

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT
DALAM MENJALIN KERJASAMA
DENGAN DUNIA USAHA/DUNIA INDUSTRI
DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
NURUL ISLAM ANTIROGO JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
(S.Pd)

Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:

Nur Naimah
NIM. T20153049

IAIN JEMBER

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
2019**

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT
DALAM MENJALIN KERJASAMA
DENGAN DUNIA USAHA/DUNIA INDUSTRI
DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
NURUL ISLAM ANTIROGO JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
(S.Pd)

Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

Nur Naimah
NIM. T20153049

Disetujui Pembimbing



Rif'an Humaidi, M.Pd.I
NIP. 19790531 200604 1 016

**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT
DALAM MENJALIN KERJASAMA
DENGAN DUNIA USAHA/DUNIA INDUSTRI
DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
NURUL ISLAM ANTIROGO JEMBER**

SKRIPSI

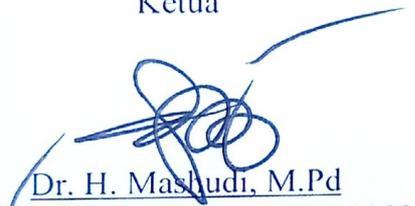
telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)
Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Jurusan Kependidikan Islam
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Hari: Kamis

Tanggal: 27 Juni 2019

Tim Penguji

Ketua


Dr. H. Mashudi, M.Pd
NIP. 197209182005011003

Sekretaris


Mochammad Zaka Ardiansyah, M.Pd.I
NIP. 198708252015031006

Anggota :

1. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
2. Rif'an Humaidi, M.Pd.I

()
()

Menyetujui
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan


Dr. H. Muktiyah, M.Pd.I
NIP. 196405111 99903 2 001

MOTTO

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ . وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: “... dan tolong-menolong lah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan...”¹



¹ Alquran Terjemah, 5:2, (Kudus: Menara Kudus), 106.

PERSEMBAHAN

Teriring doa dan rasa syukur yang teramat dalam.

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

Almarhum ayah yang selalu menjadi motivasiku

Ibuku dengan segala perjuangan dan pengorbanan yang telah diberikan

Keluargaku yang selalu memberikan dukungan moral dan spiritual

Ibu Dr. Hj. Mukni'ah, M.Pd.I dan Bapak H. Khotim Ashom, M.Pd.I selaku
Pengasuh Yayasan Pendidikan Islam Al-Musawa Jember yang tak henti-hentinya
mendidiku tentang ilmu dunia dan akhirat

Guru-guruku yang terhormat, yang telah ikhlas mendidik dan membimbingku
hingga saat ini

Almamaterku IAIN Jember, terimakasih atas wadah selama saya menimba ilmu

Teman-temanku seperjuangan kelas MPI C2 angkatan 2015, terimakasih atas
kebersamaan yang begitu indah selama masa kuliah

Dan tidak lupa pula kepada segenap pembaca tercinta

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala Puji bagi Allah Sang Penguasa alam semesta. Semoga sholawat serta keselamatan tercurahkan selalu kepada Nabi dan rasul termulia, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Sungguh atas nikmat dan anugerah-Nya, sehingga dapat terselesaikan hasil penelitian kualitatif dengan judul **“Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalin Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember”**.

Peneliti menghaturkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi serta semua pihak yang senantiasa memberikan bimbingan dan nasehat kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, yakni kepada:

1. Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM selaku Rektor IAIN Jember telah membantu memfasilitasi penulis dalam menjalani studi Program Strata Satu Manajemen Pendidikan Islam.
2. Dr. Hj. Mukni'ah, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Jember beserta staf-stafnya yang telah membantu penulis dalam menjalani studi Program Strata Satu Manajemen Pendidikan Islam.

3. Nuruddin, M.Pd.I selaku Ketua Prgram Studi Manajemen Pendidikan Islam yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Rif'an Humaidi, M.Pd.I selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mengarahkan serta membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Haryono selaku Kepala SMK Nurul Islam Antirogo Jember yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama melaksanakan penelitian di SMK Nurul Islam Antirogo Jember.

Tiada kata yang dapat penulis ucapkan selain doa dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT memberi balasan kebaikan atas jasa yang telah diberikan. Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, penulis mengaharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan terutama bagi penulis sendiri, dalam rangka meningkatkan kualitas pembelajaran.

Jember, 01 Mei 2019

Penulis

Nur Naimah
NIM. T20153049

ABSTRAK

Nur Naimah, 2019. *Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalin Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember.*

Pendidikan Kejuruan adalah pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. Lembaga pendidikan terutama Sekolah Menengah Kejuruan harus melakukan kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri untuk menyalurkan tamatan siswanya. Kerjasama sekolah dengan dunia usaha atau dunia industri termasuk dalam faktor yang mempengaruhi mutu lulusan SMK sehingga penting adanya kerjasama yang baik antara pihak sekolah dengan dunia usaha atau dunia industri. Untuk menjalin kerjasama yang saling menguntungkan antara sekolah dan dunia usaha/dunia industri, sekolah perlu menggunakan strategi hubungan masyarakat yang baik.

Fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember? 2) Bagaimana strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember? 3) Bagaimana strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?

Tujuan penelitian: 1) Untuk mendeskripsikan publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember. 2) Untuk mendeskripsikan strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember. 3) Untuk mendeskripsikan strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penentuan subyek menggunakan teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumenter. Analisis data menggunakan model *Miles dan Huberman* yang terdiri dari pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nuris Jember yaitu melalui media cetak dan daring. Publikasi melalui media cetak dilakukan melalui pembuatan banner sekolah, stiker, kalender, buletin, dan radar jember. Sedangkan publikasi melalui media daring dilakukan melalui website sekolah dan facebook. 2) Strategi humas membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nuris Jember dilakukan melalui hubungan sekolah dengan orang tua siswa, hubungan sekolah dengan alumni dan hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri. 3) Strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri dilakukan melalui negosiasi jangka pendek dan negosiasi jangka panjang

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	13
A. Penelitian Terdahulu	13

B. Kajian Teori	20
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Lokasi Penelitian.....	48
C. Subyek Penelitian.....	49
D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Analisis Data	53
F. Keabsahan Data	55
G. Tahap-tahap Penelitian.....	57
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	60
A. Gambaran Obyek Penelitian	60
1. Sejarah Berdirinya SMK Nuris Jember	60
2. Visi dan Misi SMK Nuris Jember	62
3. Tujuan Sekolah.....	62
4. Profil SMK Nuris Jember	63
5. Data Tenaga Pendidik dan Kependidikan SMK Nuris.....	64
6. Data Akreditasi Jurusan.....	66
7. Data Peserta Didik.....	66
8. Data Perolehan Prestasi Peserta Didik	67
9. Data Dunia Usaha/Dunia Industri.....	68
B. Penyajian Data dan Analisis Data	70
C. Pembahasan Temuan.....	92

BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
2.1	Perbedaan dan Persamaan Penelitian	19
4.1	Data Tenaga Pendidik dan Kependidikan	64
4.2	Data Akreditasi Jurusan	66
4.3	Data Peserta Didik.....	66
4.4	Data Perolehan Prestasi	67
4.5	Data Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri	68
4.6	Tabel Temuan	101



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu faktor utama keberhasilan pembangunan di suatu negara adalah tersedianya sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan mampu menopang pertumbuhan ekonomi sesuai dengan perkembangan industri modern berbasis informasi yang berubah dengan cepat. Oleh karena itu, kualitas pendidikan merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam pembangunan suatu negara, termasuk Indonesia.

Indonesia diramalkan akan menjadi salah satu bangsa besar di dunia. Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh McKinsey Global Institute pada tahun 2017, Indonesia akan naik menjadi negara dengan tingkat produktivitas secara global sebesar 0,8 hingga 1,4 persen setiap tahun. Sementara banyak perdebatan saat ini tentang otomatisasi yang berfokus pada potensi pengangguran massal, didasarkan pada surplus tenaga kerja manusia, ekonomi dunia membutuhkan robot selain tenaga kerja manusia untuk mengatasi tren penuaan demografis di Negara maju dan berkembang.¹

Permasalahan saat ini yang di hadapi oleh Public Relations (PR) yaitu dituntut untuk menghadapi tantangan baru di era digital. Seorang praktisi humas atau Public Relations (PR) harus bisa membranding diri

¹ McKinsey&Company, *A Future That Works: Automation, Employment, and Productivity* (New York: McKinsey Global Institute, 2017), 3.

sendiri. Di era digital seperti saat ini, konten menjadi kunci dalam menyajikan suatu informasi. Konten ini harus disuguhkan dengan sentuhan visual seperti foto dan video. Konsep yang dibuat pun harus relevan dengan produk yang ditawarkan.²

Hubungan masyarakat atau public relations adalah seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau organisasi.³

Permasalahan saat ini, Sekolah Menengah Kejuruan bersaing ketat antar satu dengan yang lainnya. Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan melakukan kajian strategi ekspansi SMK yang menyimpulkan bahwa agar ekspansi SMK relevan dengan kebutuhan dunia usaha/dunia industri dan wilayah terkait. Permasalahan pada saat ini, banyak Sekolah Menengah Kejuruan di daerah-daerah tertentu kurang menyesuaikan dengan tuntutan dunia usaha/dunia industri yang sangat beragam. Akibatnya, terjadi *over supply* pada bidang-bidang pekerjaan tertentu. Oleh karena itu, saat ini di beberapa SMK di wilayah tertentu diberlakukan kebijakan *link and match* dimana kebijakan ini dikembangkan untuk meningkatkan relevansi Sekolah Menengah Kejuruan dengan kebutuhan dunia kerja serta dunia usaha/dunia industri.⁴

Dalam Alquran terdapat anjuran untuk senantiasa melakukan hubungan dengan sesama manusia (masyarakat), yaitu :

² Ahmad Fauzan, "Menjadi Public Relations di Era Digital" (Maret, 2018), 1.

³ Morissan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional* (Jakarta: Kencana, 2010), 8.

⁴ Slamet PH, *Kontribusi Kebijakan Peningkatan Jumlah Siswa SMK Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah* (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta Press, 2013), 304.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ . وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: “... dan tolong-menolong lah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan...”⁵

Untuk itu, SMK perlu bekerjasama dengan berbagai pihak antara lain dunia usaha/dunia industri. Hal ini dapat dilakukan dengan cara para pendidik meningkatkan hubungannya melalui kunjungan ke perusahaan dan pabrik untuk mempelajari bagaimana fungsi industri yang dapat menambah bekal pengetahuan industri melalui penelitian dan konsultasi.⁶

Kerjasama yang dilakukan oleh SMK dengan dunia usaha atau dunia industri adalah berawal dari kegiatan prakerin (praktek kerja industri). Berdasarkan kebijakan Depdikbud, pelaksanaan praktek kerja industri adalah suatu bentuk penyelenggaraan pendidikan keahlian kejuruan yang memadukan secara sistematis dan sinkron program pendidikan di SMK dengan program penguasaan keahlian yang diperoleh melalui bekerja langsung pada pekerjaan sesungguhnya di institusi pasangan (dunia usaha, dunia industri, dunia kerja) secara terarah untuk mencapai suatu tingkat keahlian profesional tertentu.⁷

Kerjasama sekolah dengan Dunia Usaha atau Dunia Industri termasuk dalam faktor yang mempengaruhi mutu lulusan SMK sehingga

⁵ Al-Qur'an Terjemah, 5:2, (Kudus: Menara Kudus), 106.

⁶ Frazier Moore, *HUMAS Membangun Citra Dengan Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 441

⁷ Soeprijanto, “*Daya Dukung Dunia Industri Terhadap Pelaksanaan Praktik Kerja Industri (Prakerin)*”, *Jurnal Pendidikan & Kebudayaan*, vol. 16 (Jakarta: Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Nasional, 2010), 278.

penting adanya kerjasama yang baik antara pihak sekolah dengan Dunia Usaha atau Dunia Industri.

Kerjasama Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan Dunia Usaha atau Dunia Industri merupakan strategi pembelajaran dan bisnis yang dapat memberikan keuntungan kedua belah pihak. Berjalannya program pendidikan kejuruan sangat tergantung pada komitmen dari kedua belah pihak yaitu sekolah dan Dunia Usaha atau Dunia Industri dalam menjalankan kerjasama. Kerjasama yang baik dapat menimbulkan hasil yang baik pula yang dalam hal ini tercapainya tujuan SMK atau visi dari SMK. Namun dalam prakteknya kerjasama antara pihak sekolah dengan Dunia Usaha atau Dunia Industri tidak selalu berjalan lancar, mulai dari awal pelaksanaan hingga akhir pelaksanaannya.⁸

Persaingan yang dialami oleh tamatan SMK dalam mencari pekerjaan semakin hari semakin ketat. Banyak sekali tamatan SMK yang terkadang tidak bekerja. Hanya mereka yang benar-benar kompeten yang akan masuk di dunia kerja.

Lembaga pendidikan terutama SMK perlu melakukan kerjasama dengan dunia usaha dan industri untuk menyalurkan siswa yang sudah lulus agar mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kompetensi yang dimiliki siswa.

Pemerintah melalui Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 13 tahun 2007, menegaskan bahwa salah satu indikator kompetensi kepala

⁸ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, *Rencana Strategis Direktorat Pembinaan SMK 2015-2019*, 4.

sekolah adalah kemampuan dalam manajemen pemberdayaan masyarakat (Humas). Kompetensi ini menjadi sangat penting dalam era otonomi sekarang ini.⁹ Maka dari itu dalam menjalankan upaya ini humas sekolah memegang peranan penting untuk turut mendukung terwujudnya suatu hubungan kerjasama yaitu dengan membina komunikasi yang baik serta membina hubungan harmonis kepada publik baik itu intern maupun ekstern. Humas sekolah harus memiliki strategi hubungan masyarakat yang baik, sehingga dapat menjalin hubungan kerjasama dalam menyalurkan lulusan.¹⁰

Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember merupakan SMK yang memiliki tiga program keahlian yaitu Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), Teknik Sepeda Motor (TSM) dan Teknik Otomotif (TO). SMK Nurul Islam Jember atau yang sering disebut SMK Nuris mampu bersaing dengan lembaga-lembaga lain dan mampu bekerjasama dengan dunia usaha/dunia industri atau dunia kerja untuk menyalurkan lulusan.

