



tersebut juga guna mencari tahu akar dari permasalahan yang ada dan dicarikan solusinya. Dalam pengambilan suatu keputusan waka humas MAN Sidoarjo haruslah mempertimbangkan banyak hal, baik itu manfaatnya, resikonya, jumlah anggaran yang tersedia, maupun tenaga pelaksana yang ada. Pengambilan keputusan terkait dengan menentukan strategi mengenai segala sesuatu yang berhubungan dengan MAN Sidoarjo melibatkan beberapa pihak terkait, yaitu komite dan para pimpinan MAN Sidoarjo.

Selain itu untuk mengambil keputusan juga dapat melibatkan wali murid, jika masalah yang dihadapi adalah masalah siswa. Peneliti berkesempatan melihat diadakannya pertemuan dengan wali murid dari murid yang bersangkutan, humas memberikan pandangan-pandangan atau solusi bagaimana baiknya kedepannya, jika tidak sanggup diatasi sekolah, maka anak tersebut akan dikembalikan pada orang tuanya.

Peneliti juga melihat saat membicarakan permasalahan dengan wali murid terlihat suasana yang tegang namun santai, pembicaraan pun tidak dilakukan di ruang BP namun di ruang tata usaha. Setelah membicarakan dengan orang tua murid tentang permasalahan yang ada pada anaknya, humas MAN Sidoarjo juga kembali diskusi informal, karena tidak dalam bentuk rapat. Diskusi dilakukan dengan beberapa guru yang terkait dengan murid tersebut. Dan mereka pun terlihat saling megungkapkan pandangan atau pendapatnya. Ini dilakukan agar permasalahan yang ada dapat jelas dan









anggaran yang ada, maka pihak MAN Sidoarjo menggunakan media internet sebagai media untuk menyampaikan informasi keluar pada masyarakat atau publiknya. Segala sesuatu yang berkaitan dengan MAN Sidoarjo dapat diakses dengan bebas dan sembarang orang melalui websitenya dan blog MAN Sidoarjo. Bahkan organisasi siswa paling tinggi di sekolah yaitu OSIS juga mempunyai blog sendiri yang di kelola dan dihias sedemikian rupa oleh pihak OSIS sendiri. Jadi masyarakat atau publik tidak perlu susah payah dalam mencari info mengenai MAN Sidoarjo. Informasi yang keluar atau masuk bertujuan untuk menjalin hubungan yang baik dan saling pengertian antara organisasi atau lembaga dengan publiknya.

Segala informasi yang berkaitan dengan MAN disampaikan pada *public*, guna publik dapat mengetahui segala sesuatu tentang MAN Sidoarjo. Karena juga tugas dari seorang humas atau *public relations* berfungsi sebagai jembatan informasi antara organisasi atau lembaga yang menaunginya dengan publiknya. Terutama informasi mengenai segala sesuatu yang dapat menunjang meningkatnya kepercayaan.

Sedangkan penyampaian informasi pada *public internal* humas MAN Sidoarjo menggunakan media untuk menyampaikan informasi adalah melalui majalah sekolah, el-manzil. Melalui internet yaitu websites atau blog MAN Sidoarjo atau OSIS MAN Sidoarjo, atau dapat juga menggunakan *loudspeaker* saat mengumumkan sesuatu pada waktu upacara maupun saat di

kelas, dan sebagainya. Selain menggunakan media dapat juga secara *face to face* atau bertemu langsung dengan humas.

Informasi prestasi murid-murid MAN Sidoarjo yang membanggakan juga turut menjadi strategi utama humas MAN Sidoarjo. Hal ini dapat dilihat dari informasi yang keluar untuk publiknya. Tidak hanya melalui majalah sekolah, internet dengan *websites* atau blog sekolah dan OSIS, namun juga ada cara lain. Memanfaatkan moment wisuda perpisahan kelas XII. Seperti saat wisuda perpisahan kelas XII MAN Sidoarjo yang diadakan pada tanggal 2 juni 2012.

Informasi yang masuk dari publik internal maupun eksternal dapat masuk melalui datang dan bertemu secara datang langsung ke MAN untuk bertemu dengan pihak yang terkait.dengan pihak MAN terkait atau *face to face*, telepon ke MAN Sidoarjo, atau melalui *website* MAN Sidoarjo yang tersedia.

