Layyinah)
4. Alumni SMA Darussalam (Fila Fitrotunnisa)
5. Alumni SMA Darussalam (Maulin Saniar Maysaroh)

Tabel 2.3
Draft Informan Penelitian

NO	Informan	Bentuk Data	Tujuan
1.	Kepala Sekolah	1.Data dokumentasi manajemen humas Di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. 2. Keterangan dalam bentuk wawancara	A. Untuk mengetahui data primer manajemen humas yang ada di SMA Darussalam. B. ntuk menguatkan data tentang implikasi manajemen humas dalam meningkatkan <i>brand image</i> yang ada di SMA Darussalam.
2.	WKS Kehumasan	A. ata tentang manajemen humas meningkatkan <i>brand image</i> di SMA Darussalam. B. enjelasan atau keterangan lewat Wawancara secara langsung.	A. ntuk mengetahui data serta dokumen tentang manajemen humas di SMA Darussalam. B. ntuk mengetahui alur dalam manajemen humas serta proses pelaksanaannya.
3	Siswa	Penjelasan atau keterangan lewat Wawancara secara langsung.	Untuk mengetahui manajemen humas di sekolah bagaimana
4	Alumni	Penjelasan atau keterangan lewat Wawancara secara langsung.	Untuk mengetahui manajemen humas menurut pandangan alumni sekolah

5	Alumni	Penjelasan atau keterangan lewat Wawancara secara langsung.	Untuk mengetahui manajemen humas menurut pandangan alumni sekolah
---	--------	---	---

Sumber Data : Olahan Peneliti, Mei 2022

E. Data dan Sumber Data

Adapun Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 yaitu sumber data primer dan data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah keduanya yaitu:

1. Sumber Data Primer

Suatu sumber data yang dipakai oleh peneliti dalam menghimpun dan mengambil data yang utama yaitu pengelolaan SMA Darussalam Blokagung adalah sebagai pusat sumber utama dalam observasi langsung dilembaga pendidikan untuk mendapatkan data berupa kondisi nyata masalah penelitian. Kemudian untuk mendapatkan data tersebut maka peneliti membutuhkan beberapa narasumber, diantaranya Kepala Sekolah, WKS HUMAS , Alumni dan salah satu siswa SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

2. Sumber Data Sekunder

Data ini didapat dari WKS humas. Untuk mendapatkan data HUMAS di SMA Darussalam Blokagung dan data yang dapat mendukung lengkapnya data tersebut. Hal ini sesuai yang diungkapkan oleh Sugiyono (2015: 308) menyatakan bahwa sumber data primer yaitu sumber data yang langsung bisa memberikan Data pada pengumpul data, beserta

sumber data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

F. Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini bertujuan menghasilkan data yang valid.

1. Observasi

Observasi merupakan suatu pengamatan yang secara langsung dan memberikan perhatian kepada suatu objek tertentu dengan menggunakan seluruh panca indra yang digunakan untuk mengukur tingkah laku atau proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati. Teknik ini digunakan untuk mencari data yang berkaitan dengan Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pelajaran 2021-2022. Kondisi ini perlu dijadikan sebagai penelitian ilmiah, sehingga mendapatkan manfaat bagi peneliti atau bermanfaat bagi orang lain. *Interview* atau Wawancara

Interview atau wawancara merupakan kegiatan berdialog yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan sebuah informasi dalam sebuah penelitian serta untuk bisa dapatkan sebuah informasi atau keterangan langsung dari pihak yang bersangkutan hal ini sesuai diungkapkan oleh Sugiono (2015:548). Dengan teknik wawancara ini, peneliti mengadakan tanya jawab secara berlangsung kepada kepala sekolah SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, WKS Humas dan salah satu wali murid untuk memperoleh informasi yang

berhubungan dengan Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022.

2. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan berdialog yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan sebuah informasi dalam sebuah penelitian serta untuk bisa dapatkan sebuah informasi atau keterangan langsung dari pihak yang bersangkutan hal ini sesuai diungkapkan oleh Sugiono (2015:548). Dengan tenknik wawancara ini, peneliti mengadakan tanya jawab secara berlangsung kepada kepala sekolah SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, WKS Humas dan salah satu wali murid untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pelajaran 2021/2022.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan yang digunakan untuk memperoleh data-data yang variabelnya berupa catatan-catatan harian, notulen rapat, dokumen, agenda, dan lain sebagainya. bentuk bukti tersebut berupa suatu keadaan yang ada secara langsung berdasarkan macam atau jenisnya Menurut Mundir Rosyadi yang dikutip oleh Maria Ulfa dalam Imron (2017 : 62) menyatakan bahwa istilah dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis, alat-alat

pengumpul datanya disebut form dokumentasi atau form pencatat dokumen, sedangkan sumber datanya berupa catatan atau dokumen.

G. Keabsahan Data

Keabsahan data menggunakan sebuah model triangulasi yakni penelitel mengumpulkan data sekaligus memeriksa kebenarannya. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2015: 330) menyatakan bahwa triangulasi dapat diartikan sebagai teknik pengumpulan data dan suatu sumber data yang telah ada sekaligus memeriksa kredibilitas data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Menurut Affifudin dan Saebaniak dalam Imron (2016: 67) mengatakan bahwa ada empat macam triangulasi dalat teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan diantaranya:

1. Triangulasi Data

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data Menggunakan sumber data seperti dokumentasi, arsip, hasil wawancara, observasi dan dengan mewawancarai lebih dari objek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

2. Triangulasi Pengamat

Triangulasi pengamat atau triangulasi peneliti adalah dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data. Teknik ini untuk memperkaya khasanah pengetahuan mengenai informasi yang digali dari subjek penelitian Adanya suatu pengamat diluar

peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, misalnya pembimbing bertindak sebagai pengamat (*expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data. Disini peneliti melibatkan pembimbing sebagai pengamat sekaligus memeriksa hasil data-data yang peneliti kumpulkan.

3. Triangulasi Teori

Triangulasi Teori merupakan metode yang digunakan untuk membandingkan informasi dari sudut pandang teori yang berbeda. Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memenuhi syarat. Hal ini digunakan untuk mengumpulkan data.

4. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah suatu cara yang dilakukan untuk metode sintesa data terhadap kebenarannya dengan menggunakan metode pengumpulan data yang lain atau berbagai paradigma triangulasi. Penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara, observasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metode wawancara yang ditunjang dengan metode observasi dan dokumentasi. Hal ini untuk membandingkan antara hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menguji hasil data yang telah dikumpulkan.

H. Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menurut Sugiyono (2016:89) ialah proses mencari serta menyusun data secara sistematis yang diperoleh melalui

hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dari penelitian kemudian dianalisis secara bertahap. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, ketika berada di lapangan, dan setelah selesai dari lapangan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis interaktif 3 model yang meliputi :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih data-data yang penting, kemudian dicari tema dan polanya. Hal ini dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data selanjutnya. Akan tetapi reduksi ialah sebuah bagian dari analisis pilihan-pilihan penelitian tentang bagian data mana yang harus dikode, mana yang dihapus, pola-pola mana yang bisa meringkas sejumlah bagian yang tersebar, cerita-cerita apa yang sedang berkembang. Semuanya merupakan pilihan-pilihan dari analisis.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun dan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Dengan melihat penyajian-penyajian akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan (Salim, 2010:17) Penyajian data merupakan bagian analisis, kedua yang bertujuan untuk menyajikan dan menampilkan data yang telah di reduksi baik dalam bentuk tabel ataupun bentuk lain

sehingga peneliti bisa secara mudah mengetahui apa yang sebenarnya terjadi untuk ditarik menjadi sebuah kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan tinjauan ulang pada catatan-catatan dengan cara bertukar pikiran dengan teman sejawat untuk dapat mengembangkan pikiran. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan merupakan kegiatan analisis data puncak dan kesimpulan membutuhkan verifikasi selama penelitian berlangsung. Oleh karena itu, ada baiknya suatu kesimpulan ditinjau ulang dengan cara mencocokkan kembali catatan-catatan yang didapat selama penelitian berlangsung.

I. Tahap-tahap Peneliti

Salah satu bagian penting dalam kegiatan penelitian adalah menyusun tahap-tahap penelitian. Tahap-tahap penelitian akan memberikan gambaran awal kepada peneliti tentang proses dalam perjalanan peneliti. Sebagai sebuah gambaran awal dan diharapkan dapat dijadikan penutupan, terutama dalam pengumpulan data analisis data. Adapun tahap-tahap peneliti sebagai berikut:

1. Menentukan masalah dan Objek Penelitian

Menentukan masalah dan objek penelitian sebagai tahapan awal dari penelitian yang dilakukan peneliti bukanlah langkah mudah, karena untuk memilih masalah, peneliti harus memfokuskan pada masalah yang ada di objek penelitian dengan mempertimbangkan fakta yang terjadi di lokasi penelitian dan jarak jangkauan peneliti.

2. Studi Pendahuluan

Meskipun sudah menentukan masalah yang diteliti sekaligus objek penelitian, dalam studi pendahuluan ini peneliti mempertimbangkan lagi kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi terkait masalah dan objek yang akan diteliti apakah memungkinkan diteruskan atau tidak. Sehingga studi penelitian ini juga dimaksudkan agar informasi yang akan dicari oleh peneliti lebih mudah, tepat sasaran serta sesuai dengan keinginan atau kebutuhan yang diharapkan.

3. Merumuskan Masalah

Setelah menentukan masalah apa yang akan diteliti, objek penelitian dan informasi yang didapat pada studi pendahuluan. Selanjutnya peneliti merumuskan masalah apa saja yang akan diteliti sehingga alur penelitian menjadi jelas, terarah dan sesuai dengan harapan.

4. Memilih Pendekatan

Dalam tahap ini peneliti memilih pendekatan apa yang akan digunakan seperti metode atau cara yang akan digunakan, seperti sumber informan, sumber dimana dapat memperoleh data penelitian. Serta menentukan alat apa saja tentang pengumpulan, analisis data dan keabsahan data yang akan digunakan.