SMK Nurul Islam Antirogo Jember merupakan lembaga berbasis pesantren yang bekerjasama dengan dunia usaha/dunia industri. SMK Nuris mampu bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan kejuruan lainnya untuk bekerjasama dengan dunia usaha/dunia industri. Salah satu strategi yang dilakukan oleh lembaga yaitu mengadakan program tahfiz

⁹ Departemen Pendidikan Nasional, *Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pemberdayaan Masyarakat*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Tenaga Kependidikan, 2007), 2.

¹⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008), 27

Alquran untuk mencetak peserta didik yang memiliki kepribadian baik dan Qurani untuk menarik dunia usaha/dunia industri. Peserta didik yang hafal Alquran menjadi keunikan tersendiri bagi pihak dunia usaha/dunia industri.

Melalui penelitian ini penulis ingin menggali dan memahami strategi yang dilakukan oleh humas dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha atau Dunia Industri sehingga mampu mewujudkan tujuan pendidikan yang ada di SMK Nurul Islam Antirogo Jember. Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Dunia Usaha atau Dunia Industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember.**

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, serta operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.¹¹

Berdasarkan latar belakang, maka fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?

¹¹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 73.

2. Bagaimana strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?
3. Bagaimana strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹² Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yakni meliputi:

1. Untuk mendeskripsikan publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember
2. Untuk mendeskripsikan strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember
3. Untuk mendeskripsikan strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Dalam penelitian ini

¹² Ibid, 73.

diharapkan mampu memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan wawasan mendalam tentang Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
- b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya dan juga sebagai referensi dan memperkaya khazanah keilmuan di lembaga perguruan tinggi khususnya di IAIN Jember.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

- 1) Menambah wawasan dan pengalaman dibidang penulisan karya ilmiah sebagai bekal awal penelitian dan pelaporannya dimasa yang akan datang.
- 2) Memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember

b. Bagi SMK Nurul Islam Jember

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang positif dan dapat dijadikan bahan evaluasi oleh lembaga terkait strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi seluruh masyarakat untuk lebih memperhatikan perkembangan yang dilakukan oleh SMK Nurul Islam Jember, terutama tentang strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember.

d. Bagi IAIN Jember

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur atau referensi kepustakaan di perpustakaan IAIN Jember.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada mahasiswa yang ingin mengembangkan kajian atau penelitian yang sama di masa yang akan mendatang, khususnya bagi prodi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.

IAIN JEMBER

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹³

Definisi istilah dalam penelitian ini adalah:

1. Strategi Hubungan Masyarakat

Strategi Humas adalah cara berkomunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan humas dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama.¹⁴

Strategi hubungan masyarakat dalam penelitian ini menurut peneliti adalah usaha menjalin berbagai hubungan positif dengan publik internal dan eksternal untuk mencapai suatu tujuan dan berorientasi pada masa depan.

2. Dunia Usaha/Dunia Industri

Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud.¹⁵

¹³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 45.

¹⁴ Minan Jauhari, *Public Relations Membangun Citra Organisasi dengan Komunikasi* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 14.

¹⁵ Juliana Ifnul Mubarak, *Kamus Istilah Ekonomi* (Bandung: Yrama Widya, 2012), 269.

Sedangkan industri adalah Badan atau kegiatan yang bertujuan untuk mengolah bahan mentah menjadi suatu komoditi atau proses menambah nilai barang.¹⁶

Dunia Usaha/Dunia Industri dalam penelitian ini menurut peneliti merupakan elemen yang penting dalam dunia ketenagakerjaan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang mulai dari bab pendahuluan hingga penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif. Proposal ini terdiri dari lima bab yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab satu, Pendahuluan. Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, sistematika pembahasan.

Bab dua, Kajian Pustaka. Bab ini membahas kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu berguna untuk melihat sejauh mana orsinilitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan ini. Kajian teori berisi tentang teori yang terkait sehingga berguna sebagai perspektif dalam penelitian.

¹⁶ Ibid., 99.

Bab tiga, Metode Penelitian. Bab ini berisi metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, dan keabsahan data.

Bab empat, Penyajian Data. Bab ini berisi gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis data, serta membahas tentang temuan dari penelitian di lapangan.

Bab lima, Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta berisi saran yang bersifat konstruktif/membangun.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan maupun yang belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan lain sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan perbedaan penelitian yang hendak dilakukan. Penelitian terdahulu mendasari penelitian ini pernah dilakukan oleh beberapa peneliti tetapi setiap penelitian terdapat keunikan tersendiri. Hal ini karena adanya perbedaan tempat penelitian, objek penelitian dan literatur yang digunakan peneliti.¹⁷

Penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nurfaidah Rezky Mustafa mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar pada tahun 2017 dengan judul “*Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar*”. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana bentuk strategi Humas Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar dalam meningkatkan citra positifnya?

¹⁷ Tim Penyusun, *Pedoman*, 73.

b. Apakah faktor pendukung dan penghambat pada pelaksanaan strategi Humas Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar dalam meningkatkan citra positifnya?

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini berusaha menggambarkan data secara obyektif berdasarkan data atau fakta yang ditemukan. Lokasi penelitian ini bertempat di Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar yang beralamat di Jalan Hatta No.2 Makassar Sulawesi selatan. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, display data, dan konklusi data. Hasil penelitian ini antara lain: 1) bentuk strategi humas Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar yaitu dengan menciptakan suasana nyaman di kantor, pelayanan terbaik terhadap publik, dan menggunakan media secara langsung maupun tidak langsung. 2) Faktor pendukung pada pelaksanaan strategi humas Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar yaitu Teknologi dan Informasi Komputer yang baik dan cepat serta memiliki hubungan baik dengan jurnalis media. Sedangkan, faktor penghambat strategi humas Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar adalah humas belum dapat berfungsi maksimal karena pengurus humas masih berfungsi ganda merangkap sebagai staf umum, terbatasnya waktu yang dimiliki pengurus humas sehingga tidak dapat melayani publik eksternal

secara maksimal serta ketidakpuasan publik internal dengan hasil kerja humas yang kadang lambat dalam melayani publik.¹⁸

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang strategi hubungan masyarakat, dan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai variabel dependen atau variabel terikat menggunakan citra kantor dan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan dunia usaha/dunia industri. Fokus penelitian dan pembahasannya pun juga berbeda.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Hermawati mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatra Utara tahun 2017 dengan judul “*Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang*”. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang?
- b. Apa faktor pendukung dan penghambat manajer humas dalam membangun citra madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang?

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kabupaten

¹⁸ Nurfaidah Rezky Mustafa, *Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar* (Skripsi UIN Alauddin Makassar: Makassar, 2017)

Deli Serdang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi. Metode analisa data menggunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan data. Hasil penelitian ini antara lain: 1) Strategi yang diterapkan manajer humas dalam membangun citra madrasah adalah memahami keadaan internal dan eksternal madrasah, memperbaiki kondisi fisik maupun non fisik madrasah, pengenalan madrasah kepada masyarakat dan menjalin kerjasama dengan instansi lain, dengan mempertimbangkan factor-faktor pendukung dan menghambat manajer humas dalam membangun citra madrasah sehingga dapat menghasilkan kesan positif dari berbagai pihak dan mendapat citra yang baik dimata masyarakat baik internal maupun eksternalnya. Sehingga dapat terwujudnya madrasah yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan pendidikan masyarakat sekitar, meningkatnya kualitas pendidikan masyarakat, menjadikan madrasah sebagai pendorong utama pusat kegiatan keagamaan, serta meningkatnya kepercayaan terhadap keberadaan madrasah. 2) Faktor pendukung manajer humas dalam membangun cintra madrasah yaitu adanya kerjasama dengan alumni yang bekerja sebagai jurnalis sehingga dapat membantu mempublikasikan prestasi-prestasi akademik maupun non akademik yang di capai oleh siswa/I serta kegiatan kegiatan yang di selenggarakan oleh MTs Negeri Lubuk Pakam Kab. Deli Serdang. Adapun faktor penghambat manajer humas dalam membangun citra madrasah diantaranya: tugas ganda

sebagai guru dan waka humas, selanjutnya keterbatasan anggaran, dan keterbatasan sarana dan prasarana bidang kehumasan.¹⁹

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang strategi hubungan masyarakat dan jenis dari penelitian juga memiliki kesamaan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu fokus penelitian dan pembahasannya berbeda. Penelitian sebelumnya meneliti tentang strategi hubungan masyarakat dalam membangun citra dan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti membahas tentang strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Afni Maulidah mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember tahun 2018 dengan judul *“Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Madrasah di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Bondowoso”*. Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana perencanaan humas dalam membangun citra madrasah di MAN Bondowoso?
- b. Bagaimana pelaksanaan dalam membangun citra madrasah di MAN Bondowoso?

¹⁹ Hermawati, *Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang* (Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara: Sumatera Utara, 2017).

c. Bagaimana evaluasi humas dalam membangun citra madrasah di MAN Bondowoso?

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis *field research*. Lokasi penelitian di Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur, observasi partisipasi pasif, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan model interaktif *Miles and Huberman* dengan langkah-langkah yang dilakukan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini antara lain: 1) Perencanaan humas dalam membangun citra madrasah sudah tertuang dalam RKT (Rencana Kerja Tahunan) dan secara umum tertuang RKM (Rencana Kerja Madrasah) yang meliputi pertama analisa kebutuhan humas dilakukan atas dasar analisa Waka Humas yaitu menetapkan target-target operasi humas, memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang dibutuhkan, memilih prioritas-prioritas yang paling penting guna menentukan: jumlah program dan waktu yang diperlukan guna melaksanakan segenap program humas yang telah diprioritaskan tersebut, kesiapan atau kelayakan pelaksanaan berbagai upaya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan. 2) Pelaksanaan humas dalam membangun citra madrasah

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Dan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang

akan dilakukan yaitu fokus penelitian dan pembahasannya berbeda. Penelitian sebelumnya meneliti tentang implementasi manajemen humas, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti membahas tentang strategi humas.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan
Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang

No.	Nama/Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Nurfaidah Rezky Mustafa mahasiswi UIN Alauddin Makassar tahun 2017 dengan judul “Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar”	Kesamaan dari kedua penelitian adalah sama-sama meneliti tentang strategi hubungan masyarakat	Perbedaan dari kedua penelitian adalah terletak pada variabel dependen (variabel terikat/variabel pendukung).
2.	Hermawati mahasiswi UIN Sumatra Utara tahun 2017 dengan judul “Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Madrasah di Madrasah	Kesamaan dari kedua penelitian adalah sama-sama meneliti tentang strategi hubungan masyarakat	Perbedaan dari kedua penelitian adalah fokus penelitian dan pembahasan

	Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang”.		
3.	Nur Afni Maulidah mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember tahun 2018 dengan judul “Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Madrasah di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Bondowoso”.	Kesamaan dari kedua penelitian adalah sama-sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif	Perbedaannya adalah penelitian sebelumnya membahas tentang implementasi manajemen humas, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang strategi humas

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.²⁰

²⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 46.

1. Konsep Dasar Humas

a. Definisi Humas

Menurut Howard Bonham (dalam Minan Jauhari, 2013:14) humas atau public relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau organisasi.

Menurut W. Emerson Rock (dalam Minan Jauhari, 2013:14) public relations adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari mereka.²¹

Menurut Frank Jefkins (dalam Morissan, 2010:8) terdapat begitu banyak definisi humas, namun ia sendiri memberikan batasan humas, yaitu “sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.²²

Pendapat lain tentang public relations membagi dalam pengertian secara umum, public relations adalah proses interaksi dimana public relations menciptakan opini publik sebagai input yang

²¹ Minan Jauhari, *Public Relations Membangun Citra Organisasi dengan Komunikasi* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 14.

²² Morissan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional* (Jakarta: Kencana, 2010), 8.

menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu organisasi. Publik yang menjadi sasaran humas adalah public intern dan ekstern.²³

Mendasar pada sejumlah pengertian dari beberapa pakar atau tokoh, apabila ditelaah sesungguhnya definisi Public Relations itu terdapat sejumlah poin penting yang dapat kita pahami, yaitu:

- 1) Public Relations (PR) adalah sebuah ilmu yang cabang keilmuannya berasal dari ilmu komunikasi. Sebagai suatu cabang keilmuan maka Public Relations (PR) bukan sekedar isu sementara tetapi mempunyai dasar berpikir yang dapat dijelaskan dan dipertanggung jawabkan melalui metode logika tertentu layaknya pengujian terhadap cabang keilmuan lainnya.
- 2) Citra adalah obyek dari PR yang telah menjadi kebutuhan dari institusi layaknya sumber daya yang telah ada seperti sumber daya manusia, sumber daya keuangan, sumber daya peralatan bahkan sumber daya pengetahuan.

²³ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), 24.

- 3) Mitra adalah subyek dari PR disamping institusi itu sendiri. Mitra adalah bagian dari operasi sebuah institusi, tanpa mitra sebuah institusi tidak dapat berjalan.
- 4) Kepentingan bersama adalah apa yang hendak dicari oleh dua institusi dalam koneksi satu dengan yang lain. Contoh nyata antara pembeli dan penjual mempunyai tujuan bersama yaitu tercapai kesepakatan untuk melakukan transaksi jual beli.²⁴

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Humas atau Public Relations adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama dan pemenuhan kepentingan bersama.

Dalam Islam, Public Relations atau humas sangat identik dengan dakwah yang berfungsi mengenalkan Islam pada umat manusia. Pada zaman Nabi Muhammad SAW, sejarah public relations sebenarnya bermula tatkala beliau mengutus Ja'far bin Abu Thalib untuk menyampaikan dakwah kepada Raja Najasyi di Habasyah. Hal itu terjadi pada tahun pertama hijriah. Selain karena ilmu agama dan hafalan Alquran nya yang bagus, Ja'far diutus Nabi

²⁴ Jauhari, *Public Relations Membangun Citra*, 18.

karena ia memiliki kemampuan retorika yang baik, serta memiliki nalar akademis yang sistematis.²⁵

Salah satu kunci utama kesuksesan Public Relations ala Rasulullah adalah membangun kredibilitas atau kepercayaan. Hal ini bisa dilihat dari sejarah beliau dalam berdakwah. Beliau sudah terkenal sebagai orang yang sangat jujur di tengah-tengah masyarakat, sehingga dijuluki Al-Amin (dapat dipercaya). Kompetensi Nabi Muhammad dalam berdakwah sudah tidak dapat diragukan lagi. Nabi Muhammad memiliki semua kunci keberhasilan dalam dakwah, baik dari segi metode, teknik komunikasi, penguasaan materi, maupun kemampuan memahami dan menyelami siapa yang beliau hadapi. Nabi Muhammad memiliki kepiawaian komunikasi efektif dan kemampuan dalam mengemas pesan yang ingin disampaikan serta mampu mempengaruhi lawan bicaranya.²⁶

b. Fungsi dan Tujuan Humas

Ilmu Manajemen menurut Ralph Currier dan Allan C. Filley dalam bukunya *Principles of Management* dikatakan bahwa istilah fungsi tersebut menunjukkan suatu tahap pekerjaan yang jelas dan dapat dibedakan, bahkan terpisah dari tahapan dengan pekerjaan yang lain. Oleh karena itu, humas dapat dikatakan berfungsi dalam suatu organisasi atau lembaga apabila humas tersebut telah

²⁵ Iqra' Al-Firdaus, *Kiat Hebat Public Relations Ala Nabi Muhammad SAW* (Jakarta: Penerbit Najah, 2013), 41.