*Moment* atau saat wisuda dimanfaatkan sebagai salah satu media menyampaikan informasi pada publiknya. Mengumumkan tentang prestasi-prestasi yang diraih oleh murid-murid MAN. Selain mengumumkan bahwa telah memenangkan beberapa lomba atau olimpiade, juga mengumumkan nama-nama murid yang telah berhasil masuk diterima di beberapa universitas favorit. Wali murid kelas XII yang datang dimanfaatkan oleh humas untuk menyampaikan informasi.





pihak yang terkait dikumpulkan dan diajak bicara bersama tentang masalah yang ada dan segera dicarikan solusinya.

Berdasarkan dari hasil wawancara, ungkapan narasumber menunjukkan bahwa strategi dalam menjalin hubungan yang baik adalah dengan memanfaatkan beberapa *moment*. *Moment* yang dimanfaatkan antara lain saat SKAL atau study tour, halal bihalal, buka bersama, serta Idul Adha. *Moment study tour* atau di MAN lebih dikenal dengan sebutan SKAL (studi kenal alam dan lingkungan) melibatkan seluruh guru-guru dan siswa kelas XI, untuk acara halal bihalal merupakan saat yang dirasa tepat, karena sudah tidak bertemu selama bulan puasa ramadhan, dan suasananya penuh haru untuk saling memaafkan. Kemudian buka bersama juga merupakan suatu *moment* yang dapat mempererat tali silaturahmi. Berkunjung ke rumah komite juga merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan yang baik. Acara buka bersama dihadiri oleh segenap guru beserta keluarganya. Harapannya adalah tercipta hubungan yang baik tidak hanya dengan guru namun juga beserta keluarganya.

Adapun selain memanfaatkan moment-moment tersebut peneliti juga mengamati dan mendapati bahwa terdapat saat-saat lain yang digunakan dalam menjalin dan membina hubungan baik tersebut. Peneliti mengamati humas dalam berkomunikasi dengan publik internal, misalnya dengan guru. Perbincangan yang dilakukan tidak

hanya saat rapat. Namun juga pada saat santai. Saat santai atau istirahat, saat-saat tersebut digunakan karena suasananya terkesan tidak kaku atau tegang seperti saat rapat. Waktu istirahat dipergunakan dengan perbincangan santai, dan satu sama lain dapat sharing tentang segala sesuatu. Diruang waka terdapat *orgen*, yang dimainkan oleh salah satu guru yang pandai memainkannya yaitu bapak M. Ilyas, S.Pd. Bermain piano tersebut akan mengusir kepenatan yang ada, dan suasana pun akan cair. Sehingga perbincangan juga akan lebih santai, namun juga tetap serius.

b. Menjalin hubungan dengan *public external*

Selain komunikasi dengan *publik internal* juga perlu dilakukan komunikasi dengan *public external*. Jadi tidak hanya didalam saja dilakukannya strategi, diluar juga perlu dilakukan, agar seimbang jadinya. Untuk mengubah pandangan masyarakat dengan membuat citra bahwa MAN Sidoarjo anak didiknya dapat berprestasi dan tidak kalah dengan SMA Negeri yang lainnya, tidak hanya dari *public internal* saja tapi juga dari *public externalnya*.

Jika membina hubungan dengan *public internal* ialah memanfaatkan *moment*, begitu pula dengan *public external*. Berdasarkan dari hasil wawancara dapat di ketahui bahwa hari raya Idul Adha merupakan salah satu *moment* yang dipilih untuk membina hubungan dengan *public external*. Hari raya Idul Adha melibatkan masyarakat





organisasi atau lembaga, agar keberadaannya ditengah-tengah masyarakat dapat tetap diperhitungkan.

Dengan adanya kepercayaan, maka akan terjalin hubungan yang baik dengan publiknya. Seorang humas bertugas untuk meningkatkan kepercayaan publik pada organisasi atau lembaga yang menaunginya. Agar terjalin hubungan yang baik dengan publiknya, sehingga organisasi atau lembaga dapat menerima pengertian dan penerimaan publik.

Untuk dapat mencapai hal tersebut maka diperlukannya sebuah strategi. Menurut pandangan manajemen strategi merupakan upaya pengembangan organisasi atau lembaga dalam lingkungan eksternal yang kompetitif untuk mencapai tujuan atau sasaran lembaga atau organisasi. Strategi dibutuhkan guna sebagai cara yang telah direncanakan dengan matang, dan juga karena adanya perkembangan zaman yang kini teknologi semakin maju maka strategi diperlukan.