5. Menentukan dan Menyusun Instrumen

Setelah memperoleh dengan pasti tentang sesuatu yang ingin diteliti dan darimana data dapat diperoleh maka tahap selanjutnya adalah menentukan serta menyusun instrument sesuai dengan jenis data yang dibutuhkan. Seperti mencari data tentang manajemen humas yang ada di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi maka data tersebut dapat diperoleh dari WKS humas langsung, kepala bagian bendahara, walikelas, siswa, serta dewan guru dengan cara wawancara (*interview*).

6. Mengumpulkan Data

Peneliti mengumpulkan hasil data penelitian. Peneliti mengumpulkan data penelitian sesuai yang diperoleh dari metode yang digunakan seperti wawancara dan observasi. Dalam tahap ini peneliti memerlukan kesungguhan dan ketelitian karena jika data yang di kumpulkan salah maka akan menarik kesimpulannya juga salah.

7. Menganalisis Data

Setelah data penelitian terkumpul tahap selanjutnya yaitu menganalisis data. Dalam menganalisis data dibutuhkan ketentuan peneliti dalam setiap data yang diterima dan dianalisis sesuai dengan teknis analisis data

8. Menarik Kesimpulan

Tugas meneliti telah usai selanjutnya peneliti tinggal menarik kesimpulan dari hasil pengelolaan data.

9. Menyusun Laporan

Kegiatan meneliti menuntut supaya hasilnya disusun, dituliskan berupa bentuk laporan penelitian supaya andilnya diketahui orang lain dan urutan-urutannya pun orang lain bisa tahu pula sehingga bisa mengecek tentang benar tidaknya tentang pekerjaan penelitian tersebut. Persyaratan yang penting dalam mengadakan kegiatan untuk penelitian adalah sistematis, terencana dan mengikuti konsep ilmiah.

J. Sistematika Penulisan

Adapun cara kepenulisan ini sebagai bentuk peneliti untuk dapat memudahkan dalam menyelesaikan penelitian sebagai berikut:

BAB I

Membahas secara runtut tentang tema penelitian, lokasi penelitian, masalah yang ada di lokasi penelitian, urgensi penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan.

BAB II

Meliputi kajian penelitian terdahulu, novelty atau keterbatasan penelitian, teori penelitian yang terdiri dari public relation, media sosial terkait pemanfaatannya dalam inovasi *public relation*, dan eksistensi lembaga pendidikan dilanjutkan dengan deskripsi alur pikir penelitian dan diakhiri dengan preposisi atau dugaan sementara terhadap masalah penelitian yang ada.

BAB III

Konsisten membahas metode penelitian yang dimulai dengan kerangka penelitian, lokasi penelitian, informasi penelitian, prosedur pengumpulan data, pemeriksaan keabsahan data, analisis data dan tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV

Berisi paparan data penelitian, temuan penelitian yang dideskripsikan dengan judul data dan penjelasan data yang didapat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, sebagai teknik pengumpulan data penelitian kualitatif, kemudian merilis temuan penelitian secara tematik berurutan sesuai dengan urutan daftar pertanyaan penelitian dikonfirmasi dengan teori-teori penelitian yang sesuai dengan temuan-temuan penelitian sebelumnya sehingga didapatkan hasil penelitian yang diharapkan bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dilengkapi pula dengan interpretasi dan elaborasi dari temuan atau teori yang diungkapkan dari lapangan.

BAB V

Memaparkan pembahasan hasil penelitian yang telah diteliti dan dijabarkan pada temuan penelitian yang terdapat dalam bab IV.

BAB VI

Memaparkan kesimpulan penelitian yang menjadi jawaban dari pertanyaan penelitian di fokus penelitian sekaligus menyampaikan rekomendasi berupa saran.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah singkat berdirinya SMA Darussalam Blokagung Tegalsari

Banyuwangi

SMA Darussalam Blokagung merupakan salah satu unit pendidikan formal yang ada di Yayasan Darussalam Blokagung. Awal berdirinya SMA Darussalam dilatar belakangi oleh berdirinya Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam (STAIDA) yang sekarang sudah berubah menjadi Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA). dimana dulu wali santri banyak yang mengeluh karna anaknya yang mondok tidak mencapai target yang diprediksikan pesantren yaitu minimal 8 tahun (tamat Ulya). Disisi lain para santri banyak yang boyong sebelum tamat Diniyah dengan dalih mengejar kuliah. Akhirnya muncul inisiatif-inisiatif dari pengasuh untuk mendirikan perguruan tinggi setelah hal tersebut disetujui, bersama ini muncul masalah baru kalau disitu ada perguruan tinggi rasanya tidak cukup kalau sekolah tingkat SLTA dipondok pesantren ini hanya ada dua unit (MAA dan SMKD), akhirnya demi kelengkapan dan kesetimbangan pendidikan formal di Pon.Pes ini maka disepakati pulalah inisiatif pengasuh tersebut.

Setelah rencana pendidikan STAIDA dan SMADA disepakati bersama kini tinggal mengurus Surat pengajuan. Untuk urusan SMA Darussalam pengasuh menunjuk Drs, Anas Saeroji, yang pada saat itu menjabat Kepala Sekolah SMP Plus Darussalam. Sedangkan untuk urusan STAIDA pengasuh menunjuk Drs. Joko Supriyono. Keduanya berangkat bersama ke Dinas Pendidikan Banyuwangi untuk mengajukan permohonan izin mendirikan sekolah. Karena syarat untuk mengajukan permohonan izin pendirian sekolah harus ada Kepala Sekolahnya, sedangkan pada saat itu Drs. Anas Saeroji masih menjabat sebagai Kepala Sekolah SMP Plus maka ditulis atas Nama Bapak Syamsul Mu'arif, S.Pd. (kepala sekolah periode kedua) sebagai Kepala Sekolah SMA Darussalam. Setelah renggang waktu kira-kira satu bulan tepatnya 16 Juli 2001 SK dari Dinas Pendidikan Provinsi dan Kabupaten Banyuwangi turun dan menetapkan Drs. Anas Saeroji menjadi kepala SMA Darussalam Tegalsari Banyuwangi yang mana pada waktu itu SMA masih mempunyai dua kelas yakni satu kelas putra dengan siswa 32 orang, dan satu kelas putri dengan siswi 16 orang, dan program yang diambil yaitu IPA. Tahun demi tahun SMA berkembang dengan cepat dan sampai sekarang ini, yang mempunyai 21 kelas dengan jumlah total siswa 601 siswa/i program IPA, IPS, dan Bahasa.

2. Letak Geografis SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

Sekolah SMA Darussalam terletak di Dusun Blokagung Desa Karangdoro Kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi Provinsi Jawa

Timur. SMA Darussalam terletak di lingkungan desa yang jauh dari Kota sehingga sangat nyaman untuk melakukan proses pembelajaran.

Secara teritorial wilayah sekitar Desa Karangdoro dibatasi oleh:

- a. Sebelah Utara dengan desa Tamansari
- b. Sebelah Selatan dengan Desa Karangmulyo
- c. Sebelah barat dengan batasnya sungai Kalibaru

Meskipun terletak jauh dari pusat kecamatan namun akses jalan dan transportasi menuju desa sangat mudah karena kondisi jalan yang cukup baik.

3. Profil Lembaga

Nama Sekolah	:SMA DARUSSALAM
NPSN	: 20525832
Jenjang Pendidikan	: SMA
Status Sekolah	:Swasta
Alamat Sekolah	:JL.PON.PES DARUSSALAM
RT/RW	: 1/4
Kode Pos	: 68485
Dusun	: Blokagung
Kelurahan/Desa	: Karangdoro
Kecamatan	: Kec. Tegalsari
Kabupaten/Kota	: Kab. Banyuwangi
Provinsi	: Prov. Jawa Timur
Negara	: Indonesia

Posisi Geografis : -8,4499 Lintang, 114,0989 Bujur

4. Personalia Organisasi SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi

1. Kepala Sekolah : Afan Sucipto, S.Pd.
2. Komite Sekolah : Akhmad Jaenuri
3. Operator Dapodik : Bahrowi, S.Pd.
4. Kepala TU : Kholil Fawaid, S.Sos.I
5. Bendahara : Moh. Ali Murtadho, S.Pd.
6. WKS Kurikulum : Nur Hamid, S.Pd.
7. WKS Kesiswaan : Khaniful Adib, S.Pd.
8. WKS SarPras : Muhamad Nasir, S.Pd.
9. WKS Humas : Anis Amnan Mahfudi, S.T.

5. Visi, Misi dan Motto SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi

Visi :

Sekolah unggul yang mencetak siswa-siswinya bertaqwa, berkarakter, cerdas, terampil, dan berwawasan lingkungan.

Misi :

Menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran yang unggul di bidangn sains, ilmu social dan kebahasaan.

Motto :

“Smart Crucial, Character Is More”

Cerdas Itu Penting, Tapi Akhlak Jauh lebih Penting.

10. Tujuan SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi

- a. Menjadikan sekolah dan lulusan memiliki integritas keilmuan serta mampu meraih prestasi akademik maupun non akademik tingkat nasional.
- b. Menghasilkan lulusan yang berkarakter religious, nasionalis, mandiri, integritas, bertanggung jawab, gotong royong dan beradab.
- c. Menghasilkan lulusan yang memiliki kepedulian tinggi terhadap sesama dan lingkungan.
- d. Terbentuk pribadi siswa yang berakhlakul karimah, beriman dan bertaqwa.
- e. Meningkatkan prestasi siswa dibidang akademik yang ditandai oleh peningkatan mutu
- f. Meningkatkan prestasi siswa dibidang non akademik yang ditandai oleh kemampuan skill dan kreatifitas.
- g. Meningkatkan memotivasi siswa unntuk memiliki semangat kompetitif dan berprestasi.
- h. Meningkatkan memotivasi siswa untuk dapat melanjutkan kependidikan yang lebih tinggi.
- i. Tercipta lingkungan sekolah yang bersih, sehat, indah dan nyaman.
- j. Tercipta suasana kekeluargaan, demokratis dan saling menghargai.

11. Pembagian Tugas Dan Wewenang

Agar pelaksanaan proses belajar mengajar dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan kurikulum 2013 (K13) untuk mencapai tingkat prestasi yang maksimal, maka di perlukan pembagian tugas dan wewenang yang jelas bagi semua guru dan tenaga tata usaha / tenaga non guru.