²⁶ Ibid., 55.

menunjukkan suatu kegiatan yang jelas dan dapat dibedakan dari kegiatan lainnya.

Dalam konsepnya, fungsi dari humas yaitu:

- 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi
- 2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal
- 3) Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
- 4) Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum
- 5) Operasionalisasi dan organisasi public relations adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.²⁷

Sedangkan untuk tujuan utama dari public relation menurut Rosady Ruslan adalah:

- 1) Mempengaruhi perilaku seseorang atau individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya

²⁷ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 10.

penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan atau lembaga.

- 2) Menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.
- 3) Menumbuhkembangkan citra perusahaan atau lembaga yang positif untuk public internal dan eksternal.
- 4) Mendorong tercapainya saling pengertian antara public sasaran dengan perusahaan atau lembaga.
- 5) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan public relations.²⁸

c. Peran Humas

Menurut Rosady Ruslan, peran utama public relations atau humas pada intinya adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
- 2) Membina *relationship* yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
- 3) Peran *back up management* yaitu sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.

²⁸ Minan Jauhari, *Public Relations Membangun Citra Organisasi dengan Komunikasi* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 18.

- 4) Membentuk *corporate image* yaitu berupaya menciptakan citra positif bagi organisasi atau lembaganya.²⁹

Selain itu, peran humas di lembaga pendidikan menurut Zulkarnain Nasution antara lain:

- 1) Membina hubungan harmonis kepada public internal (dalam lingkungan pendidikan, seperti dosen atau guru, tenaga administrasi, dan siswa) dan hubungan kepada public eksternal (diluar lembaga pendidikan, seperti masyarakat, media massa, orang tua siswa dan lembaga atau instansi lain)
- 2) Membina komunikasi dua arah kepada public internal (dalam lingkungan pendidikan, seperti dosen atau guru, tenaga administrasi, dan siswa) dan hubungan kepada public eksternal (diluar lembaga pendidikan, seperti masyarakat, media massa, orang tua siswa dan lembaga atau instansi lain) dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian dan berbagai kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan.
- 3) Mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada di lembaga pendidikan maupun yang ada di masyarakat.

²⁹ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, 10.

- 4) Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang terdapat di dalam masyarakat.
- 5) Bersikap terampil dan menterjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan dengan baik.³⁰

Adapun peran humas dalam perspektif Islam berdasarkan

Alquran yaitu:

1) Pemberi peringatan

Allah Swt berfirman dalam Alquran Surat Al-Fath/48:8 yang berbunyi:

إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِيدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا

Artinya: “Sesungguhnya kami mengutus kamu sebagai saksi, pembawa berita gembira dan pemberi peringatan”

2) Menyebarkan informasi

يَأْتِيهَا الرِّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ

Artinya: “Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu) berarti kamu tidak menyampaikan amanat-Nya”

³⁰ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), 24.

- 3) Membangun kerjasama dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan public

و تَعَا وَتُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى . وَلَا تَعَا وَتُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”

- 4) Memberi peringatan atau menasehati pimpinan demi kepentingan umum

أَنْتَ بِمَلُومٍ . وَ ذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya: “Dan tetaplah memberi peringatan karena sesungguhnya peringatan itu bermanfaat bagi orang-orang yang beriman”

d. Kode Etik Humas

Public Relations atau humas dalam Islam memerlukan suatu kode etik yang berdasarkan Alquran dan Al- Hadis dan bukan berdasarkan kode etik barat. Kode etik yang bisa digunakan para praktisi public relatios dalam organisasi Islam yang bersumber dari Alquran dan Al- Hadis sebagai berikut:

1) Amanah

Amanah berarti setia dan jujur dalam melaksanakan sesuatu yang dipertanggungjawabkan bersama baik berupa tugas maupun materi. Amanah berlawanan dengan sifat khianat. Sifat ini terdapat dalam Alquran:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak..."
(QS. An-Nisa'/4: 58)

2) Menepati janji

Menepati janji berarti wajib bagi muslim untuk memenuhi setiap janji yang yang dibuat bersama, baik itu kepada muslim maupun non muslim. Firman Allah Swt. dalam Alquran:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman tepatilah janji-janjimu itu" (QS. Al-Ma'idah/5: 1).

Mengingkari janji merupakan perbuatan yang tidak sesuai dengan kepribadian seorang muslim, dalam Islam ini dinamakan munafik. Rasulullah saw. Bersabda: "Tanda orang minafik itu ada tiga yaitu apabila ia berbicara ia berdusta, apabila ia berjanji ia ingkar dan apabila ia diberi amanah berkhianat." (Bukhari Muslim)

3) Benar

Seorang muslim seharusnya berlaku benar dalam perkataan dan perbuatan. Benar dalam perkataan berarti menyatakan perkara yang benar dan tidak menyembunyikan rahasia untuk menjaga nama baik seseorang. Benar dalam perbuatan adalah mengerjakan sesuatu selaras dengan tuntutan agamanya. Allah menyuruh orang-orang beriman agar berlaku benar dan menyertai golongan-golongan yang benar dengan firmanNya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya: “Hai sekalian orang-orang yang beriman berbaktilah kepada Allah dan jadilah kamu termasuk dalam golongan orang-orang yang benar.” (QS.At-Taubah/9:119)

4) Ikhlas

Ikhlas berarti melakukan sesuatu pekerjaan semata karena Allah Swt. Dan tidak karena mengharap balasan, pujian atau kemashuran. Dalam Alquran Allah Swt meminta pada setiap muslim supaya ikhlas dalam beribadah, ”dan mereka hanya diperintahkan menyembah Allah dengan tulus ikhlas. Firman Allah Swt. dalam Alquran:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ

Artinya: “Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepada-Nya dalam (menjalankan) agama dengan lurus” (QS. Al-Bayyinah/98: 5).

Ikhlas ini bukan hanya dalam ibadah tetapi juga dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab sehari-hari.

5) Adil

Adil berarti memberikan hak kepada orang yang berhak tanpa menguranginya. Berlaku adil kepada sesama manusia, baik muslim maupun non muslim adalah perintah Allah sebagaimana firman-Nya QS. An-Nahl/16: 90 yang artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.

6) Sabar

Sabar berarti tabah menghadapi ujian, cobaan dan kesulitan. Allah Swt sangat suka pada orang-orang yang sabar, yaitu orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka mengucapkan: *Innaa lillaahi wa innaailaihi raajiun*. Sebagaimana Allah berfirman dalam

Alquran QS. Ali Imran/3: 146 yang artinya: “Mereka tidak menjadi lemah karena bencana yang menimpa mereka di jalan Allah, dan tidak lesu dan tidak (pula) menyerah (kepada musuh). Allah menyukai orang-orang yang sabar.

7) Kasih sayang

Kasih sayang kepada sesama manusia terutama kepada sesama manusia yang seagama dipandang tinggi dan digalakkan oleh Islam. Firman Allah swt. Dalam Alquran:

ثُمَّ كَانَ مِنَ الَّذِينَ ءَا مَنُؤًا وَتَوَّصَّوْا بِالصَّبْرِ وَتَوَّصَّوْا بِالرِّحْمَةِ

Artinya: ”Mereka saling berpesan dengan kesabaran, mereka saling berpesan dengan kasih sayang”

(QS. Al-Balad/90: 17).

Rasul saw. juga bersabda: “Siapa yang tidak bersifat kasih kepada yang ada di bumi, diapun tidak dikasihi oleh yang dilangit.” (Thabrani).

8) Pemaaf

Memaafkan kesalahan dan kekhilafan orang sangatlah dianjurkan oleh Islam. Allah swt. berfirman:

وَلْيَعْفُوا وَلْيَصْفَحُوا أَلَا تُحِبُّونَ أَنْ يَغْفِرَ اللَّهُ لَكُمْ وَاللَّهُ عَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: ”Dan hendaklah mereka memaafkan dan merelakan. Tidaklah kamu suka bahwa Allah mengampuni dosamu? Allah maha penyayang lagi pengasih” (QS, An-Nur/24: 22).

9) Berani

Berani berarti mampu menguasai nafsu dan jiwa pada waktu marah dan dalam keadaan dicoba. Berani juga merupakan suatu sikap kepatutan bukan bersifat membabi buta.

Sebagaimana Rasulullah bersabda: "Bukanlah dinamakan berani orang yang kuat bergaul. Sesungguhnya orang yang berani itu ialah orang yang sanggup menguasai dirinya pada waktu marah" (Muttafaqun Alaihi).

Selain mampu mengendalikan perasaan marah seorang muslim juga harus berani menyatakan yang benar, berarti mengakui kesalahan, membuat keputusan.

Mencoba sesuatu yang inovatif dan mempertahankan keyakinan atau pendirian.³¹

2. Strategi Humas

a. Definisi Strategi Humas

Secara etimologi istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategos* atau *Strategus* dengan kata jamak strategi. *Strategos* berarti jenderal tetapi dalam bahasa Yunani kuno berarti perwira negara (*state officer*) dengan fungsi yang luas.

Sedangkan secara terminologi banyak ahli telah mengemukakan definisi strategi dengan sudut pandang yang

³¹ Dr. Rahmat Hidayat dan Dr. H. Candra Wijaya, *Ayat-Ayat Alquran Tentang Manajemen Pendidikan Islam* (Medan: LPPPI, 2017), 144.

berbeda-beda namun pada dasarnya kesemuanya itu mempunyai arti atau makna yang sama yakni pencapaian tujuan secara efektif dan efisien. Diantara para ahli yang merumuskan tentang definisi strategi tersebut salah satu proses dimana untuk mencapai suatu tujuan dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi pada suatu persaingan guna mencapai sasaran.

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi suatu perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. strategi Publik Relations membutuhkan komunikasi yang efektif yang melibatkan komunikator dengan segala kemampuan (comunikations skill) untuk mempengaruhi konsumen dengan dukungan berbagai aspek teknis dan praktis dalam bentuk strategi dalam pencapaian tujuan.³²

Strategi berbeda dengan metode ataupun teknik. Metode merupakan jabaran dari suatu strategi. Metode adalah suatu prosedur yang difokuskan ke pencapaian tujuan.

Sedangkan teknik merupakan cara yang dilakukan seseorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode.³³

Teori strategi humas atau yang lebih dikenal dengan bauran public relations dikemukakan oleh Thomas L.Harris dalam bukunya

³² Iwan Puwanto, *Manajemen Strategi Pedoman Jitu dan Efektif Membidik Sasaran Perusahaan Melalui Analisis Aspek Internal & Eksternal* (Bandung: CV.Yrama Widya, 2006), 77.

³³ Ibid, 78.

Marketer's Guide to Public Relations (dalam Rosady Ruslan, 2002:12) Strategi humas yang digagas oleh Thomas L. Harris merujuk atau bermula dari pendapat Philip Kotler dalam bukunya yang berjudul *Harvard Business Review* yang menggagas teori *megamarketing* atau bauran pemasaran dengan prinsip 4-P yaitu *product, price, promotios and placement*. Dari teori tersebut, kemudian dikembangkan oleh Thomas L. Harris menjadi strategi humas atau bauran public relation dengan formula 6-P. Jika Philip Kotler menggunakan 4P, Thomas L. Harris menggunakan formula 6P dengan menambah power yang menyanggah potensi mendorong (*push strategi*) dan public relations yang berpotensi menjadi menarik (*pull strategi*).³⁴

Strategi Public Relations merupakan usaha menjalin berbagai hubungan positif dengan publik internal dan eksternal dalam berbagai aktivitas seperti menginformasikan, menerangkan, menyarankan, membujuk, mengundang dan meyakinkan.³⁵

b. Macam-macam Strategi Humas

Strategi humas atau lebih sering dikenal dengan bauran public relation menurut Thomas L. Harris (dalam Minan Jauhari, 2013: 37) adalah sebagai berikut:

³⁴ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 12.

³⁵ Athis, "Strategi Komunikasi Public Relations", *Jurnal Sosial Budaya Vol.8 No.02*, 1 (Juli, 2011), 191.

1) Publications (Publikasi/Publisitas)

Publikasi adalah cara humas dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya.³⁶

Setiap fungsi dan tugas public relations adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik. Setelah itu, menghasilkan publisitas untuk memperoleh tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat. Dalam hal ini, tugas humas adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pihak pers/wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilinya.³⁷

2) Event (Penyusunan Program Acara)

Setiap event atau kegiatan yang dilakukan oleh humas dalam penyebaran informasi kepada khalayaknya menjadi pusat perhatian masyarakat. Merancang acara tertentu atau lebih dikenal dengan peristiwa khusus (*special events*) yang dipilih dalam jangka waktu, tempat, dan obyek tertentu yang khusus sifatnya untuk

³⁶ Jauhari, *Public Relations Membangun Citra*, 37.

³⁷ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 13.

mempengaruhi opini public. Biasanya event tersebut ada beberapa jenis, diantaranya sebagai berikut:

a) Callender Event

Callender event (regular event) dilaksanakan pada bulan tertentu sepanjang tahun, seperti menyambut perayaan nasional seperti hari raya Idul Fitri, hari raya Idul Adha, perayaan Maulid Nabi, hari natal, dan lain sebagainya.

b) Special Event

Special event yaitu acara yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen tertentu diluar acara rutin dari program kerja public relations, misalnya pembukaan kantor baru, pembukaan gedung baru, program baru lembaga, menyambut karyawan baru, dan lain sebagainya.

c) Moment Event

Moment event yaitu event atau acara yang bersifat momentum atau lebih khusus lagi, misalnya menyambut pesta perayaan ulang tahun lembaga, dan lain sebagainya.³⁸

³⁸Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*, 14.

