

**BRAND IMAGE PUBLIC RELATIONS
SMA AL MUNIROH SEBAGAI
SEKOLAH STANDAR NASIONAL (SSN)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)
Dalam Bidang Ilmu Komunikasi



PERPUSTAKAAN	
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
NO. REG	: D-2012/ KOM/ 044
ASAL BUKU :	
TANGGAL :	

Oleh:

Muqoddimatus Shiyami
NIM. B06208138

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JULI 2012**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MUQODDIMATUS SHIYAMI
NIM : B06208138
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Public Relations
Alamat : Jl. Kramat Timur Ds. Pangkahkulon Kec. Ujungpangkah
Kab. Gresik 61154

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapat gelar akademik apapun
- 2) Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain
- 3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi

Surabaya, 15 Juni 2012

Yang Menyatakan,

METERAI
TEMPEL
PAKAI BERBANYAK BANGSA
TGL 20

8C3A0AAF925496355

6000

ENAM RIBU RUPIAH
DJP



(Muqoddimatus Shiyami)

NIM. B06208138

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : MUQODDIMATUS SHIYAMI
NIM : B06208138
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : *Brand Image Public Relations SMA Al Muniroh Sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN)*

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 15 Juni 2012

Dosen Pembimbing,



Moch. Choirul Arif, S. Ag, M.Fil.I
NIP: 19711017 199803 1 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Muqoddimatus Shiyami ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 12 Juli 2012

Mengesahkan
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Fakultas Dakwah



Dekan,

Dr. H. Aswadi, M.Ag.
NIP. 19600412 199403 1 001

Ketua,

Moch. Choirul Arif, S. Ag., M.Fil.I
NIP: 19711017 199803 1 001

Sekretaris,

Muchlis, S. Sos. I., M.Si
NIP. 19791124 200912 1 001

Penguji I,

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si.
NIP. 19540907 198203 003

Penguji II,

Yusuf Amrozi, M. MT
NIP. 19760703 200801 014

pembentukan opini publik yang baik serta evaluasi terhadap upaya tersebut untuk perkembangan organisasi.

Dalam hal ini keberadaan *public relations* menjadi penting dan diperhitungkan, karena jika lembaga pendidikan tersebut ingin *survive* dilingkungan publik maka suatu lembaga pendidikan perlu memperhitungkan interaksinya dengan publik. Interaksi ini adalah upaya untuk saling memahami dalam konteks transaksi kepentingan diantara keduanya, agar bisa saling menguntungkan dan menjadi jembatan komunikasi yang baik diantara keduanya dalam rangka mencapai perkembangan dinamis. Hubungan yang baik diantara kedua belah pihak tersebut khususnya bagi organisasi sekolah akan menjadi citra yang baik. Dimana citra yang baik adalah peluang dan potensi yang akan meningkatkan akses publik terhadap sekolah, berkaitan dengan apa yang saling dipertukarkan diantara keduanya.

Demikian pula dengan SMA Al Muniroh Ujungpangkah, Sekolah ini berdiri ditengah komplek pendidikan baik unit pendidikan formal maupun informal yang bernaung di Yayasan Pendidikan Pondok Pesantren (YPPP) Al-Muniroh Ujungpangkah Gresik. Secara keseluruhan Yayasan Pendidikan Pondok Pesantren Al-Muniroh memiliki berbagai unit pendidikan mulai dari PAUD sampai MA dan SMA.

Ketika SMA Al Muniroh berstatus terakreditasi B, unit sekolah yang lain baik itu PAUD, MI, MTS, dan MA terakreditasi A. tetapi dalam kurun waktu yang singkat, yakni selama dua tahun setelah pergantian kepala sekolah beserta jajarannya SMA tersebut dapat membuktikan pada publik

serta pihak yayasan bahwa SMA Al Muniroh berstatus Sekolah Standar Nasional (SSN) dan lebih maju serta unggul dari unit pendidikan lain, khususnya yang bernaung di YPPP Al Muniroh, mulai dari fasilitas sampai dengan sarana pra sarana yang tersedia. Selain itu, banyak prestasi yang diraih oleh SMA Al Muniroh baik prestasi akademik maupun non akademik diantaranya adalah juara 2 Pelajar Teladan tingkat Kabupaten Gresik, juara 2 Panjat Dinding tingkat Kabupaten Gresik, juara 2 Gerak Jalan Balongpanggang Gresik, juara 3 Teater tingkat Kabupaten Gresik, juara 3 Lomba Baca Cerita Singkat tingkat Kabupaten Gresik serta berhasilnya melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri (PTN) melalui jalur beasiswa, dll.

SMA Al Muniroh merupakan sekolah SMA pertama di kecamatan Ujungpangkah. Sejak didirikannya hingga saat ini, SMA tersebut berjalan dengan lancar dan selalu mengembangkan diri menjadi sekolah yang bisa menjadi tauladan bagi sekolah yang lainnya. Di tahun 2009, SMA Al-Muniroh Ujungpangkah telah diakui oleh Dinas Pendidikan Nasional (Diknas) dengan status menjadi Sekolah Standar Nasional (SSN), tiga tahun kedepan berdasarkan perencanaan sekolah ini diarahkan kepada Rintisan Sekolah Berstandar Internasional (RSBI).

Berdasarkan hal tersebut peneliti berasumsi bahwa sekolah SMA Al Muniroh melakukan langkah strategis dalam menguatkan status akreditasinya, fenomena ini yang menarik peneliti untuk melihat lebih jauh tentang strategi yang dilakukan SMA Al Muniroh.