Adapun pembagian tugas sebagai berikut :

- a. Tugas Wakasek Umum dan Wakasek masing-masing urusan serta bendahara sekolah
- b. Tugas mengajar para guru
- c. Tugas khusus untuk guru
- d. Tugas karyawan bukan guru
- e. Pembagian tugas wali kelas

12. Tugas-tugas Wakasek

- a. Tugas Wakasek Hubungan Masyarakat
 - 1) Merencanakan dan mengusahakan terwujudnya kerjasama yang serasi antara sekolah dengan orang tua/ wali murid, masyarakat sekitar serta pejabat setempat.
 - 2) Mengusahakan terwujudnya kegiatan sekolah yang berhubungan dengan luar lingkungan sekolah antara lain : bhakti sosial, karya wisata, dan lain sebagainya.
 - 3) Mengkoordinir, merencanakan, dan ikut serta menggerakkan OSIS dalam kegiatan latihan kepemimpinan, ceramah ilmiah,

ceramah keagamaan pada hari besar Islam dan hari besar nasional.

- 4) Mengkoordinir menggerakkan dan menumbuhkan kesadaran beramal / shodaqoh para siswa,
- 5) Bersama bimbingan dan konseling meneliti kemampuan orang tua murid, bila ada usulan dari orang tua murid untuk keringanan biaya sekolah.
- 6) Mewakili Kepala Sekolah undangan yang boleh diwakili disertai surat tugas.
- 7) Membuat laporan kegiatan Humas setiap tahun dan membuat program Humas untuk tahun pelajaran berikutnya pada setiap akhir tahun pelajaran.

B. Verifikasi Data Lapangan

Berdasarkan pada pengumpulan data yang telah dilaksanakan peneliti mengenai implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi menggunakan analisis kualitatif deskriptif (pemaparan) dan beberapa metode untuk memperoleh data yang diteliti valid dan dapat dipertanggungjawabkan nantinya. Untuk menghasilkan data/hasil penelitian yang akurat, maka diperlukan beberapa orang yang di butuhkan. Adapun untuk data yang nantinya diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh dari beberapa informan. Informan tersebut diantaranya adalah Bapak Kepala SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, dan WKS Humas SMA

Darussalam. Supaya lebih mudah di pahami, akan dipaparkan oleh peneliti berdasarkan fokus penelitian agar lebih jelas dan terperinci dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Implementasi Manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022.

Brand Image di dalam sebuah lembaga pendidikan sangatlah penting untuk mempertahankan pelanggan atau konsumen agar lebih setia. Seperti halnya dengan SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi yang selalu berinteraksi dengan pihak luar sekolah, mulai dari masyarakat, alumni, orang tua siswa, dan elemen masyarakat lainnya. Program manajemen humas yang ada di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi berfungsi sebagai sarana untuk menjalin hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dengan pelanggan agar menimbulkan sebuah ikatan yang erat sehingga membuat pelanggan merasa nyaman. (Hasil observasi di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal 28 Maret 2022).

Adapun cara atau Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022 sebagai berikut :

- a. Perencanaan Dalam Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022**

Dalam Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022 berikut ini akan dipaparkan mengenai cara meningkatkan *brand image* yang dapat mendukung terpenuhinya indicator yang telah ditentukan, dalam cara peningkatan brand image tersebut peneliti mengambil 2 dari 5 cara yaitu:

1. **Melakukan promosi yang efektif**

Dalam era globalisasi sekarang ini lembaga pendidikan berlomba-lomba dalam mencapai apa yang diinginkan, oleh karena itu didalam dunia pendidikan haruslah menyesuaikan dengan perkembangan zaman. *Brand image* juga bisa ditingkatkan dengan melakukan promosi yang efektif. promosi yang efektif akan menghasilkan hasil yang lebih memuaskan serta semua yang dilakukan tepat sasaran karena pada saat ini menggunakan cara promosi lebih efektif dan efisien disamping cara tersebut promosi lewat internet merupakan sarana penunjang yang juga lebih membuat orang dapat melihat keefektifan, karena internet digunakan oleh banyak orang maka dibuat juga untuk menarik agar calon pembeli mau membaca atau melihatnya. Kotler & Keller (2012:189).

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Kepala Sekolah SMA Darussalam Tegalsari Blokagung Banyuwangi bapak Afan Sucipto S.Pd. yaitu :

“Adapun perencanaan yang dibuat oleh sekolah ,WKS Humas dan karyawan yang bersangkutan dengan program tersebut berharap agar dengan adanya program promosi yang efektif akan membantu sekolah untuk menarik perhatian konsumen. Masyarakat umumnya sudah mulai tertarik dengan brand yang dimiliki oleh SMA Darussalam, dengan adanya program terbaru ini diharapkan agar lebih menarik lagi perhatian dari masyarakat sekitar yang belum mengerti”.

Dari wawancara tersebut sesuai dengan pengamatan dan dokumentasi yang ditemukan oleh peneliti memberikan tafsir bahwa dalam sebuah program sekolah tersebut ada bermacam macam di SMA Darussalam.



Gambar 4.2 Promosi ke tingkat SLTP

Sumber: Dokumen SMA Darussalam

Dari dokumen diatas merupakan suatu wujud hasil yang ada di sekolah dengan program promosi secara efektif. Kegiatan tersebut dipimpin oleh Bapak WKS Kesiswaan dan dikoordinasi oleh WKS Humas dan dilaksanakan oleh

2. **Memanfaatkan media sosial**

Dalam promosi secara efektif haruslah banyak-banyak menggunakan cara agar lebih menarik perhatian konsumennya. Maka dari itu haruslah ada penunjang dalam melaksanakannya dengan tunjangan tersebut diharapkan dapat memudahkan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Alat yang digunakan untuk penunjang tersebut selain untuk menunjang kegiatan promosi juga mempunyai kelebihan yakni alat tersebut bisa mengimbangi proses promosi agar dapat lebih dimengerti oleh konsumen.

Kegiatan promosi yang menggunakan alat tersebut adalah langkah untuk mempermudah dalam promosi dan juga konsumen lebih mengetahui unsur-unsur tentang apa yang dipromosikan. alat tersebut juga bisa meningkatkan *brand image* dengan memanfaatkan media sosial. Dengan cara membuat akun media sosial khusus untuk lembaga pendidikan untuk saat ini media sosial yang dimaksud antara lainnya yakni : Instagram, Facebook, Tik Tok.

Langkah selanjutnya *manajemen humas* di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi melibatkan beberapa orang yang terkait dengan program kegiatan atau bergantung dengan program kerja yang akan dilaksanakan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

“Dalam melaksanakan program adapun orang-orang yang akan terlibat dalam manajemen humas dalam meningkatkan brand image yang ada di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi adalah Kepala Sekolah, WKS Humas , karyawan dan staf serta orang yang mempunyai tugas atau program kerja yang bersangkutan dengan hal yang meningkatkan brand image itu tadi”. (Wawancara dengan Bapak Anis Amnan Mahfudi, S.T sebagai WKS Humas SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal 28 Maret 2022).

Adapun langkah-langkah dalam penerapan manajemen humas yang digunakan sesuai penjelasan dari kepala sekolah tersebut adalah dengan mempromosikan SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi dengan sosialisasi kepada calon siswa baru yang masih duduk dibangku SLTP. Selain anggota OSIS, WKS Humas beserta beberapa guru juga turun tangan langsung melakukan sosialisasi kepada masyarakat-masyarakat sekitar terlebih bagi masyarakat yang kurang mampu untuk biaya pendidikan anaknya.

Selain promosi yang efektif , Kepala Sekolah juga menuturkan:

"Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh manajemen humas SMA Darussalam ini yakni lebih meningkatkan lagi brand yang dimiliki supaya ketika dipromosikan akan mendapatkan konsumen baru, mendapatkan kelayakatan konsumen dan tetap mengeratkan hubungan agar tetap baik dan

konsumen tetap menggunakan layanan jasa pendidikan SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi”.

Hal ini sesuai dengan pernyataan WKS Humas SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi:

“Sekolah berupaya untuk memadai fasilitas untuk semua elemen konsumen dan masyarakat yakni dengan cara memberikan pelayanan terbaik sehingga konsumen setia dan tidak pindah ke lain hati”. (Wawancara dengan Bapak Anis Amnan Mahfudi, S.T sebagai Waka Humas SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi pada tanggal 28 Maret 2022).

Selain melakukan program promosi Berdasarkan wawancara dengan Bapak Afan Sucipto S.Pd selaku Kepala Sekolah SMA Darussalam pada tanggal 02 April 2022 pukul 11.25 di Ruang Kepala Sekolah. Beliau memaparkan bahwa manajemen humas di SMA Darussalam ini berjalan baik. sebagai berikut kutipan wawancaranya:

“Humas atau public relations yang ada disekolah ini menjalankan tugasnya dengan sangat baik. SMA Darussalam bisa mendapatkan kepercayaan dari masyarakat itu, dengan salah satunya hasil kerja keras yang dilakukan mereka. Mereka mengadakan kegiatan-kegiatan yang berkolaborasi melibatkan masyarakat sekitar. Seperti mengadakan acara besar-besaran misalnya harlah sekolah SMA iya yang paling terlihat itu, untuk 2 tahun ini jumlah pendaftar calon peserta didik baru semakin banyak dan juga meningkat dari pada sebelum-sebelumnya”.

Pemaparan Kepala Sekolah tersebut kemudian di pertegas oleh Bapak Anis Afnan pada tanggal 31 maret 2022 pukul 08.25 Selaku WKS kehumasan, yaitu

“Manajemen humas yang ada di SMA Darussalam ini dalam menjalankan tugasnya berjalan dengan lancar, baik, dan dibantu oleh semua aspek yang ada di sekolah ini baik Humas dengan WKS kesiswaan ataupun dengan lainnya dalam sebuah lembaga pendidikan humas dan semua aspek tadi saling bekerjasama serta ikut menyukseskan semua program yang diadakan oleh Humas. Selain itu Harapan dengan adanya program yang dijalankan masyarakat akan lebih mengerti tentang citra merek SMA Darussalam”.