3) News/Berita

Informasi atau berita dikomunikasikan kepada khalayak dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Informasi atau berita yang disampaikan bertujuan agar dapat diterima oleh khalayak dan mendapatkan respons yang positif. Public relations berupaya menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, dan *bulletin*. Untuk itulah seorang public relations, mau tidak mau harus mempunyai kemampuan untuk menulis, karena sebagian besar tugasnya untuk tulis-menulis.

4) Community Involvement (Hubungan dengan Khalayak)

Community Involvement atau hubungan dengan khalayak merupakan keterlibatan dan mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu untuk menjaga hubungan baik (*community relations and humanity relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.³⁹ Hubungan dengan khalayak merupakan relasi yang dibangun dengan khalayak (stake holder, stock holder, media, masyarakat di sekitar perusahaan atau organisasi, dan lain-lain).⁴⁰

5) Corporate Identity (Citra Perusahaan)

³⁹ Ibid., 14.

⁴⁰ Minan Jauhari, *Public Relations Membangun Citra Organisasi dengan Komunikasi* (Jember: STAIN Jember Press, 2013), 38.

Corporate Identity atau citra perusahaan yaitu memberitahukan sesuatu kepada public atau menarik perhatian public, sehingga diharapkan akan memperoleh tanggapan berupa citra positif dari suatu proses “nothing” diupayakan menjadi “something”. Dari tidak tahu menjadi tahu, setelah itu menjadi suka dan kemudian diharapkan timbul sesuatu (something) yaitu berupa citra. Oleh karena itu seorang public relations harus berupaya menciptakan dan mempertahankan citra positif suatu organisasi/lembaga.⁴¹

6) Lobbying and Negotiation (Teknik lobi dan negosiasi)

Teknik lobi dan negosiasi adalah sebuah rencana baik jangka panjang atau jangka pendek yang dibuat okeh humas dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan. Dengan perencanaan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik dan dapat meminimalisasi kegagalan.⁴²

Keterampilan untuk melobi secara pendekatan pribadi dan kemudian kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi praktisi humas disuatu lembaga atau organisasi, tujuannya agar semua rencana, ide, atau gagasan kegiatan suatau lembaga atau organisasi

⁴¹ Minan Jauhari, *Public Relations*, 38.

⁴² *Ibid.*, 38.

sebelum dimasyarakatkan perlu diadakan pendekatan untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh sehingga timbul saling menguntungkan (*win-win solution*).⁴³

Dalam penelitian ini, peneliti lebih fokus menggunakan tiga strategi humas yaitu strategi publikasi, strategi membangun hubungan dengan khalayak serta strategi negoisiasi.

c. Tujuan Strategi Humas

Dalam proses penerapan strategi Publik Relations membutuhkan komunikasi yang efektif yang melibatkan komunikator dengan segala kemampuan (*comunications skill*) untuk mempengaruhi konsumen dengan dukungan berbagai aspek teknis dan praktis dalam bentuk taktik atau strategi dalam pencapaian tujuan. Tujuan tersebut bersifat internal dan eksternal.

Tujuan yang bersifat internal dapat mencakup pada beberapa hal yaitu:

- 1) Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap dan tingkah laku publik terhadap perusahaan terutama ditujukan pada kebijaksanaan perusahaan.

⁴³ Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*, 15.

- 2) Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijakan yang sedang dijalankan guna mencapai suatu tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak mengabaikan kepentingan publik
- 3) Memberi penerangan pada karyawan mengenai suatu kebijakan perusahaan yang bersifat objektif serta menyangkut berbagai aktivitas dan perkembangan perusahaan
- 4) Merencanakan penyusunan staf yang efektif bagi penegasan kegiatan yang bersifat internal public relations dalam perusahaan

Pada sisi lain, tujuan public relations yang bersifat eksternal dapat mencakup beberapa hal yaitu:

- 1) Memperluas langganan atau pemasaran
- 2) Memperkenalkan suatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi konsumen.
- 3) Mencari dan mengembangkan modal
- 4) Memperbaiki citra perusahaan terhadap persepsi masyarakat guna mendapatkan opini yang positif.⁴⁴

⁴⁴ Athis, "Strategi Komunikasi Public Relations", 193.

3. Humas dalam Menjalani Kerjasama

Publik sasaran dari kegiatan humas terbagi menjadi dua kelompok besar, yakni publik intern dan publik ekstern.⁴⁵

a) Membina hubungan ke dalam (*publik internal*)

Yang dimaksud dengan *publik internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri.

b) Membina hubungan keluar (*public eksternal*)

Yang dimaksud *public eksternal* adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.⁴⁶

Bentuk-bentuk hubungan sekolah dengan *publik ekstern* meliputi:

- (1) Hubungan sekolah dengan dengan orang tua siswa dan warga masyarakat.
- (2) Hubungan Sekolah dengan Alumni. Dari para alumni, sekolah memperoleh masukan tentang kekurangan sekolah yang perlu dibenahi, upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk perbaikan.

(3) Hubungan dengan Dunia Usaha/Dunia Industri:

⁴⁵ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 107.

⁴⁶ Ruslan, *Manajemen Public Relation*, 23.

- (a) Mengundang tokoh yang berhasil untuk datang ke sekolah
 - (b) Mengirim para anak didik ke dunia usaha/dunia kerja. Tentu ini akan menguntungkan kedua belah pihak. Dunia usaha/ dunia kerja memperoleh tenaga kerja dengan mudah, sedangkan para siswa mendapatkan pengalaman kerja yang berharga.
- (4) Hubungan dengan instansi lain
- (a) Hubungan dengan sekolah lain. Hubungan kerjasama ini dapat juga dibina melalui Kelompok Kerja Kepala Madrasah.
 - (b) Hubungan dengan Lembaga/Badan-badan Pemerintahan Swasta.⁴⁷

Hubungan antar individu didalam organisasi bersifat esensial terutama dalam aktivitas kerjasama untuk mencapai tujuan. Keterampilan hubungan manusia (*human skills*) adalah kemampuan seseorang dalam hal ini manajer atau kepala sekolah dalam bekerjasama, memahami aspirasi dan memotivasi anggota organisasi guna memperoleh partisipasi yang optimal guna mencapai tujuan.

Keterampilan hubungan manusia (humas) dalam organisasi pendidikan adalah kemampuan kepala sekolah untuk mendirikan sistem komunikasi dua arah yang terbuka dengan personel sekolah dan

⁴⁷ Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Aditya Media Yogyakarta, 2009), 362-363.

anggota masyarakat lainnya untuk menciptakan suasana kepercayaan terhadap sekolah dan meningkatkan unjuk kerja. Dalam hal menjalin kerjasama, humas tidak berjalan sendiri, melainkan dibantu dan didukung secara penuh oleh kepala sekolah atau kepala madrasah.⁴⁸

Kerjasama merupakan sifat sosial, bagian dari kehidupan masyarakat yang tidak dapat dielakkan oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam bidang pendidikan muncul berbagai metode pembelajaran yang lebih menitikberatkan pada kerjasama, antara lain seperti diungkapkan oleh Johnson pada umumnya memberikan batasan tentang pengertian kerjasama mirip satu sama lain.

Kerjasama adalah bekerja bersama untuk mencapai tujuan yang diinginkan bersama. Menurut Johnson karakteristik suatu kelompok kerjasama terlihat dari adanya lima komponen yang melekat pada program kerjasama tersebut, yakni:

- a) Adanya saling ketergantungan yang positif diantara individu-individu dalam kelompok tersebut untuk mencapai tujuan
- b) Adanya interaksi tatap muka yang dapat meningkatkan sukses satu sama lain diantara anggota kelompok
- c) Adanya akuntabilitas dan tanggungjawab personal individu

⁴⁸ Wahyudi, *Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Organisasi Pembelajaran* (Bandung: Alfabeta, 2009), 71.

d) Adanya keterampilan komunikasi interpersonal dan kelompok kecil

e) Adanya keterampilan bekerja dalam kelompok.⁴⁹

Seorang kepala sekolah merupakan mata rantai penting diantara hubungan sekolah setempat dengan masyarakat yang lebih luas. Oleh sebab itu, apabila proses mengajar dan belajar akan ditingkatkan, maka dukungan intelektual, teknis dan material harus dimanfaatkan secara tepat. Demikian pula hubungan dengan masyarakat yang memberikan dukungan dalam pengembangan program perbaikan sekolah, perlu diusahakan secara terus-menerus.

Ada dua hal penting yang perlu dilakukan oleh kepala sekolah, yaitu bagaimana memperoleh dukungan perbaikan dari masyarakat dan yang kedua, bagaimana memanfaatkan sumber-sumber daya yang diperoleh secara tepat, sehingga mampu meningkatkan proses belajar dan mengajar.

a) Memperoleh Dukungan Perbaikan

Dalam rangka untuk mewujudkan suatu perubahan penting dalam pendidikan, seorang kepala sekolah memerlukan dukungan banyak sumber-sumber daya dari masyarakat.⁵⁰

⁴⁹ Bekti Wulandari, "Peningkatan Kerjasama dalam Tim Melalui Pembelajaran Berbasis Lesson Study, *Jurnal Electronics, Informatics and Vocational Education*, 1 (November, 2015), 12.

⁵⁰ Wahjosumidjo, *KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 343.

Kepala sekolah mampu mempergunakan kepemimpinannya didalam membangun saluran komunikasi responsif yang mengarahkan arus informasi ke bawah, paralel, dan ke atas di lingkungan organisasi sekolah, maupun ke luar di lingkungan masyarakat yang lebih luas.⁵¹

Dukungan perbaikan dari masyarakat dapat diperoleh apabila saluran komunikasi dua arah dapat ditegakkan dan dipelihara. Hanya dengan dilaksanakannya komunikasi dua arah, kerjasama dan diatasinya segala macam konflik, memungkinkan terwujudnya usaha kerjasama untuk melaksanakan satu perubahan pendidikan yang penting di sekolah.⁵²

b) Penggunaan Sumber Daya Eksternal

Seorang kepala sekolah bertanggungjawab membangun kerjasama yang tepat antara sebuah sekolah dengan aparat-aparat pembaharuan pendidikan, dan organisasi-organisasi yang bertanggungjawab dalam pengelolaan produksi dan desiminasi pengetahuan. Dalam menggunakan sumber-sumber tersebut kepala sekolah bertanggungjawab memberikan penjelasan betapa

⁵¹ Wahjosumidjo, *KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH*, 344.

⁵² *Ibid.*, 345.

pentingnya peran sumber daya manusia, orientasi pelatihan dan konsultasi, interaksi *face to face*, seringnya hubungan kerja sama dalam rangka melaksanakan perbaikan secara terprogram.⁵³

Kepala sekolah profesional tidak saja dituntut untuk melaksanakan berbagai tugasnya di sekolah, tetapi ia juga harus mampu menjalin hubungan kerjasama dengan masyarakat dalam rangka membina pribadi peserta didik secara optimal. Kerjasama ini penting karena banyak persoalan yang tidak dapat diselesaikan oleh sekolah secara sepihak, atau sering terjadi kesalahpahaman, perbedaan persepsi antara pihak sekolah dengan masyarakat.

Kepala sekolah dituntut untuk senantiasa berusaha membina dan mengembangkan hubungan kerjasama yang baik antara sekolah dan masyarakat guna mewujudkan sekolah yang efektif dan efisien. Hubungan yang harmonis ini akan membentuk saling pengertian antara sekolah, orang tua, masyarakat dan lembaga-lembaga lain yang ada di masyarakat, termasuk dunia kerja (dunia usaha/dunia industri).⁵⁴

Kerjasama sekolah dan masyarakat mempunyai fungsi lebih baik yaitu:

⁵³ Ibid., 346.

⁵⁴ Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah PROFESIONAL* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 187.

- (1) Mengembangkan demokrasi dalam pendidikan dimana tanggung jawab pendidikan di tangan sekolah dan masyarakat
- (2) Sekolah sebagai lembaga pendidikan tidak terlepas dari masyarakat perlu berinteraksi dengan masyarakat karena mempunyai fungsi sosial dengan masyarakat.
- (3) Pembinaan pendidikan sekolah masyarakat dapat memberikan bantuan pembiayaan secara ekonomi untuk suksesnya program sekolah
- (4) Masyarakat menjadi sumber belajar bagi sekolah, karena itu kerjasama ini akan sangat berharga bagi pendidikan dan latihan kepada siswa.⁵⁵

Dalam konsep Islam kerjasama antar individu maupun lembaga yang dapat membentuk *ukhuwah islamiyah* (QS. Al-Hujurat: 49, Al-Anfal: 8) dapat terwujud dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) *Ta'aruf* (saling mengenal), yaitu melaksanakan proses saling mengenal secara fisik, pemikiran dan kejiwaan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

⁵⁵ Mulyadi, *Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Mengembangkan Budaya Mutu* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 75.

- b) *Tafahum* (saling memahami), yaitu melaksanakan proses saling memahami dengan menyatukan hati (QS Al-Anfal: 60), menyatukan pemikiran dan menyatukan amal.
- c) *Tarahum* (saling mengasihi), yaitu melaksanakan proses saling mengasihi, baik secara lahir, batin maupun pikiran. (QS Al-Fatihah: 1-3, Al-Baqarah: 112)
- d) *Ta'awun* (saling kerjasama), yaitu melaksanakan proses saling menolong (QS Al-Maidah: 2), secara hati (saling mendoakan), secara pemikiran (berembug, berdiskusi dan menasihati) serta berwujud dalam bentuk amal saleh (bantu membantu).
- e) *Takaful* (saling menanggung), yaitu melaksanakan proses saling menanggung setelah terjadinya proses *ta'awun* dengan bentuk: hati saling menyatu dan saling percaya.

Dari kelima proses tersebut, muncul kerjasama yang saling menguntungkan bahkan dalam lingkup yang luas muncul kesatuan barisan dan juga kesatuan umat.⁵⁶

4. Konsep Dunia Usaha/Dunia Industri

Usaha adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian, yang dilakukan oleh setiap pengusaha untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba. Usaha juga diartikan

⁵⁶ Mulyono, *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2008), 207.

sebagai kegiatan dengan mengarahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud.⁵⁷

Menurut Harmaizar, usaha (perusahaan) adalah bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus menerus agar mendapatkan keuntungan, baik yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, didirikan dan berkedudukan di suatu tempat.