Secara internal, strategi dijalankan pada dua aspek yaitu menguatkan loyalitas dan kesadaran organisasi. Secara eksternal, strategi dijalankan untuk memperlihatkan kesan (citra positif) tentang kualitas SMA Al Muniroh sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN) kemudian dilanjutkan dengan melakukan asosiasi citra. Kedua strategi ketika dijalankan akan menghasilkan citra positif (*brand image*) SMA Al Muniroh sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN).

Dengan penelitian ini akan secara detail memberikan gambaran bagaimana citra tersebut dari sebuah strategi *brand image*.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis Penelitian

Dalam penelitian ini berjenis penelitian kualitatif, karena metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati atau diarahkan pada latar dan individu secara holistik. Penelitian kualitatif mempunyai tujuan agar peneliti lebih mengenal lingkungan penelitian, dan dapat terjun langsung kelapangan. Jenis kualitatif ini lebih menekankan makna daripada hasil suatu aktivitas, karena dalam melakukan penelitian ini peneliti bukan sebagai orang ahli tetapi orang yang belajar mengenai suatu obyek penelitian. Dengan menggunakan jenis penelitian ini, dapat diketahui bagaimana Strategi

Teknik analisis data dalam hal ini dilakukan setelah data-data diperoleh melalui teknik observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Kemudian data-data tersebut dianalisis secara saling berhubungan untuk mendapat dugaan sementara, yang dipakai dasar untuk pengumpulan data berikutnya, lalu dikonfirmasi dengan informan secara terus menerus secara triangulasi.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan data dibutuhkan teknik pengecekan keabsahan data. Cara untuk memperoleh keabsahan data antara lain:

1. Ketekunan Pengamatan

Peneliti hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol. Selama di lapangan peneliti menggunakan waktu sebaik mungkin dan tekun mengamati dan memusatkan perhatian pada hal-hal yang relevan dengan focus masalah. Hal ini dilakukan dengan cara kontinyu dengan menelaah faktor-faktor yang dikemukakan secara rinci agar dapat dipahami dan dimengerti.

2. Triangulasi

Setelah data terkumpul melalui berbagai proses pencarian data yang valid, kemudian peneliti melanjutkan dengan memeriksa keabsahan data. Disini peneliti melakukan *cross chek* data-data yang sudah terkumpul dengan melakukan wawancara dengan para staf yang bersangkutan dengan

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. *Brand Image Public Relations*

a. Pengertian *Brand Image*

Brand Image dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Brand* (merek): merupakan salah satu bagian terpenting dari suatu produk. Merek dapat menjadi nilai tambah bagi produk, baik itu produk yang berupa barang maupun jasa.

Merek adalah suatu nama, simbol, tanda desain atau gabungan di antaranya untuk dipakai sebagai identitas suatu perorangan, organisasi, atau perusahaan pada barang dan jasa yang dimiliki untuk membedakan dengan produk jasa lainnya.

- 2) *Image* (citra): Kotler dan Fox¹ mendefinisikan citra sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.

¹ Sutisna. *Perilaku konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001) hlm. 83

- a. *Fact Finding*, yaitu mencari dan mengumpulkan fakta/data sebelum melakukan tindakan.
- b. *Planning*, yaitu berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah.
- c. *Communicating* adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta/data, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.
- d. *Evaluation* adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Evaluasi dapat dilakukan secara kontinyu. Hasil evaluasi ini menjadi dasar kegiatan *public relations* berikutnya.

Menciptakan *image* perusahaan atau lembaga (*corporate image*) yang merupakan tujuan akhir dari suatu aktivitas program kerja *public relations* untuk keperluan publikasi maupun untuk promosi. Peranan *public relations* mencakup bidang yang luas menyangkut hubungan dengan berbagai pihak dan tidak hanya sekedar berbentuk *relations* arti sempit, karena *personal relations* mempunyai peranan yang cukup besar dalam cara kerja *public relations*.

e. **Public Relations Sebagai Media Pembentuk *Image* (Citra)**

Ada dua hal upaya yang dilakukan SMA Al Muniroh dalam mempercepat kemajuan yakni *branding* untuk meningkatkan pencitraan sekolah dan pendidikannya. Keberadaan *branding* sangat vital untuk suatu lembaga pendidikan, hampir setiap lembaga pendidikan saat ini mempunyai *branding*, hal tersebut dilakukan agar lembaga pendidikan mempunyai ciri khas tersendiri dimata masyarakat.

Dengan adanya *branding* (pencitraan), maka lembaga pendidikan akan semakin mantap untuk memajukan pendidikannya, karena alasan inilah SMA Al Muniroh berusaha semaksimal mungkin memajukan dan mengembangkan prestasi dan fasilitasnya sehingga SMA Al Muniroh bisa mewujudkan *image* sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN).

Public relations (humas) merupakan media pembentuk *image* (citra), hal ini dimaksudkan karena tujuan sentral humas adalah mengacu kepada kepentingan pencapaian sasaran (target) atau tujuan untuk menciptakan suatu citra dan reputasi positif suatu lembaga. Jika *image* SMA Al Muniroh sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN) ini positif, maka semua hal yang berindetitas SMA Al Muniroh juga akan positif.