Dipertegas juga dari wawancara dengan salah satu siswa SMA Darussalam deng Saudari Arin Ma’rifatul Layyinah sebagai berikut:

“Manajemen humas di SMA berjalan dengan baik, saya selaku siswa SMA menyadari dengan adanya kerja keras yang dilakukan humas yang berkolaborasi dengan lainnya SMA mengalami peningkatan pertahunnya. Dengan hal tersebut membuktikan bahwa WKS Humas dan komponen lainnya kompak dalam meningkatkan citra merek SMA ini”.

Dari hasil wawancara dapat diketahui manajemen humas selama ini berjalan dengan baik dan menjalankan program yang bekerjasama dengan pihak *internal* yang meliputi guru dan karyawan SMA Darussalam. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Afan Sucipto S.Pd selaku Kepala Sekolah SMA Darussalam pada tanggal 02 April 2022 pukul 11.25 di Ruang Kepala Sekolah. Bapak Afan Sucipto S.Pd memaparkan sebagai berikut:

“Manajemem humas di sekolah ini telah mempunyai program-program yang bisa meningkatkan brand image sekolah ini dan sudah melaksanakan dengan baik dan terbukti masyarakat yang tidak mengetahui sekolah tersebut pun mulai tertarik. Dan harus bisa mempertahankan serta meningkatkan kualitas yang ada di SMA Darussalam”.

Dapat disimpulkan bahwa perencanaan dalam implementasi Manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi dengan menentukan orang yang terlibat dalam menyusun program-program, tujuan yang diinginkan dalam mempromosikan, dan dalam mempromosikan lebih mengutamakan kepuasan masyarakat sebagai konsumen atau pelanggan pendidikan. Hal ini bertujuan agar perencanaan yang diinginkan terlaksana dengan lebih maksimal dan efektif.

b. Pelaksanaan Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022

1. Turun langsung ke unit-unit tingkat SLTP

Untuk mewujudkan hasil yang di telah diharapkan sesuai yang diinginkan maka dalam penyusunan sebuah perencanaan program kegiatan harus benar-benar matang. Terutama WKS humas harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dengan masyarakat. hal ini dapat mempermudah untuk memperoleh kepercayaan masyarakat sekitar sehingga mempermudah pula untuk mendapatkan konsumen yang tetap.

Upaya penerapan manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam bukan hanya untuk mendapatkan konsumen saja namun juga bagaimana

meningkatkan kualitas program tersebut. Dalam melakukan program di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi menggunakan alat bantu. Adapun alatnya berupa media. Hal ini sesuai yang dikatakan oleh bapak Anis Amnan Mahfudi S.T selaku WKS humas yakni:

“Adapun untuk penunjang dalam program promosi kami menggunakan alat bantu seperti media cetak maupun media online. Media cetaknya berupa brosur yang disebar ke sekolah-sekolah tingkat SLTP khususnya sekolah yang ada di lingkungan internal seperti SMP Plus Darussalam dan MTS al-Alamiriyah. Dan untuk media cetaknya kami memasang ke media-media social seperti FB, Instagram dan Google. Hal tersebut diharapkan agar konsumen lebih mengetahui SMA Darussalam”.

Hal tersebut juga di pertegas oleh Alumni SMA Darussalam Blokagung oleh saudara Filla Fitrotunnisa sebagai berikut:

“Dengan adanya media cetak maupun media online hal tersebut sangat memudahkan kami untuk ikut serta mempromosikan SMA Darussalam Blokagung selain mempermudah juga membuat konsumen lebih mengerti serta memahami dengan adanya brosur yang dicetak dan dipromosikan di media online”.



Gambar 4.2: Brosur SMA Darussalam Blokagung Tegalsari

Banyuwangi tahun 2022/2023

(Sumber : Dokumentasi sekolah)

Dengan melakukan penyebaran brosur apakah dari internet, membaca brosur media cetak seperti contoh brosur diatas diharapkan kepada calon pelanggan dia dapat mengetahui informasi SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

2. Mengunjungi masyarakat yang kurang mampu

Selain penyebaran brosur yang digunakan sekolah juga mengadakan kunjungan kepada masyarakat sekitar yang benar-benar tidak mampu untuk membiayai anaknya sekolah, sehingga pihak sekolah akan memberikan sebuah keringanan kepada mereka dengan bukti nyata yang didapat dari hasil penyuluhan-penyuluhan tersebut.



Gambar 4.3 : Kunjungan kepada masyarakat kurang mampu

(Sumber : Dokumentasi Sekolah)

Dapat disimpulkan bahwa implementasi teori manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi telah terlaksana dengan baik dengan bukti konsumen masih tetap setia akan layanan jasa pendidikan di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi dan jumlah siswa-siswi dari tahun ke tahun semakin meningkat yang baik dari sekolah intern (SMP Plus dan MTS A) atau ektern (SMP/MTS Luar).

**Tabel 4.2 Jumlah Penerimaan peserta didik baru
SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi**

Tahun	SMP Plus Darussalam	Mts A	SMP/MTS Luar	Jumlah
2019-2020	55	44	111	210
2020-2021	55	50	120	225
2021-2022	70	43	124	271

(Sumber : Profil SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi)

3. Faktor pendukung dan penghambat Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa subjek diantaranya adalah Kepala Sekolah, WKS Humas, Siswi dan beberapa Alumni SMA Darussalam. Wawancara yang dilakukan peneliti kepada objek atau sasaran wawancara adalah terkait dengan pendukung dan penghambat manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung banyuwangi yaitu:

a. Faktor Pendukung

Adanya dukungan dari dalam (*internal*)

Sebagai bentuk dukungan dalam implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung, maka kepala sekolah, WKS Humas merasa untuk lebih meningkatkan *brand* yang ada di SMA.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara peneliti terhadap WKS Humas bapak Anis Amnan Mahfudi S.T. pada 31 maret 2022 pukul 08.25 terkait factor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan *brand image* SMA Darussalam yaitu:

“Dalam menjalankan sebuah program pasti adakalanya tidak berjalan mulus sesuai apa yang diharapkan serta ada kendala yang harus dihadapi salah satunya yaitu kurangnya rasa percayanya masyarakat ke kami dikarenakan masyarakat ini berbeda-beda dari sifat maupun pandangan maka dibutuhkanlah bekerjasama atau saling bahu membahu dalam melaksanakan program untuk menghasilkan keberhasilan sesuai apa yang telah dituju. Maka dari itu ketelatenan, kesabaran dan keuletan sangatlah dibutuhkan. Adapun yang kedua yakni pihak sekolah berhubungan dengan pihak luar itu spontan atau tidak bisa langsung terealisasi”.

Dan pemaparan diatas juga dikuatkan dengan hasil wawancara kepada WKS Humas bapak Anis Amnan Mahfudi S.T pada 31 Maret 2022 pukul 08.25, menyatakan:

“Dalam melaksanakan suatu program pasti adanya suatu kendala, Salah satu halnya yakni Waktu, dikarenakan manajemen humas di SMA hanya mempunyai waktu pada jam-jam sekolah saja untuk melaksanakan program tersebut. Untuk ken dala yang kedua yakni dari factor eksternal yaitu ketika dalam menjalankan program yang dituju pastinya ada kendala baik itu berupa keterlambatan maupun hambatan dalam menjalankan programnya”.

Kemudian faktor pendukung mengenai implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung yaitu Hal ini sesuai dengan pemaparan dari wawancara peneliti kepada

Kutipan wawancara dengan WKS Humas. Sebagai berikut:

“Selama ini didalam SMA Darussalam Humas yang ada di lembaga tersebut memiliki beberapa aspek yang pertama yakni promosi. Dikarenakan dari aspek-aspek tersebut berbeda-beda maka dimulai dari promosi terlebih dahulu. Promosi yang di kiatkan dari awal yakni yang menuju ke interennya yakni MTS Al-Amiriyah atau SMP PLUS Darussalam. Untuk membuat image yang baik ke anak-anak maka mulai dari siswa, guru dan seluruh yang ada di SMA Darussalam yang ditampilkan yakni yang terbaik. Itu salah satu dari aspek tersebut. Adapun aspek yang kedua yakni bantuan social dikarenakan hal tersebut menjadi kewenangan Humas yang ada di SMA Darussalam. Bantuan social ini kemarin telah melakukan kondisip yakni melakukan survey terhadap rumah-rumah yang anaknya sekolah di SMA Darussalam dan memang betul-betul anak tersebut sangat-sangat membutuhkan bantuan. Dengan upaya tersebut masyarakat bisa memahami image SMA Darussalam ini bahwa baik”.

1. Banyak yang mendukung

Banyak pihak yang mendukung SMA Darussalam Blokagung, orang yang tahu yakni orang yang memang mengerti dan memahami seluk beluk sekolah yang mendukung adanya SMA Darussalam untuk juga menjadi lahan untuk mereka menyalurkan ilmu tidak hanya itu seluruh kegiatan yang ada di SMA Darussalam Blokagung benar-benar banyak sekali manfaatnya. Seperti yang di paparkan oleh bapak Kepala Sekolah SMA Darussalam Blokagung sebagai berikut:

“Selain adanya dukungan dari pihak internal lembaga pendidikan SMA Darussalam Blokagung juga didukung banyak kalangan seperti yayasan ponpes Darussalam blokagung (hanya legalitas) dll”.

b. Faktor penghambat

Dalam penerapan sebuah kebijakan tentu tidak mungkin jika tidak ada kendala sama sekali dalam pelaksanaannya atau bisa dikatakan sebagai faktor penghambat. Ada beberapa faktor penghambat dalam implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung, yakni:

1) Kurangnya pendanaan

Dalam proses penerapan implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung ada salah satu penghambat yaitu kurangnya dana yang digunakan untuk promosi dan lain-lain, karena kurangnya dana akan menghambat proses promosi sesuai paparan wawancara dengan bapak WKS Humas di sekolah:

“Dalam proses promosi semuanya akan berjalan dengan lancar apabila terbebas dari penghambat-penghambat seperti sekarang ini yakni kurangnya pendanaan untuk mempromosikan ke sekolah-sekolah, hal tersebut yang mempengaruhi proses promosinya”.

Dapat disimpulkan bahwa dalam promosi harus memenuhi kekurangan yang ada pada saat melakukan promosi.

2) Kurangnya waktu untuk promosi.