Dunia usaha atau yang sering dikenal sebagai istilah perusahaan adalah suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi atau faktor-faktor produksi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.⁵⁸

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri sering dikenal sebagai badan atau kegiatan yang bertujuan untuk mengolah bahan mentah menjadi suatu komoditi atau proses menambah nilai guna suatu barang.⁵⁹

Menurut I Made Sandi, industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga

⁵⁷ Juliana Ifnul Mubarak, *Kamus Istilah Ekonomi* (Bandung: Yrama Widya, 2013), 269.

⁵⁸ Penti Suryani, *Manajemen Agribisnis* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 12.

⁵⁹ Juliana, *Kamus Istilah Ekonomi*, 99.

barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya.

Menurut Departemen Perindustrian, Undang-Undang Republik Indonesia nomor 5 tahun 1984, yang dimaksud industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, baku, setengah jadi dan barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancangan bangunan dan perkerjasama industri.⁶⁰

Berdasarkan jumlah tenaga kerja, industri dapat dibedakan menjadi empat, yaitu:

a) Industri rumah tangga

Industri yang jumlah tenaganya kurang dari empat orang dan biasanya industri ini hanya dikerjakan oleh anggota keluarga sendiri.

b) Industri kecil

Industri yang jumlah tenaganya antara 5-19 orang

c) Industri sedang

Industri yang jumlah tenaganya antara 20-99 orang

d) Industri besar

Industri yang jumlah tenaganya diatas 100 orang.⁶¹

Dunia usaha atau industri merupakan salah satu elemen yang penting dalam dunia ketenagakerjaan. Hal ini tidak bisa dipungkiri karena dunia usaha atau dunia industri merupakan salah satu penyerap

⁶⁰ Mutaiara Ayuningtyas Permana, "Pola Persebaran Industri", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2016), 6.

⁶¹ Juliana Ifnul Mubarak, *Kamus Istilah Ekonomi* (Bandung:Yrama Widya, 2013), 99.

tenaga kerja yang cukup dominan sehingga diperlukan adanya penyesuaian antara dunia usaha atau dunia industri dengan dunia pendidikan sebagai sumber penghasil tenaga kerja.

Dalam keputusan Menteri Pendidikan dan kebudayaan tentang Sekolah Menengah Kejuruan BAB XIV Pasal 32 Kerjasama dengan Dunia Kerja menyebutkan:

- a) SMK dapat mengadakan kerjasama dengan dunia kerja.
- b) Kerjasama dengan dunia kerja bertujuan meningkatkan kesesuaian program SMK dengan kebutuhan dunia kerja.
- c) Kerjasama dengan dunia kerja diusahakan dengan azas saling menguntungkan.

Kemudian dalam keputusan Menteri Pendidikan dan kebudayaan tentang Sekolah Menengah Kejuruan BAB XIV Pasal 33 Kerjasama dengan Dunia Kerja menyebutkan kerjasama sebagaimana dimaksud dalam pasal 32 meliputi kegiatan:

- a) Saling memberi informasi tentang perkembangan ilmu pengetahuan teknologi dan kesenian
- b) Saling memberi informasi tentang kebutuhan dan tersedianya tenaga kerja
- c) Saling mendayagunakan sumber daya kedua belah pihak
- d) Tukar menukar kesempatan untuk memahirkan dan memutahirkan kemampuan staff
- e) Kerjasama unit produksi dan promosi

- f) Pengalaman kerja lapangan bagi siswa dan magang bagi guru
- g) Evaluasi kurikulum dan hasil belajar
- h) Sertifikasi keahlian kejuruan
- i) Penempatan dan penelusuran tamatan.⁶²



⁶² *Petunjuk Pelaksanaan Sistem Pendidikan Nasional* (Jakarta: CV Eko Jaya, 2000), 60.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Bogdan dan Taylor mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁶³

Penelitian ini disebut kualitatif karena penelitian ini bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, sosial, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁶⁴ Dapat dikatakan penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik dari fenomena. Salah satu dari ciri utama dari deskriptif adalah paparannya yang bersifat naratif (banyak uraian kata-kata). Umumnya penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang menyangkut pertanyaan *what*, *how*, dan *why*. Apabila semua aspek dari fenomena sudah berhasil dijelajahi, maka peneliti ingin menggambarkan

⁶³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 4.

⁶⁴ *Ibid.*, 6.

karakteristik dari fenomena utuh dan menyeluruh dengan uraian kata-kata dan kalimat yang naratif.⁶⁵

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan atau *field reseacrh* yaitu penelitian yang dilakukan ditempat terjadinya gejala-gejala yang diselidiki.⁶⁶

Alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penelitian yang akan dilakukan ini berusaha untuk mendeskripsikan strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember. Data yang dihasilkan berupa kata-kata tertulis atau lisan dari subyek penelitian dan fenomena yang diamati secara intensif, terperinci, dan mendetail.

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dijadikan tempat penelitian adalah Sekolah Menengan Kejuruan (SMK) Nurul Islam Jember. Lokasi ini terletak di Jalan Pangandaran No.52 Plinggan, Antirogo, Sumbersari, Kabupaten Jember Provinsi Jawa Timur. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut dikarenakan beberapa pertimbangan yang sesuai dengan topik penelitian.

⁶⁵ Nurul Ulfatin, *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan:Teori dan Aplikasinya Studi Kasus, Etnografi, Interaksi Simbolik dan Penelitian Tindakan pada Konteks Manajemen Pendidikan* (Malang: Media Nusa Creative, 2017), 25.

⁶⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitain Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992), 62.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian atau responden adalah pihak-pihak yang dijadikan sampel dalam sebuah penelitian. Subyek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenaunya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang memanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.⁶⁷

Teknik penentuan subyek penelitian yang digunakan adalah *Purposive*, yakni dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti.⁶⁸

Dalam subyek penelitian dilaporkan sumber data dan jenis data. Sumber data dalam penelitian kualitatif terdiri dari dua macam yaitu sumber manusia dan non manusia. Data non manusia dalam penelitian ini adalah berupa kata-kata dan sumber data tertulis berupa arsip, dokumen sekolah.⁶⁹ Sedangkan sumber manusia yang sekaligus menjadi informan adalah:

1. Kepala SMK Nurul Islam Jember (Bapak Haryono)
2. Waka Humas SMK Nurul Islam Jember (Bapak Untung dan Bapak Ali

Hasan

⁶⁷ Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Tindakan Kelas & Studi Kasus* (CV Jejak: Bima, 2017), 152.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2016), 300.

⁶⁹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 43.

3. Ketua Program Studi/Ketua Jurusan (Bapak Dhani Suherman, Bapak Riant Perdana dan Bapak Firlani Romadhon)
4. Dunia Usaha/Dunia Industri (Bapak Purwanto)

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁷⁰

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Metode Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja dengan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan seiring dengan bantuan alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil maupun yang sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas.

Penelitian ini menggunakan metode observasi partisipasi pasif (*passive participation*): *means the research is present at the scene of action but does not interact or participate*. Jadi dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat

⁷⁰ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 308.

dalam kegiatan tersebut.⁷¹ Metode observasi ini digunakan oleh peneliti yang tujuannya untuk mengungkapkan data-data sebagai berikut:

- a. Lokasi dari Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
- b. Strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
- c. Strategi humas dalam membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
- d. Strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
- e. Kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan strategi humas dalam Menjalin Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember

2. Metode Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara* (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan *terwawancara* (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁷²

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semiterstruktur. Jenis wawancara ini termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya peneliti lebih bebas bertanya dan peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah

⁷¹ Ibid., 312.

⁷² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 186.

tersusun secara sistematis dan lengkap, melainkan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan dinyatakan.

Tujuan dari wawancara semiterstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.⁷³

Metode wawancara ini digunakan oleh peneliti yang tujuannya untuk mengungkapkan data-data sebagai berikut :

- a. Strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
 - b. Strategi humas dalam membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
 - c. Strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
3. Dokumenter

Dokumenter atau dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

⁷³ ⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2016), 312.

Hasil penelitian akan semakin kredibel apabila didukung oleh dokumentasi baik berupa foto-foto, karya tulis akademik, seni yang telah ada,dll.⁷⁴

Metode dokumenter ini digunakan oleh peneliti yang tujuannya untuk mengungkapkan data-data sebagai berikut

- a. Letak geografis Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
- b. Sejarah berdirinya Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
- c. Visi dan Misi Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
- d. Struktur organisasi Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
- e. Data tentang tenaga pendidik dan tenaga kependidikan Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
- f. Data tentang peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
- g. Data tentang strategi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri
- h. Dokumen lain yang relevan dari berbagai sumber yang diakui validitasnya dalam memperkuat analisis objek pembahasan

E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus-menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan-pertanyaan analitis, dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian.

⁷⁴ Ibid., 329.

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditentukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis ketja seperti yang disarankan oleh data.⁷⁵

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman. Mereka mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.⁷⁶

Aktivitas dalam menganalisis data model Miles dan Huberman yaitu dengan :

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data merupakan proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi dan mengubah catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen dan temuan empirik lainnya. Letak

⁷⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 280.

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 337.

perbedaan antara reduksi data dengan kondensasi adalah terletak pada cara penyederhanaan data. Reduksi cenderung memilah sedangkan kondensasi menyesuaikan seluruh data yang dijarah tanpa harus memilah (mengurangi) data.

Data kondensasi terjadi terus-menerus sepanjang proyek yang berorientasi kualitatif. Bahkan sebelum data benar-benar terkumpul, data kondensasi antisipatif terjadi ketika peneliti memutuskan kerangka kerja konseptual, kasus yang akan diteliti, pertanyaan penelitian dan pendekatan pengumpulan data mana yang harus dipilih. Saat pengumpulan data berlanjut, selanjutnya dari data kondensasi terjadi penulisan ringkasan, pengkodean, pengembangan tema, pembuatan kategori, dan penulisan memo analitik. Proses kondensasi/transformasi data berlanjut setelah kerja lapangan selesai, sampai laporan akhir selesai.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sebuah pengorganisasian, penyatuan dari informasi yang memungkinkan untuk penyimpulan dari aksi.

Penyajian data ini dapat membantu untuk memahami apa yang terjadi dan dapat pula melakukan sesuatu, termasuk analisis yang lebih mendalam atau mengambil suatu aksi berdasarkan pemahaman tertentu.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Drawing and Verifying Conclusions*)

Penarikan kesimpulan yaitu sebuah kegiatan analisis yang penting untuk menarik kesimpulan dan verifikasi. Awal mula pengumpulan data dilakukan oleh seorang penganalisis kualitatif dimulai dari mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan penjelasan, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan tidak akan muncul sampai pengumpulan data selesai, tergantung pada banyaknya kumpulan dari catatan yang dilakukan dilapangan, pengkodeannya, penyimpanannya, dan metode pencarian ulang serta kecakapan peneliti.⁷⁷

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep keshahihan (validitas) dan keandalan (realibilitas).

Keabsahan data dilakukan untuk memperoleh hasil yang valid dan dapat dipercaya oleh semua pihak. Pengujian keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap suatu data tersebut.⁷⁸

Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

⁷⁷ Miles M. B. Huberman dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analisis: A Methods Soursbook* (California: SAGE Publication, 2014), 13.

⁷⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 330.

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber yaitu menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh misalnya untuk menguji kredibilitas data tentang perilaku murid, maka pengumpulan dan pengujian data yang telah diperoleh dilakukan ke guru, teman murid yang bersangkutan, dan orang tuanya. Data dari ketiga sumber tersebut tidak bisa dirata-ratakan seperti di penelitian kuantitatif, tetapi data tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data tersebut.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik yaitu menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dari wawancara, lalu dicek dengan observasi, dan dokumentasi. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar.⁷⁹

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 373.

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya dan sampai pada penulisan laporan.⁸⁰

Dalam hal ini tahap-tahap penelitian yang dilakukan oleh peneliti diantaranya adalah:

1. Tahap Pra Lapangan

Dalam tahap penelitian pra lapangan terdapat enam tahapan. Tahapan tersebut juga dilalui oleh peneliti sendiri, adapun enam tahapan tersebut adalah:

a. Menyusun rencana penelitian

Pada tahap ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul kepada ketua prodi yaitu Bapak Nuruddin, M.Pd,I penyusunan matrik penelitian yang kemudian dikonsultasikan kepada dosen pembimbing Bapak Rif'an Humaidi, M.Pd.I dan penyusunan proposal hingga diseminarkan.

b. Memilih lapangan penelitian

Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian. Lapangan penelitian yang dipilih yaitu Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember.

⁸⁰ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember:IAIN Jember Press, 2017), 48.

c. Mengurus perizinan

Sebelum mengadakan penelitian, peneliti mengurus perizinan terlebih dahulu ke pihak kampus.

d. Menjajaki dan menilai lapangan

Setelah diberikan izin, peneliti mulai melakukan penjajakan dan menilai lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang, lingkungan sekolah, dll. Hal ini dilakukan agar mempermudah dalam menggali data yang dibutuhkan.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini peneliti mulai memilih informan untuk mendapatkan informasi yang dipilih, informan yang diambil dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, waka humas, ketua program studi/ketua jurusan dan dunia usaha/dunia industri.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Setelah semua selesai dari rancangan penelitian hingga memilih informan, maka peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian sebelum terjun ke lapangan yakni mulai dari menyiapkan kamera, alat perekam suara, buku catatan dan lain sebagainya.

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap ini, peneliti terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data-data mengenai fokus penelitian yang dijadikan sebagai bahan kajian dalam penelitian. Hal ini peneliti menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

3. Tahap Analisis Data

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari proses penelitian. Pada tahap ini peneliti mulai menyusun laporan dan mempertahankan hasil penelitian.⁸¹



⁸¹ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 127.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah berdirinya SMK Nurul Islam Jember

SMK Nurul Islam atau sering disebut SMK Nuris Jember adalah sebuah Sekolah Menengah Kejuruan di kota Jember yang berada dibawah naungan Pondok Pesantren Nurul Islam (NURIS) Antirogo Jember, dibawah Pengasuh Utama :

- a. KH. Muhyiddin Abdusshomad (Ketua)
- b. Gus Robith Qoshidi, Lc. (Wakil Ketua)

SMK Nuris Jember terletak di Jalan Pangandaran No. 48 Antirogo, Sumpalsari Kabupaten Jember. SMK Nuris berdiri pada tahun 2003. Sejak didirikan hingga saat ini SMK Nuris dipimpin oleh kepala sekolah yang bernama pak Haryono. Mulai awal berdiri hingga saat ini, SMK Nuris telah banyak meluluskan siswa yang memiliki keahlian profesional. Seperti yang disampaikan oleh bapak Haryono selaku kepala sekolah mengatakan bahwa:

“Dari awal berdiri di tahun 2003 hingga saat ini, kepala SMK Nuris saya sendiri. SMK Nuris selalu berusaha untuk unggul dan tidak kalah saing dengan lembaga-lembaga lainnya. Saya sebagai kepala sekolah tidak ingin lulusan kami bekerja di jabatan biasa, tetapi menempati posisi yang strategis”⁸²

⁸² Haryono, *Wawancara*, Jember 27 Februari 2019

Awal berdiri di tahun 2003, SMK Nuris hanya memiliki dua jurusan saja, yaitu jurusan Teknik Mekanik Otomotif dan Teknik Elektro. Pada tahun 2006, SMK Nuris mendirikan jurusan Teknik Komputer dan Jaringan. Pada tahun 2009, SMK Nuris mendirikan jurusan Teknik Kendaraan Ringan.