Seperti yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya, bahwa strategi mempunyai pengertian yang terkait dengan kemenangan, kehidupan atau daya juang merupakan salah satu cara bagaimana seseorang, kelompok, organisasi atau lembaga dapat mempertahankan diri guna mencapai tujuan yang diinginkan.

Jadi strategi direncanakan sebagai cara untuk mencapai tujuan akhir suatu organisasi atau lembaga yaitu bertahan. Tugas seorang humas yang mewakili lembaga atau organisasi yang menaunginya tersebut dalam menemukan strategi terbaik untuk dapat bertahan.

Teori ini juga untuk menjelaskan proses dimana organisasi dan anggota organisasi beradaptasi dengan kondisi sosial di sekitar. Teori evolusi sosiokultural mempelajari perubahan yang dibuat oleh individu dalam perilaku dan harapan sosial untuk beradaptasi terhadap perubahan dalam lingkungan sosial. Teori evolusi *sosio cultural* ini juga digunakan untuk menggambarkan interaksi sosial yang terjadi di dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memahami informasi. Yaitu bagaimana organisasi atau lembaga tersebut dapat memahami serta mengelola informasi yang diterima dari publik agar dapat memahami keadaan dimasyarakat guna mengambil langkah selanjutnya untuk menentukan strategi apa yang akan diambil atau dipilih.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang terjadi di MAN Sidoarjo. Berdasarkan dari hasil wawancara dan observasi peneliti, pada saat ada masalah, semua yang informasi yang diterima dikelola dan dianalisa, kemudian segera dirapatkan guna mencari pemecahan masalah atau solusi untuk masalah tersebut, serta menentukan langkah atau strategi yang akan dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut.

Informasi yang diperoleh oleh MAN Sidoarjo, yaitu MAN Sidoarjo selama ini merupakan sekolah yang di nomor duakan karena kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap MAN, dianggap ketinggalan zaman, tidak dapat berprestasi dan lulusannya tidak bisa masuk perguruan tinggi. Berdasarkan itu maka pihak MAN Sidoarjo perlu dilakukan tindakan untuk konversi atau perubahan. Pandangan masyarakat itulah yang membuat rasa percaya yang dimiliki





organisasi atau lembaga jika tidak dapat melakukan tindakan, inovasi, konversi atau perubahan dalam zaman yang semakin maju dan penuh tantangan, serta tidak dapat beradaptasi karenanya maka akan mengakibatkan tereliminasi perusahaan, organisasi atau lembaga tersebut di tengah-tengah masyarakat.

Perubahan yang dilakukan MAN Sidoarjo untuk mengubah pandangan masyarakat Sidoarjo, guna meningkatkan kepercayaan masyarakat Sidoarjo. Pandangan masyarakat selama ini ialah menganggap bahwa MAN hanya akan mengajarkan ilmu agama, alumninya tidak dapat masuk perguruan tinggi negeri favorit, ketinggalan jaman, dan tidak berprestasi. Pihak sekolah yang menyadari bahwa MAN kurang dipercaya masyarakat, dan masyarakat lebih percaya pada SMA Negeri lainnya, berdasarkan jumlah murid yang mendaftar di PSB (penerimaan siswa baru), sadar sekolah harus segera bertindak. Maka disusunlah strategi agar MAN Sidoarjo dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat. agar dapat bertahan di masyarakat. Jika tidak ada murid lagi yang sekolah di MAN karena kurangnya atau habisnya rasa percaya masyarakat terhadap MAN Sidoarjo, maka MAN Sidoarjo keberadaannya tidak akan diperlukan lagi oleh masyarakat, dan keberadaannya akan hilang.

Kurangnya rasa percaya masyarakat terhadap MAN Sidoarjo karena citra dan opini yang selama ini berkembang di masyarakat adalah negatif. MAN yang menginginkan kepercayaan masyarakat meningkat, dengan mengambil langkah konversi atau perubahan dengan mengubah pandangan masyarakat tersebut menjadi lebih baik. Citra dan opini yang ingin ditimbulkan adalah MAN Sidoarjo

tidak kalah dari SMA Negeri lainnya, dapat berprestasi, alumninya dapat masuk perguruan tinggi negeri favorit, tidak ketinggalan zaman serta MAN Sidoarjo merupakan sekolah *plus* yaitu selain menerima pelajaran umum namun juga menerima ilmu agama. Harapan MAN adalah alumninya tidak hanya pandai ilmu umum dan sosial saja namun juga mempunyai *attitude* dan akhlak yang baik. Strategi yang digunakan oleh MAN adalah dengan menunjukkan bahwa MAN juga dapat berprestasi, alumninya dapat masuk perguruan tinggi negeri Sidoarjo, dan tidak kalah dengan SMA Negeri lainnya.