Hal tersebut yang sangat mempengaruhi dikarenakan kurangnya waktu dapat menghambat lembaga pendidikan mendapatkan konsumen. Seperti yang dipaparkan oleh bapak WKS Humas sebagai berikut:

“Dalam melaksanakan suatu program pasti adanya suatu kendala, Salah satu halnya yakni Waktu, dikarenakan manajemen humas di SMA hanya mempunyai waktu pada jam-jam sekolah saja untuk melaksanakan program tersebut”.

Dapat disimpulkan bahwa wawancara tersebut dapat disimpulkan setiap program atau perencanaan terdapat faktor pendukung dan penghambatnya.

BAB V

PEMBAHASAN

1. Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Pembelajaran Tahun 2021-2022

a. Perencanaan Meningkatkan *Brand Image*

1) Promosi dengan efektif

Sebelum mencapai tujuan yang diinginkan WKS Humas di SMA Darussalam mempunyai sebuah perencanaan yang telah berjalan sesuai dengan harapan dari Kepala Sekolah, dengan alasan dan ditunjukkan bukti bahwa dalam setiap tahunnya SMA Darussalam Blokagung mengalami peningkatan pada jumlah pendaftar calon peserta didik baru setiap tahun ajaran baru. Pun beberapa *stakeholder eksternal* juga menyatakan bahwa WKS Humas sering melaksanakan program yang ada di sekolah serta menyebarkan informasi terkait kegiatan yang nantinya akan di lakukan di masyarakat.

Selain itu manajemen humas menyusun program-program lainnya yang bertujuan untuk lebih meningkatkan *brand image* SMA Darussalam melalui program-program ini mampu untuk membangun serta menambah hubungan kekeluargaan yang harmonis antara sekolah dengan pihak luar sekolah, mulai dari orang tua, siswa, masyarakat, alumni, dan elemen masyarakat lainnya. Sesuai yang telah diungkapkan oleh G.R Terry (2011:14) mengatakan bahwa

manajemen merupakan proses khas yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengendalian serta evaluasi. Definisi tersebut sama dengan yang dikemukakan Dengan hal ini menunjukkan bahwa masyarakat merasa bangga menjadi bagian dari SMA Darussalam. Masyarakat menyatakan tentang perilaku yang disiplin sesuai dengan nilai positif di masyarakat.

2) **Memanfaatkan media sosial**

Dalam promosi secara efektif haruslah banyak-banyak menggunakan cara agar lebih menarik perhatian konsumennya. Maka dari itu haruslah ada penunjang dalam melaksanakannya dengan tunjangan tersebut diharapkan dapat memudahkan dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Alat yang digunakan untuk penunjang tersebut selain untuk menunjang kegiatan promosi juga mempunyai kelebihan yakni alat tersebut bisa mengimbangi proses promosi agar dapat lebih dimengerti oleh konsumen. Seperti yang di kemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Keller (2012:568), yaitu sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

b. Pelaksanaan Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022

1. Turun ke unit-unit tingkat SLTP

Upaya untuk mendapatkan kesetiaan dari konsumen lembaga pendidikan diperlukan menerapkan teori manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung. Dengan cara tersebut bisa mengidentifikasi apa yang menjadi keluhan, dan harapan yang datang dari konsumennya. Teori manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* ini juga bisa dipergunakan sekolah untuk mengetahui konsumennya dengan percaya menggunakan jasa yang ditawarkan oleh sekolah. hal ini dilakukan hanya untuk meningkatkan kualitas layanan yang akan diberikan kepada pelanggan.

Acuan yang dipakai oleh SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi dalam menerapkan teori meningkatkan *brand image* untuk menarik konsumen yaitu dengan melakukan survey promosi secara efektif yang telah sesuai dengan yang di kemukakan oleh terhadap wali murid sebagai konsumen utama SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Sekaligus menyebarkan angket kepada calon pelanggan terkait untuk mengetahui informasi SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi baik dari internet, spanduk, brosur atau rekomendasi orang tertentu/ alumni.

2. Memanfaatkan media social

Perkembangan alat teknologi yang makin canggih sekarang ini memaksa lembaga pendidikan seperti SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi harus bisa beradaptasi dan mengikutinya. Beberapa layanan yang diberikan oleh SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi sudah mulai menggunakan digital. Layanan dunia digital yang diberikan oleh SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi ini yakni bertujuan untuk memudahkan dan memanjakan konsumen dalam menggunakan fasilitas yang dapat dimanfaatkan seperti dalam penerapan teori *meningkatkan brand image* SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi memanfaatkan media massa salah satunya yaitu brosur yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang sekolah serta untuk memberikan informasi yang ada di sekolah untuk disampaikan kepada sanak familynya atau masyarakat sekitarnya yang ingin melanjutkan ke pendidikan tingkat SLTA. Selain untuk memudahkan konsumen untuk mengetahui berbagai macam info dari sekolah, dunia digital ini bertujuan untuk memudahkan SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi melakukan promosi.

Sesuai yang dikemukakan Philip Kotler dan Kevin Keller (2012:568), media social merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain

dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis kecil dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik.

c. Evaluasi Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022

1) Rapat Evaluasi meningkatkan *Brand image*

Dalam Evaluasi meningkatkan *Brand image* di SMA Darussalam Blokagung melakukan secara terus menerus atau berkesinambungan serta setiap waktu. Kemudian WKS Humas SMA Darussalam Blokagung bersama stafnya mengadakan rapat setiap satu bulannya. Yang dalam proses pengevaluasian tersebut terdapat pemberian motivasi serta pengontrolan selama satu bulan dikelolanya program dalam bentuk promosi yang efektif di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi. Evaluasi dilakukan agar WKS Humas serta yang membantunya mengetahui kendala serta titik kelemahan pada Brand Image SMA Darussalam Blokagung. . Sedangkan menurut Ruslan Rosady (2016:12) Media social lah yang mempengaruhi manajemen humas dalam perkembangannya, selain dikatakan sebagai penyebaran informasi yang merakyat, media sosial

juga dapat menggugah ketertarikan masyarakat pada lembaga pendidikan yang dikenalkannya.

Hal tersebut menunjukkan bahwa upaya implementasi teori meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi dan jumlah siswa-siswi dari tahun ke tahun semakin meningkat baik dari sekolah intern (SMP Plus dan MTS A) atau ektern (SMP/MTS Luar). Manajemn humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi telah dilaksanakan dengan baik dengan bukti konsumen masih tetap loyalitas menggunakan jasanya.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Humas Dalam Meningkatkan *Brand Image* di SMA Darussalam Blokagung.

Dalam segala program yang dilaksanakan di sekolah tentunya memiliki masalah serta ada faktor-faktor yang mendukung dan menghambat dalam mencapai tujuan yang diinginkan begitu juga dengan pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung yang baik bagi lembaga pendidikan.

a. Faktor Pendukung

Ada beberapa faktor pendukung yang dapat membantu untuk meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Banyuwangi. Yaitu:

1. Adanya dukungan dari dalam (*internal*)

Sebagai bentuk dukungan dalam implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung, maka kepala sekolah, WKS Humas merasa untuk lebih meningkatkan *brand* yang ada di SMA tersebut.

2) Banyak yang mendukung

Banyak pihak yang mendukung SMA Darussalam Blokagung, orang yang tahu yakni orang yang memang mengerti dan memahami seluk beluk sekolah yang mendukung adanya SMA Darussalam untuk juga menjadi lahan untuk mereka menyalurkan ilmu tidak hanya itu seluruh kegiatan yang ada di SMA Darussalam Blokagung benar-benar banyak sekali manfaatnya.

a. Faktor penghambat

1) Kurangnya pendanaan

Dalam proses penerapan implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung ada salah satu penghambat yaitu kurangnya dana yang digunakan untuk promosi dan lain-lain, karena kurangnya dana akan menghambat proses promosi.

2) Kurangnya waktu untuk promosi.

Dalam menjalankan sebuah program ada beberapa faktor yang mendukung dalam manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam yaitu (1)

Mendapat dukungan dari komponen sekolah meliputi yayasan pondok pesantren Darussalam Blokagung (sebagai legalitas). Bekerjasama untuk menghidupkan SMA Darussalam. (6) Orang tua turut mendukung dalam peraturan yang dijalankan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan di Bab IV dan pembahasan di Bab V, maka penelitian dalam skripsi ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *Brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun 2021-2022 tahap pertama ialah perencanaan yang didalamnya meliputi 1) Melakukan promosi secara efektif 2) memanfaatkan media social adapun tahap yang kedua yakni pengorganisasian yang meliputi 1) Turun langsung ke unit-unit tingkat SLTP 2) Mengunjungi rumah-rumah orang yang tidak mampu adapun tahap yang ke tiga yakni pengevaluasian yang meliputi 1) Rapat dengan kepala sekolah, WKS Humas dan anggota yang menjalankan program.

2. faktor pendukung dan faktor penghambat yang tertera sebagai berikut:

- a. Faktor pendukung

Adapun faktor yang mendukung dalam manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam: (1) Mendapat dukungan dari komponen sekolah meliputi yayasan pondok pesantren Darussalam Blokagung (sebagai legalitas). (2) Adanya dukungan dari dalam (*internal*) yang bekerjasama dengan

tenaga pendidik (dewan guru) untuk menghidupkan kegiatan yang ada di SMA Darussalam baik itu bersifat akademik ataupun Non akademik.

b. Faktor penghambat

Adapun faktor penghambat dalam manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam :1) Kurangnya SDM para guru dan karyawan sekolah.berselisih paham dalam bekerjasama.2) Kurangnya waktu untuk promosi.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

- a. Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *Brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari tahun pembelajaran 2021-2022 mendukung dari teori Kotler bahwa brand image merupakan sebuah tanda yang digunakan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dengan tujuan untuk memnbedakan antara yang satu dengan yang lainnya. Adanya manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam membuat sekolah lebih diminati oleh konsumen dan lebih menarik calon pengguna jasa lembaga pendidikan.

- b. Disamping menarik perhatian melalui cara promosi secara efektif sesuai teori Keller cara yang digunakan yakni memanfaatkan media social, hal tersebut digunakan untuk menunjang kegiatan promosi.
- c. Adanya kekurangan dana menjadi salah satu faktor penghambat bagi siswa karena tidak semua yang diinginkan pengguna jasa terpenuhi.