Pembentukan, pemeliharaan, peningkatan citra dan reputasi positif harus didukung kebijakan dan komitmen pimpinan puncak, instansi dan semua unsur. Kemampuan berkomunikasi, baik melalui lisan maupun tulisan

- a. Standar isi adalah ruang lingkup materi dan tingkat kompetensi yang dituangkan dalam kriteria tentang kompetensi tamatan, kompetensi bahan kajian, kompetensi mata pelajaran, dan silabus pembelajaran yang harus dipenuhi oleh peserta didik pada jenjang dan jenis pendidikan tertentu.
- b. Standar kompetensi lulusan adalah kualifikasi kemampuan lulusan yang mencakup sikap, pengetahuan, dan keterampilan.
- c. Standar pendidik dan tenaga kependidikan adalah kriteria pendidikan prajabatan dan kelayakan fisik maupun mental, serta pendidikan dalam jabatan.
- d. Standar proses adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan pelaksanaan pembelajaran pada satu satuan pendidikan untuk mencapai standar kompetensi lulusan.
- e. Standar sarana dan prasarana adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan kriteria minimal tentang ruang belajar, tempat berolahraga, tempat beribadah, perpustakaan, laboratorium, bengkel bekerja, tempat bermain, tempat berkreasi dan berekreasi, serta sumber belajar lain, yang diperlukan untuk menunjang proses pembelajaran, termasuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.
- f. Standar pengelolaan adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pendidikan pada tingkat satuan pendidikan, kabupaten/kota,

provinsi, atau nasional agar tercapai efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pendidikan.

- g. Standar pembiayaan adalah standar yang mengatur komponen dan besarnya biaya operasi satuan pendidikan yang berlaku selama satu tahun.
- h. Standar penilaian pendidikan adalah standar nasional pendidikan yang berkaitan dengan mekanisme, prosedur, dan instrumen penilaian hasil belajar peserta didik.

b. Karakteristik Sekolah Standar Nasional (SSN)

Sekolah Kategori Mandiri/Sekolah Standar Nasional adalah terpenuhinya standar nasional pendidikan dan mampu menjalankan sistem kredit semester. Wawan Sundiawan¹⁶ menjelaskan bahwa penerapan Sistem Kredit Semester (SKS) perlu memperhatikan beberapa ketentuan, antara lain sebagai berikut:

1. Kebulatan kurikulum dan beban belajar peserta didik dinyatakan dalam satuan kredit semester (sks).
2. Kurikulum terdiri atas tiga kelompok mata pelajaran, yaitu pokok, pilihan wajib dan pilihan bebas.

¹⁶ Wawan Sundiawan, "Pengertian dan karakteristik skmssn" dalam <http://awan965.wordpress.com/2008/11/19/pengertian-dan-karakteristik-skmssn>, 10 Mei 2012

3. Mata pelajaran pokok harus diambil oleh semua peserta didik karena mendasari pembentukan kemampuan umum yang diperlukan untuk kehidupan sehari-hari dan mendasari pembentukan kemampuan akademik/profesional yang akan menjadi karir sebagai sumber penghidupan. Mata pelajaran wajib mencakup : Agama, Bahasa Indonesia, PPKn, Matematika, IPA, IPS dan Olah Raga (pembentukan moral beragama, berkomunikasi, matematik, IPA dan IPS).
4. Mata pelajaran pilihan wajib, yaitu :
 - a. Kelompok IPA, yaitu Kimia dan Biologi, bagi peserta didik yang akan melanjutkan ke pendidikan tinggi dengan mengambil bidang kedokteran, farmasi, biologi, pertanian, dan sejenisnya.
 - b. Kelompok pasti, Matematika dan Fisika, bagi peserta didik yang akan melanjutkan ke pendidikan tinggi dengan mengambil bidang rekayasa, komputer, dan sejenisnya.
 - c. Kelompok IPS, yaitu PPKn, Ekonomi, Sosiologi dan Sejarah, bagi peserta didik yang akan melanjutkan ke pendidikan tinggi dengan mengambil bidang hukum, ekonomi, dan sejenisnya.
 - d. Kelompok Bahasa, yaitu Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris dan bahasa lain, bagi peserta didik yang akan melanjutkan ke pendidikan tinggi dengan mengambil bidang sastra dan budaya.
 - e. Kelompok Seni, bagi peserta didik yang akan melanjutkan ke pendidikan tinggi dengan mengambil bidang seni.

- f. Kelompok Keterampilan, bagi peserta didik yang mungkin terpaksa akan masuk ke pasar kerja (tidak akan melanjutkan ke pendidikan tinggi).
5. Mata pelajaran pilihan bebas, seperti teknologi informasi, keterampilan, olah raga, dan seni. Peserta didik memilih beberapa mata pelajaran ini sesuai dengan bakat dan kegiatan rekreatif dan/atau sosial yang diminatinya.
 6. Peserta didik dinyatakan lulus SMA bila telah menyelesaikan total kredit minimal sebesar 120 sks yang terdiri atas matapelajaran wajib 40 sks (Bahasa Indonesia 8 sks, Matematika 8 sks, IPA 8 sks, IPS 8 sks, Pendidikan Olah Raga 4 sks dan Seni 4 sks), mata pelajaran pilihan kelompok 40 sks, mata pelajaran pilihan bebas sebesar 40 sks.
 7. Satu kredit semester terdiri dari 1 (satu) jam kegiatan tatap muka 45', 25' kegiatan terstruktur dan 25' kegiatan mandiri per minggu selama 16 minggu.
 8. Kredit diberikan kepada peserta didik yang telah menyelesaikan proses pembelajaran yang baik (*bonafide*) secara aktif selama satu semester dan telah mencapai standar kompetensi minimal yang ditetapkan (misal 75%) untuk semua mata pelajaran.
 9. Pencapaian kompetensi diukur melalui tes kinerja yang dilakukan secara terus menerus (*continuous*) menggunakan metode pengamatan, pemberian tugas dan ujian tulis.