Untuk menunjukkan hal tersebut pada masyarakat, maka strategi MAN yaitu mengikutkan siswa dan siswinya untuk mengikuti lomba atau olimpiade, baik itu dalam bidang akademik maupun non akademik,serta lomba tingkat kabupaten, provinsi maupun nasional. Bekerjasama dan menjalin hubungan dengan perguruan tinggi, mengadakan kegiatan-kegiatan positif untuk menjalin hubungan yang baik dengan publiknya.

Penginformasian pada masyarakatpun menjadi bagian dari strategi dari humas. Informasi disampaikan pada publiknya melalui media massa. MAN Sidoarjo memilih untuk menyampaikan melalui sepanduk, majalah sekolah El-Manzil yang terbit setahun sekali dan melalui internet.

Berdasarkan faktor anggaran MAN lebih memilih untuk menyampaikan segala informasi melalui *website* atau blog MAN, karena melalui dunia maya atau internet lebih menghemat biaya, jangkauan luas dang mengikuti zaman yang telah maju.

Selain melalui internet, peneliti juga melihat strategi yang dilakukan oleh humas dalam menyampaikan informasi tentang prestasi yang telah diraih oleh murid-murid MAN juga disampaikan melalui *moment* wisuda perpisahan kelas XII seperti wisuda yang telah dilaksanakan pada tanggal 2 Juni 2012. Dalam acara tersebut disampaikan mengenai segala prestasi yang telah diraih oleh murid-murid MAN Sidoarjo dan mengumumkan siapa saja yang telah berhasil masuk perguruan tinggi negeri favorit. Harapan humas MAN Sidoarjo menyampaikan hal tersebut di *moment* wisuda perpisahan adalah untuk membuat bangga para orang tua dan untuk dapat disalurkan ke orang lain lewat mulut ke mulut.

Hal-hal di atas merupakan cara yang dilakukan oleh humas dalam upaya untuk mengubah pandangan masyarakat terhadap MAN Sidoarjo selama ini. Untuk tujuan akhir yaitu bertahan, maka perlu untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat Sidoarjo. Sehingga para orang tua yakin dan percaya untuk menyekolahkan anak-anaknya di MAN Sidoarjo.

Perubahan tersebut merupakan usaha atau upaya yang dilakukan oleh MAN Sidoarjo agar dapat mencapai tujuan akhirnya yaitu bertahan di tengah-tengah situasi yang penuh persaingan. Agar dapat bertahan maka yang awalnya rasa percaya masyarakat terhadap MAN Sidoarjo kurang menjadi meningkat, perlu diadakan perubahan yaitu mengubah pandangan masyarakat Sidoarjo yang selama ini negatif menjadi positif.

Jadi usaha yang dilakukan oleh MAN merupakan upaya untuk dapat bertahan ditengah-tengah masyarakat dengan beradaptasi atau menyesuaikan diri

dengan keadaan, dengan menyadari bahwa orang tua ingin mengetahui bahwa MAN memang sekolah yang baik bagi anak-anaknya. Mengikuti zaman dengan menggunakan internet sebagai media penyampaian informasi, meningkatkan kualitas siswa dan guru, memperhatikan sarana dan prasarana, semuanya itu adalah upaya dalam menimbulkan citra dan opini yang positif sehingga kepercayaan masyarakat terhadap MAN Sidoarjo meningkat.

Berdasarkan data yang didapat, terjadinya perubahan yang signifikan dalam penerimaan siswa baru. Pada tahun 2009 yang mendaftar sejumlah 600 anak, tahun 2010 berjumlah 800 dan pada tahun 2011 menjadi 1250. Hal ini menunjukkan usaha strategi humas MAN dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat Sidoarjo berhasil, dari data yang menunjukkan kenaikan atau meningkatnya jumlah siswa yang mendaftar tersebut dapat diketahui bahwa masyarakat telah percaya pada MAN Sidoarjo.