2. Implikasi kebijakan

Bagi sekolah lain SMA Darussalam Blokagung menjadi referensi dalam tercapainya program. Semua itu dapat dilihat dari program dan strategi yang diterapkan oleh sekolah. karena semua lembaga pendidikan selalu memiliki cita-cita untuk meningkatkan *brand image* dilembaganya masing-masing.

C. Keterbatasan Penelitian

Setelah dilakukannya observasi dan wawancara dalam penelitian ini masih banyak sekali ditemukan keterbatasan dalam meneliti yang mana dapat dijadikan peluang bagi kajian penelitian selanjutnya. Keterbatasan penelitian ini antara lain adalah keterbatasan pada jangka waktu pengamatan yang dapat dikatakan cukup singkat sehingga hal tersebut mengakibatkan kontribusi yang rendah terhadap hasil dari penelitian ini, peneliti disini hanya fokus pada implementasi manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

D. Saran

Dari hasil kesimpulan, implikasi dan keterbatasan penelitian diatas maka saran yang dapat dipertimbangkan kepada kepala sekolah dan pada peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepala sekolah bisa meningkatkan beberapa point dari kesimpulan diatas sebagai beberapa cara untuk mengimplementasikan manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pembelajaran 2021-2022.
2. Diharapkan memanfaatkan faktor pendukung untuk menjadi lebih baiknya sekolah dan menjadikan *brand image* lebih dikenal

DAFTAR PUSTAKA

- Aedianto, Elvinarno. (2013). *Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aksara. Robbins, S., & Coulter, M. (2002). *Manajemen*. Jakarta: Gramedia.
- Ardiato, Elvinaro, (2008) *Public Relation: pendekatan praktis untuk menjadi komunikator, orator, presenter dan juru kampanye handal*. Bandung: widya padjadjaran.
- Cutlip, M.scoot.2009. *Effective Public Relations*, Jakarta: Kencana
- Center, H.Allen. 2009. *Effective Public Relations*, Jakarta: Kencana
- Danandjaja. (2011). *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Graha Ilmu.
- Deddy, M. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT Remaja.
- Effendy, O. U. (2009). *Human Relations &Public Relations*.
- Elyus, Dinda Septiana, and Muhamad Sholeh. "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi Covid 19." *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan* 9 (2021): 281-289.
- Husnul, 2019. *Manajemen hubungan masyarakat dalam mengembangkan citra Madrasah Aliyah Negeri 2 Hulu Sungai Utara*. Diss. IAIN Palangka Raya
- Khoiruddin, Nurul. *Upaya Membangun Brand Image dalam Meningkatkan Daya Saing Madrasah (Studi Kasus di MI Masholihul Huda Desa Krapyak Kecamatan Tahunan Kabupaten Jepara Tahun Pelajaran 2014/2015)*. Diss. STAIN Kudus, 2016.
- Kotler, Philip. Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Erlangga.
- Keller dan Kotler (2008) *tentang brand image Bandung*. PT remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip. (1997) *Manajemen Pemasaran Jilid 2: Analisis Perencanaan Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prenhallindo.

- Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, Jld.2.
- Kotler dan Keller (2012). *Tentang Aspek-aspek brand image*. Jakarta: Bumi aksara.
- Laksana dan Mukarom (2016) *Tentang Manajemen Humas*. Jakarta: Emir.
- Mary, coulter. (2010), *Manajemen*. Edisi ke sepuluh Jakarta: PT. Indeks.
- Muhammad Toha, (2016) *Manajemen Pendidikan Islam, Konseptual Dan Operasional*. Surabaya: Pustaka Radja.
- Mukarom, Zainal dan Laksana muhibudin wijaya. 2015. *Manajemen public relations (panduan efektif pengelolaan hubungan)*. Surakarta: pustaka setia.
- Pidarta, (1988) *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: PT. Bina Aksara. Hal 190 – 191.
- Rukmana, Yulia. , (2016.). *Strategi membangun brand image dalam meningkatkan daya saing lembaga pendidikan: Studi multi kasus di SMA Negeri 3 Malang dan SMA Nurul Jadid Paiton Probolinggo*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Robbins P. (2010), *Manajemen*. Edisi ke sepuluh Jakarta: PT. Indeks.
- Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Rahmat, Abdul. 2016. *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode teknik wawancara*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2016.). *Metode penelitian kuantitatif, (analisis interaktif 3 model)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wijaya, Ida Suryani, and M. Al Amin. (2020). *Strategi Public Relations dalam Pengembangan Brand Image Sekolah di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Kota Samarinda.* *LENTERA*.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM
IAIDA
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
TERAKREDITASI
BLOKAGUNG - BANYUWANGI

Alamat : Pon. Pes. Darussalam Blokagung 02/IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 68491 No. Hp: 085258405333 , Website: www.iaida.ac.id , E-mail: iaidablokagung@gmail.co

Nomor : 31.5/274.19/FTK.IAIDA/C.3/III/2022
Lamp. : -
Hal : **PENGANTAR PENELITIAN**

Kepada Yang Terhormat:
SMA Darussalam
Blokagung, Banyuwangi

Di - Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan (FTK) Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi, memohonkan izin penelitian atas mahasiswa kami:

Nama : **ELVI NURDINA**
TTL : **Banyuwangi, 31 Mei 1999**
NIM : **18111110014**
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan (FTK)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Alamat : Dusun Krajan RT 02 RW 06 Desa Watukebo Kec. Blimbingsari
HP : 082348369139
Dosen Pembimbing : Drs. H. M. Khozin Kharis, M.H.

Untuk dapat diterima/melaksanakan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka penyelesaian program skripsi.

Adapun judul penelitiannya adalah:

“Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pelajaran 2021/2022”

Atas perkenan dan kerja samanya yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarokatuh.



Blokagung, 28 Maret 2022

Dr. Siti Aimah, S.Pd/I., M.Si.
NIPY. 3150801058001



YAYASAN PONDOK PESANTREN DARUSSALAM

SMA DARUSSALAM

STATUS : TERAKREDITASI "A"

SK BAP-S/M, No 164/BAP-S/M/XI/2017

NPSN : 20525832 NIS : 300140 NSS : 302052523062

BLOKAGUNG KARANGDORO TEGALSARI BANYUWANGI

Website : www.smadablo.id

E-mail : sma_darussalambwi@g.mail.com

Alamat : Jl. Pon. Pes. Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur Kode Pos 68491 Telp. (0333) 4460483

SURAT KETERANGAN

Nomor:31.1/028/429.245.300/TV/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini, Kepala SMA DARUSSALAM Blokagung Tegalsari Banyuwangi menerangkan bahwa :

Nama : ELVI NURDINA
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 31 Mei 1999
NPM/NIM : 18111110014
Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK)
Program Studi : Managemen Pendidikan Islam (MPI)
Lembaga : Institut Agama Islam Darussalam
Alamat : Watukebo, Blimbingsari, Banyuwangi, Jawa Timur

Telah melakukan penelitian di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul "**Manajemen HUMAS dalam Meningkatkan Brand Image di SMA Darussalam Blokagung Tahun Pembelajaran 2021-2022**"

Demikian surat ini kami buat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Tegalsari, 02 April 2022

Kepala SMA Darussalam



AFAN SUCIPTO, S.Pd



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 22%

Date: Selasa, Juni 28, 2022

Statistics: 2646 words Plagiarized / 11809 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

1 BAB I PENDAHULUAN A. Latar Belakang Masalah Dari waktu ke waktu pada zaman modern ini, manajemen dalam dunia sekarang itu sangatlah penting khususnya manajemen humas, maka dari hal tersebut itu diperlukanlah sebuah peranan dari manajemen humas tersebut dalam suatu naungan lembaga pendidikan untuk memberikan pelayanan terhadap masyarakat sekitar secara professional. Dalam memajukan sebuah negara khususnya bangsa Indonesia ini maka diperlukanlah sebuah aset berharga yang berupa pendidikan.

Karena pendidikan mampu mencetak generasi yang berkarakter dan berpengalaman dalam membangun serta mengelola bangsa ini. Generasi pada zaman sekarang ini sangatlah berkarakter dan berkualitas dikarenakan keduanya ini dapat terlahir dari lembaga pendidikan islam yang memiliki tujuan, visi dan misi yang searah dengan tujuan yang diharapkan oleh pendidikan.

Pendidikan merupakan sebuah kegiatan yang sangat dibutuhkan dalam menyempurnakan serta menyeimbangi dalam proses pengembangan individu masing-masing ataupun individualis masyarakat itu sendiri. Didunia pendidikan ini tidak hanya tentang hal tersebut namun disebut juga sebuah proses yang dimana ada suatu pihak yang perlu menjalin komunikasi serta bekerja sama dengan tujuan untuk mengembangkan lembaga pendidikan secara tinggi serta berkualitas.