10. Sekolah mengatur jadwal kegiatan pengganti bagi peserta didik yang pernah absen dan mengatur jadwal kegiatan tambahan (remedi) pada kompetensi dasar tertentu bagi peserta didik yang belum mencapai kompetensi minimal yang sudah ditetapkan.
11. Peserta didik yang sudah mengikuti kegiatan tambahan namun tetap belum mencapai skor (kompetensi) minimal pada mata pelajaran pokok/wajib harus mengambil ulang pada semester berikutnya, sedangkan untuk mata pelajaran pilihan bebas boleh mengganti dengan mata pelajaran lain pada semester berikutnya.
12. Rumusan kompetensi mencakup penguasaan pengetahuan esensial, konsep, keterampilan dan sikap; dan menetapkan batas minimal ketuntasan (misal 70%).
13. Sekolah dapat menyusun mata pelajaran prasyarat, bila dipandang perlu.
14. Sekolah membentuk tim pembahas (penasihat/pembimbing akademik) yang bertugas menilai pencapaian kredit peserta didik sebagai dasar sekolah menetapkan mata pelajaran yang dapat diambil setiap peserta didik pada semester berikutnya (peserta didik dapat maju berkelanjutan).
15. Sekolah menunjuk satu orang guru sebagai petugas bimbingan akademik untuk setiap kelompok maksimum 20 orang peserta didik untuk memberi layanan konsultasi akademik secara individual kepada yang bersangkutan dan/atau orang tuanya dalam rangka memecahkan masalah akademik yang

18. Mengacu pada tabel 1, peserta didik berprestasi tinggi dimungkinkan menyelesaikan belajar dalam waktu kurang dari enam semester, sebaliknya peserta didik yang memiliki kesulitan akademik harus memperoleh layanan khusus untuk mengatasinya.
19. Dinas Pendidikan Kabupaten/Kota merumuskan standar kompetensi mata pelajaran secara jelas dan dapat dipahami dengan baik oleh semua pihak terkait yang berlaku di semua sekolah, seperti mata pelajaran matematika, Fisika, Kimia, Ekonomi dan Bahasa Inggris sehingga dimungkinkan peserta didik pindah sekolah.
20. Sekolah harus menunjuk petugas khusus untuk mendata kemajuan belajar setiap peserta didik. Data peserta didik yang bersangkutan dan program pemecahannya harus didokumentasikan dengan baik dan dapat dibuka setiap saat diperlukan.
21. Sekolah harus menyediakan layanan percepatan bagi peserta didik yang mencapai kompetensi lebih cepat dari waktu standar.

c. Syarat-syarat Sekolah Standar Nasional (SSN)

Ahmad Sudrajat¹⁷ menjelaskan bahwa sekolah yang berstandar Nasional harus menempuh persyaratan sebagaimana yang diatur dalam penjelasan PP No. 19 Tahun 2005 Pasal 11 ayat (2) bahwa ciri Sekolah

¹⁷ Akhmad Sudrajad, “Konsep Dasar Kategori Sekolah Mandiri Sekolah Standar Nasional” dalam <http://akhmadsudrajad.wordpress.com/2008/09/01/konsep-dasar-sekolah-kategori-mandiri-sekolah-standar-nasional/> di akses 31 Maret 2012

pesan kesadaran merek hendaknya memberi suatu alasan untuk diperhatikan dan dikenang atau menjadi berbeda dan istimewa. Hal ini ditempuh dengan melibatkan slogan atau jingle, menjadi sponsor kegiatan, dan perluasan merek.

3. **Kesan kualitas** (*Perceived Quality*)

Aaker mendefinisikan kesan kualitas sebagai persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan yang berkaitan dengan apa yang diharapkan pelanggan. Karena merupakan kesan dari pelanggan, maka kesan kualitas tidak dapat ditentukan secara obyektif. Persepsi pelanggan akan melibatkan apa yang penting bagi pelanggan karena setiap pelanggan memiliki kepentingan (diukur secara *relative*) yang berbeda-beda terhadap suatu produk atau jasa. Maka dapat dikatakan bahwa kesan kualitas berarti membahas keterlibatan dan kepentingan pelanggan.

Persepsi terhadap kualitas keseluruhan suatu produk atau jasa dapat menentukan nilai dari produk atau jasa tersebut dan berpengaruh langsung kepada keputusan pembelian konsumen dan loyalitas mereka terhadap merek karena kesan kualitas merupakan persepsi konsumen, maka dapat dikatakan jika kesan kualitas konsumen positif berarti produk disukai, dan sebaliknya jika negatif maka tidak akan disukai dan tidak bertahan lama dipasar.

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

a. Sejarah SMA Al Muniroh

Kecamatan Ujungpangkah merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Gresik, dimana mayoritas penduduknya bekerja sebagai nelayan dan petani. Selain itu Ujungpangkah merupakan Kecamatan yang memiliki lingkungan yang *agamis*. Hal ini ditandai dengan berdirinya banyak pondok pesantren dan juga sekolah-sekolah yang berbasis agama di daerah tersebut. Salah satunya adalah Pondok Pesantren Al-Muniroh Ujungpangkah Gresik yang dinaungi oleh Yayasan yang bernama Yayasan Al-Muniroh Ujungpangkah Gresik.¹