Perkembangan SMK Nuris dari tahun ke tahun selalu mengalami kemajuan. Saat ini SMK Nuris telah memiliki total tiga program keahlian yaitu Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), Teknik dan Bisnis Sepeda Motor (TSM) dan Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO).

Selain memiliki tiga program keahlian, SMK Nuris juga memiliki fasilitas yang memadai baik ruang pembelajaran yang representatif dan juga laboratorium yang lengkap seperti laboratorium jaringan komputer, laboratorium perakitan komputer, bengkel TSM yang lengkap dengan sepeda motor injeksi beserta peralatan motor lainnya, dan bengkel otomotif yang memiliki peralatan lengkap.

Selain itu, sekolah juga memberikan fasilitas bagi siswa yang mempunyai hobi dan kemampuan lebih dalam bidang formal dan non formal. Maka sekolah menyediakan beberapa ekstrakurikuler yang diharapkan dengan kegiatan ini dapat menambah ilmu dan semangat siswa dalam belajar. Beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang ada di SMK Nuris yaitu paskibra, pramuka, futsal, sepak bola, kaligrafi, study club bahasa Inggris, study club matematika dan puisi.

Penyelenggaraan pendidikan di SMK Nuris diharapkan bisa memberi bekal keagamaan yang cukup, disamping keterampilan dari masing-masing tiga program bidang keahlian. Selain itu lembaga SMK Nuris juga mampu bersaing dengan lembaga-lembaga lain dan mampu bekerjasama dengan dunia usaha/dunia industri atau dunia kerja untuk menyalurkan lulusan.

2. Visi dan Misi SMK Nurul Islam Jember

Visi SMK Nuris Jember:

Menyiapkan sumber daya manusia yang berkualitas dengan mengembangkan IPTEK dan IMTAQ

Misi SMK Nuris Jember:

- a. Mengembangkan sumber daya pendidikan
- b. Menyiapkan lulusan yang siap pakai dan kompetitif di dunia pasar kerja
- c. Menyiapkan lulusan yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT, berbudi luhur dan berakhlakul karimah
- d. Menjalin hubungan kerjasama dengan dunia usaha dan industri

3. Tujuan Sekolah

- a. Menyiapkan peserta didik agar menjadi manusia produktif yang mampu bekerja mandiri, mengisi lowongan pekerjaan yang ada di dunia usaha dan industri sebagai tenaga kerja terampil sesuai dengan kompetensi dalam program keahlian yang dipilihnya

- b. Menyiapkan peserta didik agar mampu memilih karier, ulet dan gigih dalam berkompetisi, beradaptasi di lingkungan kerja, dan mengembangkan sikap profesional dalam bidang keahlian yang diminatinya
- c. Membekali peserta didik dengan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, agar mampu mengembangkan diri di kemudian hari baik secara mandiri maupun melalui jenjang pendidikan yang lebih tinggi
- d. Membekali peserta didik dengan kompetensi kompetensi yang sesuai dengan program keahlian yang dipilih.
- e. Mengintegrasikan bekal pengetahuan umum dengan pengetahuan agama dengan harapan para lulusan dapat melandasi pikiran, perilaku dan kinerjanya sesuai dengan ajaran agama Islam.

4. Profil SMK Nurul Islam Jember

a. Identitas Sekolah

1) Nama Sekolah	:	SMKS NURIS JEMBER		
2) NPSN	:	20551696		
3) Jenjang Pendidikan	:	SMK		
4) Status Sekolah	:	Swasta		
5) Alamat Sekolah	:	JL. PANGANDARAN 48		
RT / RW	:	2	/	1
Kode Pos	:	68125		
Kelurahan	:	Antirogo		
Kecamatan	:	Kec. Sumbersari		
Kabupaten/Kota	:	Kab. Jember		
Provinsi	:	Prop. Jawa Timur		
Negara	:	Indonesia		
6) Posisi Geografis	:	-8,1395		Lintang
	:	113,7382		Bujur

b. Data Pelengkap

1) SK Pendirian Sekolah	:	421.5/269/108.9/2004
-------------------------	---	----------------------

2) Tanggal SK Pendirian	:	2004-10-28
3) Status Kepemilikan	:	Yayasan
4) SK Izin Operasional	:	421.3/2087/413/2011
5) Tgl SK Izin Operasional	:	2011-06-09
6) Kebutuhan Khusus Dilayani	:	
7) Nomor Rekening	:	0032108857
8) Nama Bank	:	BANK JATIM
9) Cabang KCP/Unit	:	CABANG JEMBER
10) Rekening Atas Nama	:	SMK NURIS JEMBER
11) MBS	:	Tidak
12) Luas Tanah Milik (m2)	:	13434
13) Luas Tanah Bukan Milik (m2)	:	0
14) Nama Wajib Pajak	:	
15) NPWP	:	023071822626000

c. Kontak Sekolah

1) Nomor Telepon	:	0331321764
2) Nomor Fax	:	
3) Email	:	smknurisjbr@gmail.com
4) Website	:	

d. Data Periodik

1) Waktu Penyelenggaraan	:	Pagi/6 hari
2) Bersedia Menerima Bos?	:	Ya
3) Sertifikasi ISO	:	Belum Bersertifikat
4) Sumber Listrik	:	PLN & Diesel
5) Daya Listrik (watt)	:	23000
6) Akses Internet	:	Telkom Speedy
7) Akses Internet Alternatif	:	Telkom Speedy

IAIN JEMBER

5. Data Tenaga Pendidik dan Kependidikan SMK Nuris Jember

Tabel 4.1

Data Tenaga Pendidik dan Kependidikan SMK Nuris Jember

No.	Nama Guru dan Karyawan	Pendidikan/ Gelar	Status/ Jabatan Guru dan Karyawan
1	A. Firlani Romadhon	S1/ S.T	Guru Mapel
2	Ahmad Reza zamzamy	D3/ A. Md	Guru Mapel
3	Ali Hasan	S1/ S.H. S.Pd	Guru Mapel
4	Aniyatul Karimah	S1/ S.Si	Guru Mapel
5	Anwar Sanusi	S1/ S.T	Guru Mapel
6	Badi Atuz Nadhiroh	S1/ S.Pd	Guru Mapel
7	Dandi Hilmi Zuhdi	S1/ S.Pd	Guru Mapel
8	Dewi Wahyuningsih	SMA	Tenaga Administrasi
9	Dhani Suherman	S1/ S.T	Guru Mapel
10	Didit Sulistyono	S1/ S.Pd	Guru Mapel
11	Fathurrohman	D3/ A. Md	Guru Mapel
12	Hamid Wibisono	D3/ A. Md	Guru Mapel
13	Husaini	S1/ S.H	Guru Mapel
14	Kusairi	S1/ S.Pd	Guru Mapel
15	Muhammad Holil	S1/ S. Pd	Guru BK
16	Muhammad Imron safendra	S1/ S.Pd.I	Guru Mapel
17	Muhammad Yusron Tri Abdillah	D3/ A. Md	Guru Mapel
18	Nur Kholila	S1/ S.Pd	Guru Mapel
19	Riant Perdana	S1/ S.Kom	Guru Mapel
20	Rizki Eka Rakhmawati	S1/ S.Pd	Guru Mapel
21	S. Haryono	S1/ Drs	Kepala Sekolah
22	Saiful Anam	S1/ S.Pd	Guru Mapel
23	Subhan Hadi	S1/ S.Pd	Guru Mapel

24	Sutrisno Gustiraja Alfarizi	S1/ S.Pd	Guru Mapel
25	Trikayani	S1/ S.Pd	Guru BK
26	Tugiyono	S1/ Drs	Guru Mapel
27	Umi Hayati	SMA	Tenaga Administrasi
28	Untung Rahmatullah	S1/ S.T	Guru Mapel
29	Yuliatin	S1/ S.Pd	Guru Mapel
30	Fikri Haikal	S1/ S.Pd	Guru Mapel

6. Data Akreditasi Jurusan

Tabel 4.2

Data Akreditasi Jurusan

No	Program Keahlian	Ketua Program Keahlian	Akreditasi
1	Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ)	Riant Perdana S.Kom	A
2	Teknik dan Bisnis Sepeda Motor (TBSM)	Dhani Suherman, S.T	A
3	Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO)	A. Firlani Romadhon, S.T	A

IAIN JEMBER

7. Data Peserta Didik

Tabel 4.3

Data Peserta Didik SMK Nuris Jember Tahun Pelajaran 2018/2019

No	Tingkat Pendidikan	Jenis Kelamin		Total
		Laki-laki	Perempuan	
1	Tingkat 10	72	38	110
2	Tingkat 11	81	29	110
3	Tingkat 12	61	34	95
Total		214	101	315

8. Data Perolehan Prestasi

Tabel 4.4

Data Perolehan Prestasi

No	Prestasi	Tingkat
1	Juara 1 Lomba MEC (Mechanical Engine Competition)	Provinsi
2	Juara Harapan 2 Lomba Mekanik Mobil	Provinsi
3	Juara 3 Lomba Tartil Qur'an	Kabupaten
4	Juara 3, Lomba Karya Tulis Ilmiah (LKTI)	Nasional
5	Juara 4 LKS (Lomba Kompetensi Siswa)	Kabupaten
6	Juara 6 LKS (Lomba Kompetensi Siswa)	Kabupaten
7	Juara 1 Lomba Kompetensi Otomotif	Kabupaten
8	Juara 3 News Reading	Nasional

9	Juara 2 Sepak Bola	Kabupaten
10	Juara 1 menulis cerita pendek (cerpen)	Nasional
11	Juara Harapan 3 menulis cerita pendek (cerpen)	Nasional
12	Juara 1 baca puisi islami	Kabupaten



9. Data Dunia Usaha/Dunia Industri yang bekerjasama dengan SMK

Nuris Jember

Tabel 4.5

Data Dunia Usaha/Dunia Industri yang bekerjasama dengan SMK

Nuris Jember

No	Nama Du/Di	Alamat
1	SUZUKI Permai Gatsu	Jl. Buluh Indah Pemecutan Kaja Denpasar – Bali
2	PT. Indosat	Bengkulu
3	Bengkel Prima Motor	Kaliwining – Rambipuji
4	AHASS Sejahtera Motor	Ampel – Wuluhan
5	Mitra Tech Komputer	Jl. Adi Darmo No. 09 Puger
6	PT. Seger Kesilir	Wuluhan
7	Honda Istana Motor	Jl. Hayam Wuruk No. 187-189 Mangli Kaliwates
8	Auto 2000	Jl. Hayam Wuruk Sempusari No. 34 Kaliwates
9	Wuling	Jl. Hayam Wuruk No. 207 Mangli Kaliwates
10	Bengkel Gaguk Mandiri	Gadingrejo – Umbulsari Jember
11	AHASS Bintang Tiga Motor	Jl. Kamardikan No. 10 Semboro
12	AHASS GONO Motor III	Jl. Rambipuji No.121 Balung
13	AHASS Karunia Sejahtera Motor	Jl. Moch Seruji No. 10 Jember
14	STIMIC ECOMTECH	Gebang – Jember
15	PT. UMC	Jl. Hayam Wuruk Gang. 4 Sempusari – Jember
16	EFEL COMP	Jl. Jawa Gang Halmahera I
17	NEW COMP	Jl. Jawa IV Jember

18	SINCOMP	Jl. Karimata I No. 36 Jember
19	MULTITECH	Jl. Kalimantan - Jember
20	CANDRA KOMPUTER	Jl. Mawar - Jember
21	LSC	Jl. Ahmad yani 75 B Jember
22	Bengkel Ronggo Warsito	Jl. Dr. Soebandi Jember
23	AHASS Gunawan Motor	Jl. Hayam Wuruk No. 151 Jember
24	GHOZAI COMP	Bondowoso
25	PT. Telkom	Bondowoso
26	AHASS MPM Motor Kebonsari	Jl. Letjen Soeprapto No. 154 Kebonsari Jember
26	IT CLINIC	Jl. Kalimantan 3A Kav - Jember
27	CLINIC COMP	Jl. Sumatra No. 169 – Jember
28	ARCADIA	Jl. Trunojoyo No. 118 - Jember
29	Lukman Jaya Autotech	Jl. Raung IV No. 25 Perum Semeru
30	MEGA PLASMA	Jl. Jangkung Suprpto A Mastib – Jember
31	OK COMP	Jl. Mastib No. 71 Jember
32	AHASS Reyhaf Motor	Jl. Kalimantan No. 13 Sumbersari
33	IMTECH	Jl. Mastrib – Jember
34	Mega Komputer	Jl. Argopuro No. 48 Rambigundam – Rambipuji
35	HYUNDAI	Jl. Brawijaya No. 68 Mangli Jember
36	AHASS Alam Motor	Jl. Hayam Wuruk No. 108 Mangli – Jember
37	Halim Putra	Kemuning Sari Lor – Panti
38	AHASS MPM Mutiara	Jl. Diponegoro Kav. 42-45 Jember
39	HAMID JAYA MOTOR	Arjasa
40	AHASS Pratama Motor	Jl. Diponegoro No. 62 kalisat
41	Bengkel 36	Jl. Raya Pakusari – Mayang
42	AHASS Rahmat Jaya	Jl. Banyuwangi 131 Mayang

43	Bengkel Slamet	Sukowono
44	Surya Mobil	Karang Tamplek – Ambulu
45	AHDAN COM	Sumberejo Ambulu
46	ACC Ambulu	Jl. Raya Suyitman No. 122 Ambulu
47	AHASS Sumbermas Ambulu	Jl. Suyitman No. 150 Ambulu
48	NISSAN	Jl. Hayam Wuruk No. 181-183 Sempusari

B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian haruslah disertai dengan penyajian data sebagai penguat, sebab inilah yang akan dianalisa data yang digunakan, sehingga dari data yang dianalisa tersebut dihasilkan suatu kesimpulan. Penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi, wawancara, dokumenter dan data lapangan sebagai alat untuk meraih tujuan serta mendapatkan data sebanyak mungkin, akan tetapi lebih memberikan porsi yang lebih intensif pada metode observasi dan wawancara guna mendapatkan data yang kualitatif dan autentik yang berimbang, dan dilakukan dengan menggunakan metode dokumenter.