Lembaga pendidikan islam yang tinggi dan berkualitas 2 ini merupakan sebuah instansi pendidikan yang memiliki citra positif dari masyarakat sekitarnya. Citra positif tersebut dapat diperoleh dari proses, kerja sama, serta tindakan yang dilakukan oleh seluruh warga sekolah yang meliputi: guru, karyawan serta siswa yang ada di lembaga pendidikan islam tersebut. Adanya prestasi akademik maupun non akademik yang juga

NIM	18111110014	
NAMA	ELVI NURDINA	
FAKULTAS	TARBIYAH DAN KEGURUAN	
PROGRAM STUDI	S1 MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM	
PERIODE	20212	
JUDUL	manajemen humas dalam meningkatkan brand image di SMA DARUSSALAM Blokagung Tegalsari Banyuwangi Tahun Pelajaran 20212022	

No	Periode	Tanggal Mulai	Tanggal Selesai	Uraian Masalah	Bimbingan
1	20212	20 Juli 2022	20 Juli 2022	KESALAHAN	00
2	20212	14 April 2022	14 April 2022	BAB IV BAB V BABA VI ACC	ke 15
3	20212	10 April 2022	10 April 2022	BAB IV BAB V BAB VI Revisi	ke 14
4	20212	07 April 2022	07 April 2022	BAB IV + Penelitian	ke 13
5	20212	07 April 2022	07 April 2022	BAB IV + Penelitian	ke 13
6	20212	02 April 2022	02 April 2022	BAB I BAB II AB III ACC	ke 12
7	20212	25 Maret 2022	25 Maret 2022	BAB I, BAB II, BAB III Revisi	ke 11
8	20212	22 Maret 2022	22 Maret 2022	latar belakang skripsi	ke 10
9	20212	22 Januari 2022	22 Januari 2022	pembenahan	ke 9
10	20212	15 Januari 2022	15 Januari 2022	pembenahan plagiasi ke 2	ke 8
11	20212	08 Januari 2022	08 Januari 2022	pembenahan hasil plagiasai	ke 7
12	20212	01 Januari 2022	01 Januari 2022	cek plagiasi proposal	ke 6
13	20212	29 Desember 2021	29 Desember 2021	pembenahan latar belakang	ke 5
14	20212	22 Desember 2021	22 Desember 2021	kajian teori dan metode penelitian	ke 4
15	20212	19 Desember 2021	19 Desember 2021	konsultasi latar belakang	ke 3
16	20212	28 November 2021	28 November 2021	menyetorkan judul dan kerangka skripsi	ke 2
17	20212	12 November 2021	12 November 2021	pengajuan judul proposal skripsi	ke 1

DAFTAR WAWANCARA

MANAJEMNE HUMAS DALAM MENINGKATKAN BRAND IMAGE DI SMA DARUSSALAM BLOKAGUNG TEGALSARI BANYUWANGI TAHUN PEMBELAJARAN 2021-2022

1. Bagaimana manajemen humas di SMA Darussalam
2. Bagaimana manajemen humas dalam meningkatkan brand image di SMA Darussalam
3. Bagaimana *brand image* 3 tahun terakhir di SMA Darussalam
4. Apa peran di SMA Darussalam
5. Apa fungsi WKS humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam
6. Apa saja factor yang mendukung serta menghambat manajemen humas dalam meningkatkan *brand image* di SMA Darussalam
7. Siapa yang berperan dalam meningkatkan *brand image* SMA Darussalam
8. WKS apa saja yang ikut serta meningkatkan *brand image* SMA Darussalam

2. Daftar Nama Guru Dan Karyawan SMA Darussalam Blokagung
Tegalsari Banyuwangi Tahun 2022

Table 2.4 nama guru dan karyawan

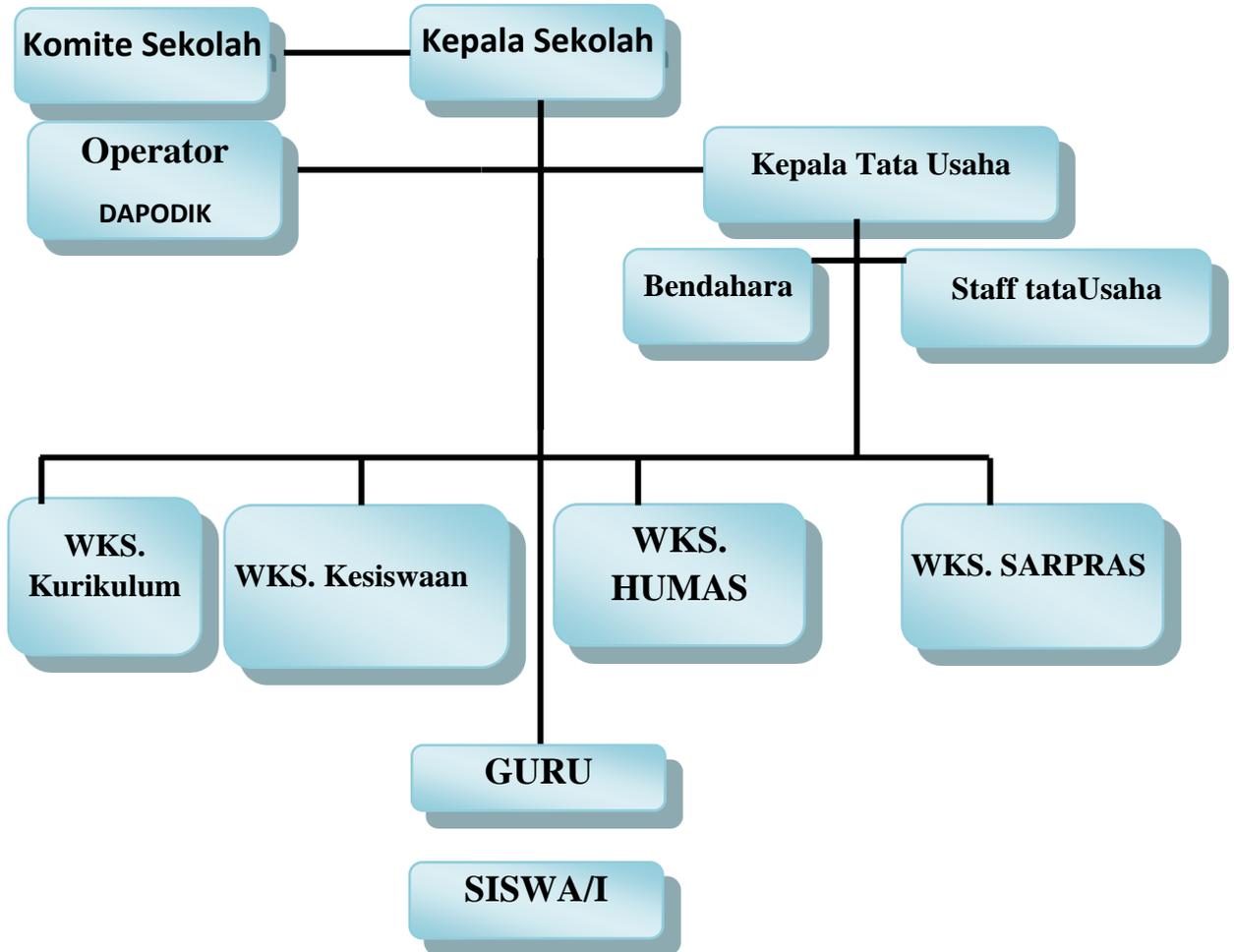
NO	NAMA GURU	JABATAN	KODE GURU	MAPEL
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	AFAN SUCIPTO, S.Pd	Kepsek	1	BK
2	ACH. MUZAKI, M.Pd I	TPM	6	Aswaja
3	NUR HAMID, S.Pd	WKS, Kur	2	PKN
4	KHANIFUL ADIB, S.Pd	Wks, Kesis	3	Penjas
5	MOHAMAD NASIR, S.Pd I	Wks, Sarpras	4	PAI
6	MOH ALI MURTADHO, S.Pd	Bendahara	5	Sej. Indo
				Antro
7	BAHROWI, S.Pd	Operator	7	Bhs. Indo
				Bhs. Ingg
8	LATIFATUL MUNAWAROH, S.Pd	Wali XII IIB	16	Bhs. Korea
				Mandarin
9	ULFA MAWADAH, S.Pd	Wali XII IIS 1	17	MTK P
10	LILIK SURYATI, M.Si	Wali XII MIPA 1	18	KIMIA
11	SUMIARSIH, S.Pd	Wali XII MIPA 2	19	Sastra Indo
				Bhs. Jawa
				Bhs. Indo
12	ANASTASYA PERDANA, S.Pd	Wali XII MIPA 3	20	BIO P
				BIO L
13	LUQMAN KHAKIM, S.Pd I	Wali XII MIPA 4	21	Aswaja
				PAI

14	GEDE JAWI PINTARA, S.Pd	Wali XII MIPA 5	22	FISIKA
15	MUH. JAMHARI, S.E	Wali XIIS 2 BK	23	Bhs. Jawa
				ASWAJA
				Eko Pem
16	MIMIN HABIBAH, S.Pd	Wali XI IIB	24	MTK w
17	REVANDA BIMANTARA, S.Pd	Wali XI IIS 1	31	Sej. Pem
				PPKn
18	ILLA ATMI JAYANTI, S.Si S.Pd	Wali XI MIPA 1	25	BIO P
19	EMISA UMAMI, S.E	Wali XI MIPA 2	26	Seni. Bud
				Eko P
20	SITI MUTMAINAH, S.Pd	Wali XI MIPA 3	27	Bhs. Ingg
21	IFAN SUFYAN AHMAD, S.Pd	Wali XI MIPA 4	10	Seni. Bud
22	ERMAWATI, S.Si S.Pd	Wali XI 5	29	MTK P
				MTK W
23	ANIS AMNAN M, S.T	Wali XI IIS 2 Wks Humas	30	KWU
24	SITI KHOTIJAH, S.Pd	Wali X IIB	8	Ingg Wjb
				Sastra Ing
25	CLARA ELIS YULITA, S.Pd	Wali X IIS 1	9	Sosio Lin
				Sosio Pem
26	FIRQOTUL MUSTHOFIAH, S.Pd	Wali X MIPA 1	39	Bhs. Indo
27	LATIFFATUN NASIROH, S.Pd	Wali X MIPA 2	11	Sej. Indo
28	M. ALI MAHSUN,	Wali X MIPA 3	37	PJOK
29	LATIFATUZZAHRO, S.Pd	Wali X MIPA 4	12	Kimia
30	AKHMAD JAENURI, S.Pd	Wali X MIPA 5	15	MTK P
				MTK W
31	RADITYO UTOMO, S.Pd	Wali X IIS 2	13	Geo. Pem

				Geo. Lin
32	SIAMI MASRUOH, S.Sos	Pem. OSIS PI	32	Sosio L
				Sosio P
33	MUH YUSUF, M.Pd I		33	TIK
34	SUHARNO, S.Pd		34	Bhs. Jpng
35	MUNAWAR, S.Pd		35	Bhs. Jawa
				Sast Indo
36	YUNUS ERDA M, S.Pd		14	Fisika
37	ALI HIJROH MUBAROK		38	TIK
38	IZMA CHOLIL RIF'AN AL HAFIDH, AM.d		36	Bhs. Man
				Prakarya
39	MUHAMMAD MA'RUF ARWANI, S.Pd		28	Bhs. Indo
				Sast Indo
40	KHOLIL FAWAID, S.sos.I		40	KA TU NU
41	M. ULIL ALBAB			Staff
42	AHMAD AZKAL AZKIYA',S.Pd			Staff