Pondok Pesantren Al-Muniroh Ujungpangkah dirintis dalam bentuk Madrasah Diniyah yang mendapat sebutan Langgar Panggung, terletak di kampung Kauman Pangkah Kulon (sampai sekarang masih berdiri), yang di perkirakan berdiri sejak tahun 1926 oleh Almaghfurallah K.H. Mawardi abah dari pendiri Pondok Pesantren Al-Muniroh. Perkembangan selanjutnya karena tuntutan lingkungan dan zaman saat itu, salah satu putra beliau K.H. Munir Mawardi telah mendirikan Pondok Pesantren Al-Muniroh yang lebih modern dan lebih

¹ Sumber diolah dari arsip SMA Al Muniroh dan hasil wawancara dengan informan

lengkap. Kemudian lahirlah Yayasan Pondok Pesantren Al-Muniroh Ujungpangkah Gresik didirikan pada tanggal 14 Desember 1983. Selain sebagai Pondok Pesantren, yayasan ini telah mengembangkan pendidikan yang bersifat formal.

Atas permintaan masyarakat dan untuk melengkapi sarana dan prasarana pendidikan di Kecamatan tersebut, maka pada tanggal 22 Desember 1983 didirikanlah SMA Al-Muniroh oleh H. Ali Ridlo, SH diatas tanah wakaf pemberian warga dengan dana swadaya murni masyarakat setempat dan Sekolah tersebut merupakan sekolah SMA pertama di kecamatan Ujungpangkah. Sejak didirikannya hingga saat ini, SMA tersebut berjalan dengan lancar dan selalu mengembangkan diri menjadi sekolah yang bisa menjadi tauladan bagi sekolah yang lainnya. Berdasarkan hasil Akreditasi, maka SMA Al-Muniroh Ujungpangkah telah diakui oleh Dinas Pendidikan Nasional (Diknas) dengan Nomor Induk Sekolah (NIS) 300190. Dan sekarang telah menjadi Sekolah Standar Nasional (SSN), Status Akreditasi A, Sekolah Berbasis Keunggulan Lokal (PBKL), Sekolah Model dan dalam kurun 3 tahun ke depan akan menjadi sekolah Rintisan Sekolah Berstandar Internasional (RSBI). Sampai saat ini, SMA Al-Muniroh Ujungpangkah telah mengalami pergantian kepala sekolah selama enam kali, yaitu:

- 1) Drs. Subakir, Masa Abdi 1983 – 1984
- 2) H. Ali Ridlo, S.H, Masa Abdi 1985 – 1992
- 3) A. Dimiyati Afifi, S.H, Masa Abdi 1993 – 1996

sedemikian rupa sehingga pengetahuan agama dan praktik-praktik ibadah dikemas dalam pengembangan diri yang mengacu pada kurikulum Ubudiyah yang telah disusun oleh tim pengembangan kurikulum di SMA Al-Muniroh Ujungpangkah Gresik dan kurikulum yang dikembangkan oleh Lembaga Pendidikan Ma'arif NU cabang Gresik.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, sekolah berupaya menyediakan sarana dan prasarana yang memadai sesuai dengan kebutuhan siswa. Upaya yang dilakukan melalui kerjasama dengan pengurus YPPP Al-Muniroh, komite sekolah, ormas yang berbasis pendidikan dan instansi pemerintah atau swasta yang terkait.

Jika dilihat dari tenaga pendidik dan kependidikan, SMA Al-Muniroh Ujungpangkah Gresik memiliki tenaga pendidik yang profesional dan merupakan kombinasi antara guru senior yang memiliki segudang pengalaman serta tenaga pendidik yang masih muda dan berijazah S1 sehingga semangat untuk maju masih kuat. Di samping itu, peran serta pengurus YPPP Al-Muniroh dan masyarakat melalui komite sekolah dalam meningkatkan kemajuan sekolah sangat tinggi.

SMA Al-Muniroh Ujungpangkah Gresik memiliki beberapa prestasi, baik di bidang non akademik di tingkat Kabupaten, hampir setiap tahun pelajar dapat meraih juara tiga besar, di olah raga basket,

footsal, lari dan catur. Sedang di bidang seni dan budaya di SMA Al-Muniroh Ujungpangkah Gresik memiliki prestasi di bidang teater, pantomim, band siswa, serta prestasi di bidang lainnya misalnya pecinta alam (JAPALA), climbing, lintas medan, jingle tricking, dan lain-lain. Prestasi ini diperoleh dengan kerja keras dan dukungan semua stakeholder. Sedangkan dalam bidang akademik masih perlu di tingkatkan dengan upaya adanya pengembangan SDM pendidik dan tenaga kependidikan melalui kegiatan IHT maupun mengikutsertakan dalam pelatihan-pelatihan yang nantinya diharapkan dapat menyajikan proses pembelajaran yang berkualitas dan dapat meningkatkan prestasi siswa di bidang akademik.

c. Visi, Misi dan Tujuan

- a. Visi Sekolah: terbentuknya sosok lulusan dan generasi unggul yang beriman, berilmu, berkecakapan hidup dan berwawasan lingkungan serta berakhlak mulia.
- b. Misi Sekolah:
 - 1) Melaksanakan pembelajaran quantum dan bimbingan secara efektif, sehingga setiap siswa berkembang secara optimal, sesuai dengan potensi yang dimiliki baik kerohanian, iptek maupun akhlaq mulia
 - 2) Menumbuhkan penghayatan terhadap ajaran agama yang dianut dan juga budaya bangsa, sehingga menjadi sumber kearifan dalam