3. Struktur ketenagakerjaan di SMA Darussalam Blokagung Tegalsari

Banyuwangi tahun 2022



1. Data Struktur Kegiatan Ekstra SMA Darussalam Blokagung

Tegalsari Banyuwangi tahun 2022

Table 2.5 Data Struktur Kegiatan Ekstra Kurikuler Umum, Club, Agama Dan Kepramukaan

Sma Darussalam

TAHUN PELAJARAN 2021-2022

NO	NAMA	JABATAN	KETERANGAN
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
1	AFAN SUCIPTO, S.Pd	KEPALA SEKOLAH	
2	KHANIFUL ADIB, S.Pd	WKS.KESISWAAN	
3	GEDE JAWI PINTARA, S.Pd	SEKRETARIS	
4	EMISA UMAMI, SE	BENDAHARA	
5	MUNAWAR,S.Pd	PEM.OSIS PA	
6	SIAMI MASRUOH, S.Pd	PEM.OSIS PI	
A	ERMAWATI, S.Pd	KOORD.MIPA	
1		FISIKA	
2		MATEMATIKA	
3		KIMIA	
4		BIOLOGI	
B	RADITYO UTOMO, S.Pd	KOORD.SOCIAL	
1		SOSIOLOGI	
2		EKONOMI	
3		GEOGRAFI	
4		SEJARAH	
C	SITI KHODIJAH, S.Pd	KOORD. BAHASA	
1		BHS. INGGRIS	
2		BHS. MANDARIN	
3		BHS. JEPANG	
4		SASTRA INDONESIA	

D	SITI MUTMAINNAH, S.Pd	KOORD.AGAMA	
1		TAHFIDZUL QUR'AN	
2		TAHFIDZUL QUR'AN	
3		REBANA	
4		REBANA	
5		SYARKHIL QUR'AN	
6		SYARKHIL QUR'AN	
E	MIMIN HABIBAH , S.Pd	KOORD.EKSTRA UMUM	
1		PMR	
2		PMR	
3		TEATER	
4		TEATER	
5		TATA RIAS	
6		TATA RIAS	
7		TATA BOGA	
8		TATA BOGA	
9		TATA BOGA	
10		SENI LUKIS	
11		SENI MUSIK	
12		SENI TARI	
13		PERFILEMAN	
14		JURNALISTIK	
15		INSTALASI KOMPUTER	
16		ROBOTIK	
17		SEPAK BOLA	
18		BOLA VOLI	
19		ATLETIK	
20		BULU TANGKIS	
21		BULU TANGKIS	

22		PENCAK SILAT	
23		PENCAK SILAT	
F	GEDE JAWI PINTARA, S.Pd	KOORD.PRAMUKA	
1	KHANIFUL ADIB, S.Pd	PEMBINA PRAMUKA	
2	KAK Wafa	PEMBANTU PRAMUKA	
3	KAK AZKAL	PEMBANTU PRAMUKA	
4	KAK DIAN	PEMBANTU PRAMUKA	
5	KAK HANNA	PEMBANTU PRAMUKA	

2. Daftar Prestasi Siswa SMA Darussalam

**Table 2.6 Daftar Prestasi Siswa SMA Darussalam
Tahun Pelajaran 2018 – 2022**

NO	NAMA	JENIS LOMBA	TINGKAT	JUARA
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
1	ZULFI WAKHIDATUS S	ASWAJA	MATAN	MURNI
2	VINA ROHMATUL FITRIYAH	ASWAJA	PROPINSI	MURNI
3	ZULFI WAKHIDATUS S	BIOLOGI	PROVINSI	2 HARAPAN
4	A'QIL SIROJ ASIDIKI	MATEMATIKA	KABUPATEN	2 HARAPAN
5	SITI LAILATUN NIKMAH	BHS INGGRIS	KABUPATEN	1 MURNI
6	MAHASIN HAIKAL A	KITAB ARBAUN NAWAWI	PROVINSI	1 HARAPAN
7	AJI NUR PRASETYO	KITAB ARBAUN NAWAWI	PROVINSI	2 HARAPAN
8	DIAN AYU AROMAWATI	REBANA (FESTIVAL RAMADHAN)	PROVINSI	1 MURNI
9	ADAM DAMIRI	TIM PMR (KEPALANG MERAH)	PROVINSI	2 MURNI

10	ADAM DAMIRI	TIM PMR (KESEHATAN REMAJA)	PROVINSI	3 MURNI
11	TIM PMR WIRA SMA DARUSSALAM (JUARA UMUM)		PROVINSI	2 MURNI
12	ULWAN KURNIAWAN	LKBB PUTRA (LOMBA KREASI BARIS BERBARIS)	KABUPATEN	3 MURNI
13	DIAN NUR HIDAYATI	LKBB PUTRI (LOMBA KREASI BARIS BERBARIS)	KABUPATEN	3 MURNI
14	CHAERANI	REBANA QOTRUNNADA PUTRI	KABUPATEN	1 MURNI
1	2	3	4	5
15	FAJJIN AMIQ	REBANA MUSYTAQ JIDDAN PUTRA	KABUPATEN	2 MURNI
16	MUCHAMMAD CHALWA MA'SUM	CERAMAH AGAMA (PIDATO) PUTRA	KABUPATEN	1 MURNI
17	ALMIRA ZATA AMANI	CERAMAH AGAMA (PIDATO) PUTRI	KABUPATEN	3 MURNI
18	ITTAQI TAFUZI AL-KAILUFI	MTQ PUTRI	KABUPATEN	1 MURNI
19	KAVIN MAULANA ILHAMI	TIM TEATER SAKLAR PUTRA	KABUPATEN	3 MURNI
20	FARAH SALSABILA	CERAMAH TEMA KESEHATAN	KABUPATEN	1 MURNI
21	NUR WAHYUDI	GREAT TERBAIK LOMBA PMR	PROVINSI	1 MURNI
22	M. HUNIM	TIM PMR (KESEHATAN REMAJA)	PROVINSI	3 MURNI
23	IHZA FAHIMUL LU'AYIN AL HARIS	TIM PMR (KREASI DAUR ULANG)	PROVINSI	3 MURNI

24	AGUNG BUDI PRASETYO S	LKBB PUTRA (LOMBA KREASI BARIS BERBARIS)	KABUPATEN	3 MURNI
25	ALBAET AL FARIS	PERWAKILAN PRAMUKA RAIDA (JAWA TIMUR)	PROVINSI	
26	M SYAHRUL FIKRI HABIBI	KEPRAMUKAAN KEBANGSAAN SE JAWA TIMUR	PROVINSI	
27	M. ILYAS FAISAL ADAM	LDKS KEPEMIMPINAN SISWA SE JAWA TIMUR	PROVINSI	
28	MUHAMMAD IHSAN AZZUKHRUF		PROVINSI	
1	2	3	4	5
29	ALMIRA ZATA AMANI	LOMBA KARAOKE BHS. MANDARIN	PROVINSI	2 MURNI
30	NURIL AIFIFAL WAHYU	LOMBA KALIGRAFI ARAB	KABUPATN	1 MURNI
31	MUHAMMAD IHSAN AZZUKHRUF	LOMBA KALIGRAFI ARAB	KABUPATN	2 MURNI
32	M MAHRUS ASRORI	CERAMAH AGAMA (PIDATO) PUTRA	KABUPATEN	2 MURNI
33	KHOIRUL AZIZ	MHQ PUTRI	KABUPATEN	2 MURNI
34	NABILA TSABITHA ULIN NUHA	MTQ PUTRI	KABUPATEN	3 MURNI
35	FARAH SALSABILA	REBANA QOTRUNNADA PUTRI	KABUPATEN	1 MURNI
36	TIM OLIMPIADE PAI SMA DARUSSALAM (JUARA UMUM)		KABUPATEN	2 MURNI

(Sumber : Profil SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi)

3. Data Siswa lolos SNMPTN

Table 2.7 Data Siswa Tahun Pembelajaran 2021/2022

NO	NAMA/ KELAS	NISN	PERGURUAN TINGGI / JURUSAN
1	DINDA AYUDYA CAMILA (XII BAHASA)	0021454710	(UDAYANA BALI) SASTRA INGGRIS
2	ANIS SYAVIRA AVIVATU ZAHRA (XII MIPA 1)	0016419456	(UNEJ) BIOLOGI
3	IGA BERLIAN PUSPITASARI (XII MIPA 1)	0010640454	(UNEJ) MATEMATIKA
4	RATNA LINDASARI (XII MIPA 2)	0017653804	(UNEJ) KIMIA
5	AZYAN MAULIDI ASYRAF (XII MIPA 4)	0024510973	(UIN SURABAYA) HUBUNGAN INTERNASIONAL
6	AULIAN MILKI TOHA LAROBI (XII IPS)	0023430610	(UNEJ) SOSIOLOGI
7	FAIRUZ SALSABILA (XII BAHASA)	0022618008	(UNAIR SURABAYA) SASTRA JEPANG

(Sumber : Profil SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi)

4. Data Siswa Peserta Didik Baru

Tabel 2.8 Jumlah Penerimaan Peserta Didik Baru

Tahun	Smp Plus Darussalam	Mts A	SMP/MTS Luar	Jumlah
2019-2020	55	44	111	210
2020-2021	55	50	120	225
2021-2022	70	43	124	271

(Sumber : Profil SMA Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi)

BIODATA PENULIS



Nama : Elvi Nurdina
Tempat/ Tanggal lahir : Banyuwangi, 31 Mei 1999
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat lengkap : Dsn. Krajan, Ds. Watukebo, Rt 02, Rw 06
Kec. Blimbingsari, Kab. Banyuwangi, Prov.
Jawa Timur

Riwayat pendidikan

1. TK Dharmawanita 2 (2004 - 2006)
2. SDN 1 Watukebo (2006 – 2012)
3. SMPN 2 Rogojampi (2012 – 2015)
4. SMAN Darussolah Singojuruh (2015 – 2018)
5. IAI Darussalam (2018 – sekarang)
6. PP. Darussolah Gumirih Singojuruh (2015 – 2018)
7. PP. Darussalam Putri Utara Blokagung (2018 – sekarang)