g. Keunggulan dan Kekhasan/ keunikan

- a. Sekolah model lingkungan berbasis pesisir
- b. Muatan lokal
 - 1) Mengembangkan pelajaran agama karena berbasis pesantren yaitu: Al-Qur'an Hadist, Aqidah Akhlaq, Aswaja, Ilmu faroid, Fiqih dan lain-lain.
 - 2) Mengembangkan pembelajaran berbasis lingkungan pesisir karena sekolah ini berlokasi di pesisir utara pulau jawa.
 - 3) Sebelum memulai pelajaran pukul 06.30 siswa masuk kelas kemudian membaca Surat Yasiin, Asmaul Husna, lalu berdo'a kemudian dilanjutkan pelajaran.
 - 4) Sebelum pelajaran dimulai siswa berjabat tangan dengan guru di gerbang sekolah, selanjutnya siswa mendapat *vocaburaly* empat bahasa, yakni Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab dan Bahasa Jawa dan siswa wajib lapor (setor hafalan) kepada guru setiap bulan
 - 5) Sebelum pulang siswa membaca doa bersama dan dilanjutkan berjabat tangan dengan semua guru.
 - 6) Kegiatan ekstrakurikuler: Pramuka, Teater, Pecinta Alam, PMR, Musik/Band, Hadrah, Pencak silat, Olah raga, Qiroatil Qur'an, Hadroh, Privat Driver, Kewirausahaan, Body Building, Fotografi, Lukis, dan Cinematografi.

kesekolah dengan disambut guru dan kepala sekolah dipintu gerbang sekolah untuk berjabat tangan dan dilanjutkan dengan pembacaan surat Yasin, Asmaul Husna, Ar Rahman, Al Waqiah yang dibaca bersama-sama di dalam kelas secara bergantian setiap harinya, dan begitu pula setiap jam pelajaran usai.

Selain itu, mensosialisasikan kepada masyarakat tentang prestasi yang diraih oleh siswa, baik prestasi akademik maupun non akademik. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat mengetahui bahwa banyak prestasi yang diraih oleh SMA Al Muniroh. Peranan alumni sebagai ukuran dalam menumbuhkan kesan kualitas Sekolah Standar Nasional (SSN). Sosialisasi ini dilakukan dengan cara memuat prestasi yang diraih dan kesuksesan alumni ke dalam brosur pada saat pendaftaran siswa baru dilaksanakan karena sebagai cerminan bahwa meskipun SMA Al Muniroh terletak di ujung utara pulau Jawa persisnya di ujung muara Bengawan Solo, tetapi banyak lulusan berkualitas yang dihasilkan dan hal tersebut menjadikan masyarakat yakin dan percaya bahwa SMA Al Muniroh merupakan sekolah yang maju, mutu pendidikan yang tinggi dan Sekolah yang Berstandar Nasional (SSN).

c) **Asosiasi Citra**

Untuk membentuk *image* (citra positif) sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN), Humas SMA Al Muniroh juga mempunyai

menandatangani akta kesepahaman (MOU) dengan Kepala Sekolah SMA Al Muniroh.

TSU akan memberikan beasiswa pendidikan kepada siswa-siswi SMA Al Muniroh yang bersedia untuk melanjutkan kuliah disana, tawaran tersebut di sambut gembira dengan tepuk tangan oleh guru dan siswa saat acara berlangsung. Kerjasama tersebut dilakukan karena membantu sekali mengembangkan SMA Al Muniroh dalam meningkatkan mutu pendidikan karena dengan bekerjasama dengan pihak luar maka dapat bertukar konsep pembelajaran dan dimungkinkan untuk bertukar guru dan murid. Dengan adanya kerjasama tersebut, maka SMA Al Muniroh tahun depan berencana untuk membuka kelas bahasa Mandarin.

Acara tersebut juga dihadiri dari media cetak maupun elektronik, yakni dari Jawa Pos dan diliput oleh SBO TV. Dengan adanya kedua media tersebut, maka bukan hanya guru dan siswa saja yang mengetahui kerjasama yang dilakukan oleh SMA Al Muniroh dengan Taiwan Shoufu University (TSU), tetapi juga masyarakat umum. Dengan begitu masyarakat mengetahui bahwa SMA Al Muniroh merupakan sekolah yang unggul karena dapat menjalin kerjasama dengan Universitas dari luar Negeri dan dapat memperkuat ingatan masyarakat bahwa SMA Al Muniroh merupakan Sekolah Standar Nasional (SSN).

serta memberikan *job descriptions* yang jelas kepada semua komponen dengan menggunakan media pertemuan-pertemuan seperti seminar serta pelatihan dan melaksanakan kegiatan rutin yang harus diikuti oleh semua anggota organisasi, seperti senam pagi bersama, jalan sehat, dan lain-lain yang diadakan bertepatan pada hari libur sekolah maupun hari-hari besar lainnya.

Dengan strategi tersebut maka loyalitas dan kesadaran organisasi akan tumbuh dalam setiap anggota organisasi, baik itu guru, siswa dan karyawan. Selain itu, faktor lain yang mendasari tumbuhnya loyalitas dan kesadaran organisasi adalah kepercayaan kepada pimpinan.

Image sekolah merupakan kesan yang kuat yang melekat pada pikiran seseorang, sekelompok orang maupun institusi. Dalam membangun *image* (citra positif) SMA Al Muniroh sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN) di mata masyarakat, maka *public relations* (Humas) sekolah selalu berusaha menjadi yang terbaik. Oleh karena itu, SMA Al Muniroh meningkatkan mutu dengan memfasilitasi dan menyediakan sarana pra sarana yang lengkap untuk menunjang proses belajar mengajar agar berjalan dengan lancar dan nyaman. Menyetarakan SMA Al Muniroh dengan sekolah Negeri, dalam kedisiplinan dan proses belajar mengajar merupakan salah satu bentuk peningkatan mutu. Dengan menyediakan sarana dan pra sarana yang lengkap dan kedisiplinan yang diajarkan merupakan stimulus yang diberikan oleh pihak sekolah karena dengan adanya hal tersebut maka masyarakat percaya pada SMA Al Muniroh karena melihat kualitas yang semakin meningkat.

Selain itu, sosialisasi kepada masyarakat tentang prestasi yang diraih oleh siswa, baik prestasi akademik maupun non akademik. Hal tersebut dilakukan agar masyarakat mengetahui bahwa banyak prestasi yang diraih oleh SMA Al Muniroh. Peranan alumni juga merupakan faktor penting karena sebagai ukuran dalam menumbuhkan kesan kualitas Sekolah Standar Nasional (SSN). Sebab, alumni merupakan asset penting yang dirangkul dan dikembangkan. Meskipun SMA Al Muniroh terletak di ujung utara pulau Jawa persisnya di ujung muara Bengawan Solo, tetapi banyak lulusan berkualitas yang dihasilkan dan hal tersebut menjadikan masyarakat yakin dan percaya bahwa SMA Al Muniroh merupakan sekolah yang maju, mutu pendidikan yang tinggi dan Sekolah yang Berstandar Nasional (SSN). Dengan menggunakan strategi tersebut, maka Kesan Kualitas SSN akan tumbuh di SMA Al Muniroh.

Dalam membentuk *image* sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN) *public relations* SMA Al Muniroh juga melakukan asosiasi citra dalam memperkuat ingatan *public* bahwa SMA Al Muniroh merupakan Sekolah Standar Nasional (SSN), asosiasi citra yang dijalankan diantaranya lebih menekankan pada kegiatan ekstra kulikuler dalam menanamkan ingatan siswa dan masyarakat tentang SMA Al Muniroh sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN) dengan ekstra kulikuler yang maju dan berprestasi. Hampir setiap *event/* acara sekolah dimanfaatkan Humas untuk menampilkan SMA Al Muniroh dengan cara menempelkan tulisan status SSN di cop surat, berge siswa, kaos olah raga, sabuk, dasi, di blog SMA Al Muniroh dan lain-lain

agar masyarakat mengetahui bahwa SMA Al Muniroh merupakan Sekolah Standar Nasional (SSN). Melatih siswa untuk berwirausaha (menghasilkan produk), bentuk usahanya berupa pengolahan ikan laut, mengingat SMA Al Muniroh yang terletak di dekat pesisir utara pulau Jawa. Melakukan kerjasama dengan berbagai pihak, baik bekerjasama dengan sekolah dan Universitas di dalam maupun di luar Negeri. Strategi tersebut merupakan kemas promosi yang dilakukan Humas SMA Al Muniroh dalam menumbuhkan Kesan Kualitas Sekolah Standar Nasional (SSN) dan Asosiasi Citra sehingga SMA AL Muniroh dapat dikenal baik oleh *public*.

Apa yang terjadi dalam tema ini mengisyaratkan bahwa pembentukan *image* sebagai lembaga tidak bisa dilepaskan pada (minimal) dua hal, yaitu kepemimpinan (manajerial) dan proses mengemas pesan yang dapat mudah dikenal dan dipahami oleh *public* secara baik. Teori *branding* atau pembentukan nama merupakan sebuah proses untuk membentuk asosiasi dari simbol, obyek, emosi, persepsi, produk atau perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan loyalitas dan membentuk pembedaan.

Pembentukan *brand* atau nama adalah bagian dari pembentukan citra diri yang mampu memberi tanda pada masyarakat mengenai suatu perusahaan, lembaga atau sebuah instansi sekalipun. “Branding atau pemberian nama merupakan simbol yang bersifat pembedaan (seperti sebuah logo atau cap kemasan jika berupa produk) dengan maksud mengidentifikasi instansi, barang atau jasa. Sehingga dengan pemberian nama atau simbol tersebut dapat

dilihat dari dua pihak, yaitu organisasi dan publik. Organisasi meliputi loyalitas dan kesadaran organisasi serta kesan kualitas. Sedangkan publik yaitu asosiasi citra.

Perlu diketahui bahwa loyalitas organisasi adalah faktor penting yang menentukan hidup matinya organisasi. Loyalitas organisasi dapat membuat sebuah organisasi tumbuh berkembang menjadi besar, atau justru mati perlahan-lahan. Loyalitas terhadap organisasi merupakan urat nadi sebuah organisasi, sesuatu yang membuat para anggotanya berperilaku, bertindak, atau berkorban demi kepentingan organisasi dan kesadaran organisasi adalah kemampuan untuk memahami dan mempelajari kekuasaan dalam organisasi sendiri maupun organisasi lain (pelanggan, penyalur, dll.). Termasuk didalamnya kemampuan untuk mengidentifikasi siapa pengambil keputusan yang sebenarnya dan individu yang memiliki pengaruh kuat.

Sedangkan kesan kualitas merupakan perasaan yang tidak nampak dan menyeluruh mengenai suatu organisasi. Tetapi biasanya kesan kualitas didasarkan pada dimensi-dimensi yang termasuk dalam karakteristik lembaga tersebut, dimana organisasi dikaitkan dengan hal-hal seperti kendala dengan kinerja. Adapun yang dimaksud dengan asosiasi citra adalah segala hal yang berkaitan dengan ingatan mengenai organisasi.

Tetapi hal yang penting dalam pembahasan ini salah satunya adalah loyalitas organisasi, sebagai salah satu ukuran penting bagi citra organisasi/lembaga. Loyalitas organisasi adalah ukuran dari kesetiaan publik terhadap suatu lembaga”.

Sebagai ujung dari upaya penciptaan, pengembangan dan pemeliharaan citra adalah adanya komitmen dan kepercayaan publik terhadap organisasi/lembaga yang berarti apapun yang dihasilkan organisasi dapat diakses dengan baik oleh publik dan sebaliknya organisasi mendapat keuntungan dari proses tersebut.

Ada beberapa langkah promosi yang dilakukan SMA Al Muniroh sebagai upaya membentuk *image* Sekolah Berstandar Nasional (SSN), salah satunya menggunakan pendekatan *face to face* (bicara dari hati ke hati) dan menjalankan strategi diantaranya dengan menumbuhkan Loyalitas dan Kesadaran Organisasi, menciptakan Kesan Kualitas Sekolah Standar Nasional (SSN) di masyarakat dan dilanjutkan dengan melakukan Asosiasi Citra agar masyarakat selalu ingat bahwa SMA Al Muniroh merupakan Sekolah Standar Nasional (SSN) yang unggul dan maju. Semua strategi tersebut dijalankan *public relations* SMA Al Muniroh yaitu dengan cara:

- 1) Memberikan pemahaman yang komprehensif kepada stakeholders dan civitas Al Muniroh serta memberikan *job descriptions* yang jelas kepada semua komponen dengan menggunakan media pertemuan-pertemuan, seperti seminar, pelatihan-pelatihan dll.
- 2) Melaksanakan kegiatan rutin yang harus diikuti oleh semua anggota organisasi, seperti senam pagi bersama, jalan sehat, dan lain-lain.
- 3) Dalam membangun/ menumbuhkan kesan kualitas SSN, dilakukan dengan menggunakan dua strategi, yakni internal dan eksternal. Secara internal, strategi dilakukan dengan cara meningkatkan mutu, yakni

memfasilitasi anggota organisasi dengan sarana pra sarana yang lengkap untuk menunjang proses belajar mengajar dan menyetarakan sekolah SMA Al Muniroh dengan sekolah Negeri, khususnya dalam hal kedisiplinan.

- 4) Strategi Asosiasi Citra dengan cara *public relations* lebih menekankan pada kegiatan ekstra kulikuler dalam menanamkan ingatan siswa dan masyarakat tentang SMA Al Muniroh sebagai Sekolah Standar Nasional (SSN) dengan ekstra kulikuler yang maju dan berprestasi.
- 5) Menempelkan tulisan status SSN di cop surat, bedge siswa, kaos olah raga, sabuk, dasi, di blog SMA Al Muniroh dan lain-lain.
- 6) Melatih siswa untuk berwirausaha (menghasilkan produk)
- 7) Melakukan kerjasama dengan berbagai pihak, baik bekerjasama dengan sekolah dan Universitas di dalam maupun di luar Negeri.

Dengan menjalankan strategi yang telah dijelaskan diatas, kini SMA Al Muniroh berhasil menguatkan status akreditasinya menjadi Sekolah Standar Nasional (SSN). Bukan hanya SSN, SMA Al Muniroh kini merubah status akreditasinya menjadi A, merupakan Sekolah Berbasis Keunggulan Lokal (PBKL) dan Sekolah Model.

Dengan penguatan/peningkatan status akreditasinya dan keunggulan sekolah yang telah tampak, baru pihak *public relations* SMA Al Muniroh beserta staff lainnya bahkan semua anggota organisasi merencanakan untuk mempromosikan SMA Al Muniroh keluar dengan berbagai cara diantaranya dengan mengirimkan siswa-siswi untuk mengeksplor kemampuannya dalam

mengikuti olimpiade yang secara tidak langsung dapat mengharumkan nama sekolah, dan mempromosikan melalui media cetak maupun elektronik seperti brosur dan bekerjasama dengan stasiun televisi. Selain itu, memperlihatkan fasilitas dan sarana pra sarana yang menunjang dalam proses belajar mengajar serta bangunan yang layak, megah dan maju. Dengan begitu masyarakat bisa menilai bahwa SMA Al Muniroh merupakan sekolah unggul dan maju serta semua itu akan menimbulkan persepsi masyarakat, dan sekolah ini berusaha bagaimana menciptakan persepsi *public* yang positif agar *image* lembaga semakin baik. Yang dimaksud persepsi menurut Elvinaro Ardianto⁴ disini adalah hasil pengamatan seseorang terhadap unsur lingkungan yang langsung dikaitkan dengan suatu pemahaman obyek.

Persepsi itu sendiri menurut Werner dan James⁵ dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis, termasuk asumsi-asumsi yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman masa lalu, harapan-harapan, motivasi, suasana hati serta sikap. Jadi pihak lembaga pendidikan berusaha agar strategi yang dilakukan menghasilkan persepsi publik dapat diterima di masyarakat dan jangan sampai ada kesalahpahaman terhadap lembaga.

Dalam hal ini, masyarakat memiliki persepsi bahwa SMA Al Muniroh merupakan sekolah yang baik, karena melihat bukti dan fakta kualitas yang ada. Persepsi tersebut merupakan opini public yang positif. Menurut Santoso

⁴ Elvinaro Ardianto, *Metodelogi Penelitian Untuk Public Relations*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010) hlm. 101

⁵ Werner J. Severin, James W. Tanker, Jr, *Teori komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009) hlm. 85