Peneliti berusaha memaparkan gambaran tentang strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nuris Jember, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumenter.

Data yang diperoleh disesuaikan dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan yaitu:

1. Bagaimana strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?
2. Bagaimana strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?
3. Bagaimana strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?

Peneliti akan menyajikan data yang dihasilkan dari penelitian yang telah dilakukan. Data yang telah diperoleh dideskripsikan sebagai berikut:

1. Strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember

Strategi Public Relations merupakan usaha menjalin berbagai hubungan positif dengan publik internal dan eksternal dalam berbagai aktivitas seperti menginformasikan, menerangkan, menyarankan, membujuk, mengundang dan meyakinkan. Salah satu strategi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri dilakukan melalui publikasi.

Publikasi adalah cara humas dalam menyebarkan informasi, gagasan, atau ide kepada khalayaknya. Setiap fungsi dan tugas public relations adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik.

Setelah itu, menghasilkan publisitas untuk memperoleh tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 26 Februari 2019 di SMK Nuris, menunjukkan bahwa strategi publikasi dilakukan melalui dua cara yaitu dengan publikasi melalui media cetak dan publikasi melalui media daring.⁸³

a. Publikasi melalui media cetak

Strategi hubungan masyarakat untuk menarik publik terutama dunia usaha/dunia industri dilakukan melalui media cetak. Salah satu publikasi melalui media cetak yaitu dengan membuat Banner. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang diungkap oleh Haryono, selaku kepala SMK Nuris memaparkan bahwa:

“Kami melakukan strategi publikasi humas melalui mencetak banner sekolah yang diletakkan di depan gerbang sekolah dan beberapa tempat lain untuk menarik publik. Dengan adanya banner ini publik akan mengetahui tentang SMK Nuris, di dalam banner tersebut disebutkan beberapa prestasi yang diraih oleh siswa SMK Nuris dan biasanya dari prestasi tersebut dunia usaha/dunia industri tertarik untuk bekerjasama dengan kami, karena murid kami banyak yang berprestasi.”⁸⁴

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Waka Humas bernama Untung yang mengatakan:

“SMK Nuris merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan yang banyak sekali peminatnya dari tahun ke tahun. Saya sebagai Waka Humas melakukan publikasi melalui media cetak dengan cara membuat banner. Saya selaku Waka Humas membentuk tim untuk mencetak banner yang berisi

⁸³ *Observasi*, 26 Februari 2019.

⁸⁴ Haryono, *Wawancara*, Jember 27 Februari 2019

beberapa informasi mengenai sekolah kami agar dapat menarik publik. Biasanya saya dan beberapa anggota tim memasang banner di depan gerbang sekolah dan memasang di beberapa tempat seperti di depan jalan raya, dll.”⁸⁵

Pernyataan kedua informan tersebut diperkuat oleh Fikri

Haikal, guru produktif di SMK Nuris yang memaparkan:

“Publikasi melalui media cetak biasanya sekolah membuat banner yang dipasang di depan gerbang sekolah. Banner tersebut sering sekali saya pasang sendiri dan dibantu oleh beberapa guru lain. Banner tersebut berisi mengenai prestasi yang diraih siswa dan beberapa informasi mengenai SMK Nuris untuk menarik perhatian publik.”⁸⁶

Berikut adalah salah satu publikasi melalui media cetak yaitu banner yang di pasang di depan gerbang sekolah untuk menarik perhatian publik.⁸⁷



Adapun strategi publikasi humas melalui media cetak tidak hanya dilakukan melalui pembuatan banner sekolah yang dipasang di beberapa tempat, tetapi juga melalui stiker yang berlogo SMK

⁸⁵ Untung, *Wawancara*, Jember 5 Maret 2019

⁸⁶ Fikri Haikal, *Wawancara*, Jember 26 Februari 2019

⁸⁷ *Dokumentasi*, SMK Nuris Jember, 26 Februari 2019

Nuris yang ditempelkan di mobil sekolah ataupun kendaraan pribadi warga sekolah. Hal ini sesuai yang diungkap oleh Haryono selaku kepala SMK Nuris, memaparkan bahwa:

“Publikasi humas disini juga dilakukan dengan cara membuat stiker yang bertuliskan SMK Nurul Islam Antirogo Jember dan logo lembaga kami. Dengan adanya stiker yang ditempelkan di mobil sekolah ataupun kendaraan warga sekolah, dengan sendirinya kita dikenal oleh public

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Fikri Haikal guru produktif di SMK Nuris yang memaparkan:

“Saya sangat senang sekali dengan adanya stiker yang ditempelkan di kendaraan sekolah. Saya menempel stiker tersebut di sepeda motor saya, ketika saya bertemu seseorang di jalan raya atau disebuah tempat mereka langsung mengenali bahwa saya merupakan anggota dari keluarga besar SMK Nuris. Akhirnya beberapa dari orang menanyakan informasi tentang SMK Nuris. Dari stiker yang dibuat sekolah ini sangat membantu sekali dalam publikasi SMK Nuris, terutama dalam menarik publik sekitar.”⁸⁹

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Untung, waka humas SMK Nuris yang memaparkan:

“Seringkali saya menggunakan kendaraan milik sekolah atau mobil sekolah untuk melaksanakan tugas diluar sekolah. Dengan adanya stiker yang ditempel di mobil sekolah, membuat saya dikenal banyak orang tanpa memberitahu identitas saya berasal dari lembaga mana. Publikasi melalui pembuatan stiker ini sangat membantu sekolah dalam menarik publik sekitar.”⁹⁰

Berdasarkan wawancara tersebut, peneliti menggali data kembali dengan melakukan observasi lapangan, dan telah terbukti bahwasanya banyak sekali guru ataupun karyawan SMK Nuris

⁸⁸ Haryono, *Wawancara*, Jember 27 Februari 2019

⁸⁹ Fikri Haikal, *Wawancara*, Jember 26 Februari 2019

⁹⁰ Untung, *Wawancara*, Jember 5 Maret 2019

menggunakan stiker yang berlogo SMK Nuris di kendaraan pribadi masing-masing seperti mobil atau sepeda motor. Mobil sekolah pun juga bertempelkan stiker SMK Nuris. Hasil observasi ini mengungkapkan bahwasanya publikasi melalui media cetak dengan pembuatan stiker yang berlogo SMK Nuris memang benar adanya.⁹¹

Selanjutnya strategi publikasi humas melalui media cetak yang ketiga menggunakan kalender. Adanya pembuatan kalender disetiap tahunnya, membuat SMK Nuris semakin dikenal oleh publik. Hal ini sesuai yang dipaparkan oleh Haryono sebagai Kepala SMK Nuris:

“Kami membuat kalender di setiap tahun untuk mempublikasikan SMK Nuris kepada publik. Pembuatan kalender di setiap tahun ini tidak hanya dilakukan oleh SMK Nuris saja, tetapi oleh seluruh lembaga pendidikan yang ada di Nuris, baik dari MI, SMP, MTs, SMA, MA Unggulan ataupun SMK Nuris. Pembuatan kalender ini di lakukan disetiap tahun dan disebarkan kepada khalayak untuk mempublikasi lembaga kami.”⁹²

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Dani Suherman, ketua jurusan TBSM SMK Nuris yang memaparkan:

“Pembuatan kalender untuk publikasi sekolah dilakukan di setiap tahun. Pembuatan kalender ini akan membantu sekolah dikenal oleh khalayak ataupun publik sekitar, karena pembuatan kalender ini akan diberikan kepada khalayak sekitar seperti guru-guru Nuris, karyawan yang bekerja di Nuris, orang tua siswa, dan lain sebagainya.”⁹³

⁹¹ *Observasi*, 26 Februari 2019.

⁹² Haryono, *Wawancara*, Jember 27 Februari 2019

⁹³ Dani Suherman, *Wawancara*, Jember 18 Maret 2019

Berikut adalah salah satu publikasi melalui media cetak yaitu pembuatan kalender disetiap tahunnya untuk menarik perhatian publik.⁹⁴



Strategi publikasi humas melalui media cetak yang keempat yaitu dengan adanya pembuatan buletin. Hal ini sesuai yang dipaparkan oleh Untung sebagai Waka Humas SMK Nuris:

“Untuk menarik publik atau khalayak, kami membuat buletin yang diadakan setiap semester. Pembuatan buletin ini merupakan karya dari siswa-siswi SMK Nuris.”⁹⁵

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Haryono, Kepala SMK Nuris yang memaparkan:

“Pengurus OSIM (Organisasi Siswa Intramadrrasah) SMK Nuris sukses menerbitkan Buletin. Pembuatan buletin yang diterbitkan menjadi program andalan di kepengurusan OSIM (Organisasi Siswa Intramadrrasah) SMK Nuris di setiap periodenya, buletin tersebut menjadi wadah ekspresi ide dan keorganisasian. Adanya pembuatan buletin ini sangat membantu sekolah dalam menarik publik, karena buletin ini

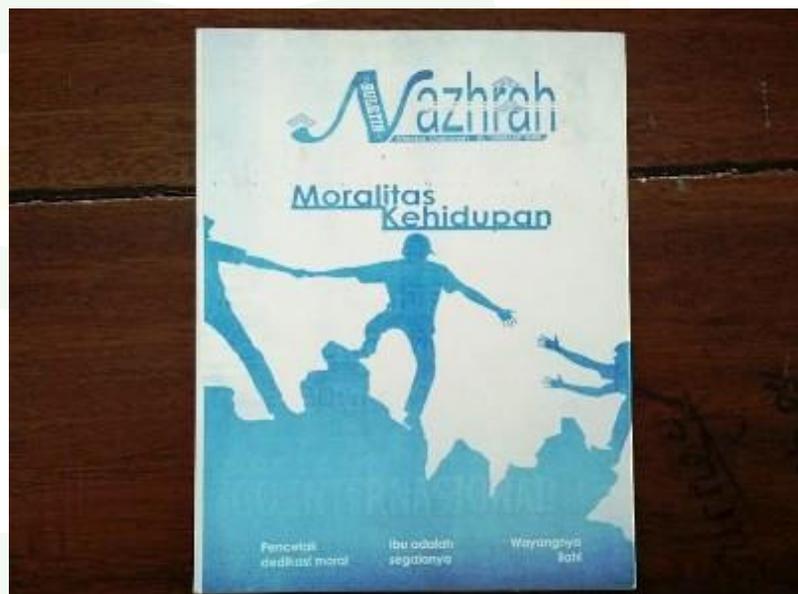
⁹⁴ *Dokumentasi*, SMK Nuris Jember, 26 Februari 2019

⁹⁵ Untung, *Wawancara*, Jember 5 Maret 2019

bukan hanya disebarakan di lingkungan sekolah saja, tetapi juga disebarakan di lingkungan sekitar.”⁹⁶

Hasil wawancara tersebut diperkuat dengan observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu peneliti melihat secara langsung pembuatan buletin yang merupakan karya dari siswa-siswi SMK Nuris.⁹⁷

Berikut adalah dokumentasi dari publikasi melalui media cetak yaitu buletin yang merupakan karya dari siswa-siswi SMK Nuris untuk menarik perhatian publik⁹⁸



Strategi publikasi humas melalui media cetak yang kelima yaitu dengan adanya radar. Hal ini sesuai yang dipaparkan oleh Haryono sebagai Kepala SMK Nuris:

⁹⁶ Haryono, *Wawancara*, Jember 27 Februari 2019

⁹⁷ Observasi, Jember 9 Maret 2019

⁹⁸ *Dokumentasi*, SMK Nuris Jember, 27 Februari 2019

“Biasanya kami diliput oleh Radar Jember. Ketika SMK Nuris memenangkan beberapa lomba ataupun mengadakan event-event menarik, kami selalu diliput oleh Radar Jember. Publikasi melalui radar ini sangat membantu untuk menaikkan image atau citra lembaga karena informasi yang dimuat di radar tentang SMK Nuris akan dibaca oleh khalayak atau masyarakat sekitar”⁹⁹

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Fikri Haikal guru produktif di SMK Nuris yang memaparkan:

“Kami sering diliput oleh Radar Jember untuk publikasi lembaga kami. Kemarin-kemarin ini kami di publikasikan melalui radar tentang karya siswa SMK Nuris yang berhasil membuat mobil golf bertenaga listrik. Selain itu, beberapa prestasi dari siswa seperti memenangkan juara tahfidzul qur’an, dll juga di publikasikan melalui Radar Jember. Dengan adanya publikasi melalui radar ini sangat berpengaruh sekali dan dinilai positif untuk sekolah.”¹⁰⁰

Berikut adalah dokumentasi dari publikasi melalui media cetak yaitu Radar untuk menarik perhatian publik, terutama untuk menarik perhatian dari dunia usaha/dunia industri¹⁰¹



⁹⁹ Haryono, *Wawancara*, Jember 27 Februari 2019

¹⁰⁰ Fikri haikal, *Wawancara*, Jember 26 Februari 2019

¹⁰¹ *Dokumentasi*, SMK Nuris jember, 5 Maret 2019

Beberapa data diatas merupakan data yang disampaikan oleh beberapa informan, sesuai dengan hasil dokumentasi dan observasi yang peneliti lakukan. Peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya strategi publikasi humas melalui media cetak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri dilakukan dengan:

1. Pembuatan Banner Sekolah
2. Stiker
3. Kalender
4. Buletin
5. Radar Jember¹⁰²

b. Publikasi melalui media daring

Strategi hubungan masyarakat untuk menarik publik terutama dunia usaha/dunia industri selain melalui media cetak, juga dilakukan melalui media daring. Media daring merupakan media dalam jaringan. Daring sendiri merupakan singkatan dari dalam jaringan. Dalam konteks ini dalam jaringan merupakan jaringan online, jaringan online merupakan sesuatu yang berhubungan dengan teknologi dan internet. Salah satu publikasi melalui media daring yaitu dengan membuat halaman website. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang diungkap oleh Haryono, selaku kepala SMK Nuris memaparkan bahwa:

“Di era yang sangat modern saat ini, informasi bisa kita dapat dengan cepat dan mudah. Untuk mempublikasi informasi

¹⁰² Observasi, Jember 9 Maret 2019

mengenai lembaga, selain menggunakan publikasi melalui media cetak, kami juga melakukan publikasi melalui media daring. Kami memiliki website khusus untuk sekolah. Situs website tersebut dapat di akses di www.pesantrennuris.net. Situs halaman web ini kami gunakan untuk mempublikasikan lembaga kami. Semua orang bisa mengakses halaman website SMK Nuris dan mengetahui informasi tentang SMK Nuris, baik dari informasi sejarah berdirinya lembaga, profil lembaga, informasi tentang program keahlian, informasi beasiswa unggulan Nuris, dan lain sebagainya.”¹⁰³

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Waka Humas Untung yang mengatakan:

“Strategi publikasi humas melalui media daring disini menggunakan halaman website yang dibuat khusus untuk SMK Nuris. Website ini berisi tentang informasi layanan lembaga. Setiap informasi akan di unggah di halaman web oleh tim ahli atau staf operator SMK Nuris.”¹⁰⁴

Pernyataan tersebut diperkuat oleh operator sekolah Umi Hayati, yang mengatakan:

“Saya selaku operator sekolah, berperan penting dalam mempublikasikan SMK Nuris melalui media daring. Publikasi melalui media daring dilakukan melalui halaman website sekolah, selalu saya lakukan dengan semaksimal mungkin. Ketika ada informasi penting mengenai sekolah ataupun semisal prestasi yang diraih oleh siswa, akan saya publikasikan di website sekolah.”¹⁰⁵

Strategi publikasi melalui media daring selanjutnya yaitu melalui Facebook. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Tim Humas Ali Hasan yaitu:

“Facebook merupakan layanan jejaring sosial yang memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif. Saat ini facebook sangatlah mendunia, kami harus memanfaatkannya dengan baik. Lembaga kami melakukan publikasi selain melalui

¹⁰³ Haryono, *Wawancara*, Jember 27 Februari 2019

¹⁰⁴ Untung, *Wawancara*, Jember 9 Maret 2019

¹⁰⁵ Umi Hayati, *Wawancara*, Jember 11 Maret 2019

laman website, kami juga melakukan publikasi dengan menggunakan facebook. Dari facebook inilah, khalayak juga akan lebih mengetahui lembaga kami. Selain itu, kami juga mengunggah beberapa foto penting seperti foto setelah mengikuti beberapa lomba yang dimenangkan oleh siswa SMK Nuris, atau beberapa foto yang bisa menarik khalayak sekitar.”¹⁰⁶

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ketua Jurusan TKJ, Riant

Perdana yang mengatakan:

“Disini kami memiliki laman facebook SMK Nuris. Facebook ini digunakan sebagai publikasi mengenai lembaga kami. Biasanya setelah kami melakukan kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri, mereka akan memberikan informasi lowongan pekerjaan untuk lulusan SMK Nuris. Biasanya kami juga memberikan informasi lowongan pekerjaan melalui facebook. Dengan adanya informasi seperti ini di laman facebook, akan membuat siswa lebih mudah mengetahui informasi lowongan pekerjaan, baik siswa itu sudah lulus dari SMK Nuris ataupun siswa yang masih bersekolah di SMK Nuris untuk disebarkan kepada yang membutuhkan lowongan pekerjaan”¹⁰⁷

Berikut adalah dokumentasi dari publikasi melalui media daring yaitu laman facebook SMK Nuris Jember untuk menyebarkan informasi terkait sekolah ataupun informasi lowongan pekerjaan yang diperoleh dari dunia usaha/ dunia industri.¹⁰⁸

¹⁰⁶ Ali Hasan, *Wawancara*, Jember 19 Maret 2019

¹⁰⁷ Riant Perdana, *Wawancara*, Jember 26 Februari 2019

¹⁰⁸ *Dokumentasi*, SMK Nuris Jember, 18 Maret 2019



Dari data diatas yang disampaikan oleh beberapa informan, sesuai dengan hasil observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwasanya strategi publikasi humas melalui media daring dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri dilakukan dengan Website Sekolah dan Facebook¹⁰⁹

2. Strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember

Community involvement atau membangun hubungan dengan khalayak merupakan keterlibatan dan mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu untuk menjaga hubungan baik (*community relations and humanity relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

¹⁰⁹ Observasi, Jember 9 Maret 2019

Adanya hubungan dengan khalayak ini membuat pihak sekolah dapat memperbanyak relasi. SMK Nuris dalam membangun hubungan khalayak terbagi menjadi tiga, yaitu hubungan sekolah dengan orang tua siswa, hubungan sekolah dengan para alumni dan hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri.

a. Hubungan sekolah dengan orang tua siswa

Hubungan sekolah dengan orang tua disini dilakukan dengan sistem kekeluargaan. Seperti yang diungkap oleh Haryono selaku Kepala SMK Nuris menjelaskan:

“Mengenai hubungan dengan khalayak, terutama hubungan sekolah dengan orang tua, saya selaku kepala SMK Nuris selalu menekankan untuk membangun sistem kekeluargaan. Kami selalu membangun hubungan baik dengan orang tua siswa. Biasanya kami mengadakan event temu wali murid untuk mempererat tali silaturahmi. Selain itu, kami juga melakukan home visit atau kunjungan ke beberapa rumah orang tua. Dengan adanya program home visit ini, membuat hubungan sekolah dengan orang tua siswa terjalin dengan baik. Pihak sekolah akan memberitahu mengenai perkembangan sekolah kepada orang tua, sehingga orang tua akan selalu update dengan perkembangan sekolah.”¹¹⁰

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ali Hasan sebagai anggota dari tim humas SMK Nuris yang menjelaskan bahwa:

“Pak untung sebagai waka humas dan saya selaku tim humas, dalam menjalin hubungan dengan orang tua siswa biasanya mengadakan home visit. Home visit ini biasanya kami lakukan dengan memberikan informasi perkembangan sekolah kepada orang tua. Dari sinilah akan tercipta hubungan kekeluargaan yang baik antara sekolah dan orang tua siswa. Selain home visit, sekolah juga mengadakan beberapa event pertemuan wali murid. Dari event inilah hubungan sekolah dengan orang tua akan terjalin dengan baik

¹¹⁰ Haryono, *Wawancara*, Jember 27 Februari 2019

dan akan mempererat tali silaturahmi antara sekolah dan orang tua.”¹¹¹

Berikut adalah dokumentasi dari hubungan sekolah dengan orang tua dengan mengadakan event temu wali murid.¹¹²



b. Hubungan sekolah dengan alumni

Selain hubungan sekolah dengan orang tua, strategi membangun hubungan dengan khalayak juga dilakukan oleh sekolah dengan para alumni. Hubungan sekolah dengan para alumni ini dijelaskan oleh Haryono selaku kepala SMK Nuris menjelaskan:

“Hubungan sekolah dengan alumni sangat diperlukan, karena bagaimanapun juga alumni merupakan khalayak yang juga mendukung perkembangan sekolah. Kami mempunyai forum khusus alumni. Forum ini digunakan untuk mempererat tali silaturahmi sekolah dengan para alumni. Banyak sekali alumni dari Nuris yang sukses dan mempunyai karir ataupun prestasi yang gemilang. Dengan adanya forum ini, membuat hubungan sekolah dan alumni tetap terjalin erat.”¹¹³

¹¹¹ Ali Hasan, *Wawancara*, Jember 19 Maret 2019

¹¹² *Dokumentasi*, SMK Nuris Jember, 8 Maret 2019

¹¹³ Haryono, *Wawancara*, Jember 27 Februari 2019

Pernyataan tersebut diperkuat oleh tim humas Ali Hasan, yang mengatakan:

“Hubungan sekolah dengan alumni sampai saat ini tetap terjalin. Kami memiliki forum khusus untuk para alumni yang bernama IMAN (Ikatan Alumni Nuris). Dari forum ini, silaturahmi sekolah dengan alumni berjalan dengan baik. Dari para alumni, sekolah memperoleh masukan tentang kekurangan sekolah yang perlu dibenahi, upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk perbaikan sekolah di masa yang akan datang”¹¹⁴

Berikut adalah dokumentasi dari hubungan sekolah dengan alumni dengan mengadakan event temu alumni Nuris.¹¹⁵



IAIN JEMBER

¹¹⁴ Ali Hasan, *Wawancara*, Jember 19 Maret 2019

¹¹⁵ *Dokumentasi*, SMK Nuris Jember, 8 Maret 2019

c. Hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri

Hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri sangat penting, karena ini merupakan salah satu misi dari sekolah. Hubungan sekolah dengan du/di sangat membantu sekolah dalam pelaksanaan prakerin ataupun penyaluran lulusan. Hal ini sesuai yang dikatakan waka humas Untung, yang mengatakan:

“Tahap awal untuk menjalin hubungan kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri biasanya saya melakukan kunjungan ke beberapa dunia usaha/dunia industri ataupun sebaliknya yaitu pihak du/di yang melakukan kunjungan ke SMK Nuris Jember. Kunjungan ini tidak saya lakukan sendirian, melainkan dengan beberapa anggota tim humas yang sudah saya bentuk. Pada saat melakukan kunjungan tersebut saya mempromosikan SMK Nuris dan melakukan beberapa kesepakatan/MOU dengan dunia usaha/dunia industri. Dunia usaha/dunia industri beda dengan lembaga pendidikan. Jika kita melakukan kerjasama dengan du/di, harus saling menguntungkan. Prinsip dari dunia usaha/dunia industri adalah adalah provit atau keuntungan. Jadi, apapun bentuk kerjasama yang dilakukan harus menguntungkan bagi du/di itu sendiri. Biasanya kerjasama yang kami jalin dengan du/di adalah dengan pelaksanaan prakerin dan penyaluran lulusan SMK Nuris. Kami mengirim para anak didik ke dunia usaha/dunia industri. Tentu ini akan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Dunia usaha/ dunia kerja memperoleh tenaga kerja dengan mudah, sedangkan para siswa mendapatkan pengalaman kerja yang berharga dari perusahaan ataupun du/di.”¹¹⁶

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Riant Perdana selaku kajar TKJ, yang menjelaskan:

“Hubungan kerjasama sekolah dengan dunia usaha/dunia industri sangat membantu bagi sekolah. Bukan hanya sekolah yang diuntungkan, tetapi pihak du/di pun juga diuntungkan. Keuntungan yang diperoleh sekolah adalah sekolah dapat mengikuti perkembangan teknologi yang saat ini sedang

¹¹⁶Untung, *Wawancara*, Jember 9 Maret 2019

berkembang di dunia usaha/dunia industri. Selain itu du/di pun juga diuntungkan, keuntungan yang diperoleh du/di adalah tidak sulit mencari tenaga kerja yang memang benar-benar siap terjun ke dunia kerja.”¹¹⁷

Pernyataan waka humas Untung dan Riant Perdana sebagai Kajar TKJ diperkuat oleh Dani Suherman Kajar TBSM yang mengatakan:

“Hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri yang dilakukan oleh waka humas begitu penting untuk sekolah/lembaga kami. Dengan adanya kerjasama antara sekolah dengan dunia usaha/dunia industri akan menaikkan image sekolah. Saat ini sekolah sudah menjalin hubungan kerjasama dengan beberapa dunia usaha/dunia industri yang bisa dibilang besar, seperti honda dan PT.Pama yang merupakan perusahaan pertambangan yang sangat terkenal di Jakarta. Dengan adanya hubungan kerjasama ini, bisa menaikkan image sekolah, bahwa SMK Nuris juga tidak kalah saing dengan lembaga lainnya”¹¹⁸

Berikut adalah dokumentasi dari hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri, yaitu pelaksanaan prakerin/PSG.¹¹⁹



¹¹⁷ Riant Perdana, *Wawancara*, Jember 26 Februari 2019

¹¹⁸ Dani Suherman, *Wawancara*, Jember 18 Maret 2019

¹¹⁹ *Dokumentasi*, SMK Nuris Jember, 11 Maret 2019

Berikut adalah dokumentasi dari hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri, yaitu melakukan kunjungan ke SMK Nuris Jember.¹²⁰



3. Strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember

Kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi praktisi humas disuatu lembaga atau organisasi, tujuannya agar semua rencana, ide, atau gagasan kegiatan suatu lembaga atau organisasi sebelum dimasyarakatkan perlu diadakan pendekatan untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh sehingga timbul saling menguntungkan (*win-win solution*).

Strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nuris dilakukan dengan menggunakan strategi negosiasi jangka pendek dan jangka panjang.

¹²⁰ Dokumentasi, SMK Nuris Jember, 11 Maret 2019

a. Negosiasi jangka pendek

Negosiasi jangka pendek dilakukan dalam waktu satu tahun.

Hal ini sesuai yang disampaikan Untung sebagai Waka humas menjelaskan:

“Negosiasi yang kami lakukan dengan dunia usaha/dunia industri tertuang dalam kesepakatan bersama/MOU. Negosiasi jangka pendek biasanya kami lakukan berkisar kurun waktu 1 tahun. Negosiasi ini dilakukan dengan syarat saling menguntungkan antara kedua belah pihak, baik dari pihak sekolah ataupun pihak du/di sendiri. Karena untuk pihak du/di dalam bekerjasama, mereka sangat mengharapkan provit atau keuntungan, jadi dalam menjalin kerjasama mereka selalu mengedepankan keuntungan.¹²¹”

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ahmad Firlani Romadhon

Kajur TKR yang menjelaskan bahwa:

“Biasanya kami melakukan negosiasi dengan pihak dunia usaha/dunia industri dalam kurun waktu 1 tahun. Kurun waktu 1 tahun itu sudah termasuk negosiasi jangka pendek. Biasanya ketika waktu 1 tahun tersebut telah habis, kami melakukan negosiasi kembali atau waktu tersebut diperpanjang kembali, dengan syarat kerjasama yang dilakukan sebelumnya harus saling menguntungkan untuk kedua belah pihak. Jika kerjasama berjalan dengan baik, maka negosiasi bisa dilakukan kembali dengan adanya perpanjangan waktu setelah 1 tahun tersebut”¹²²

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Purwanto sebagai pihak dari du/di yaitu pihak dari AUTO 2000 Jember yang menjelaskan bahwa:

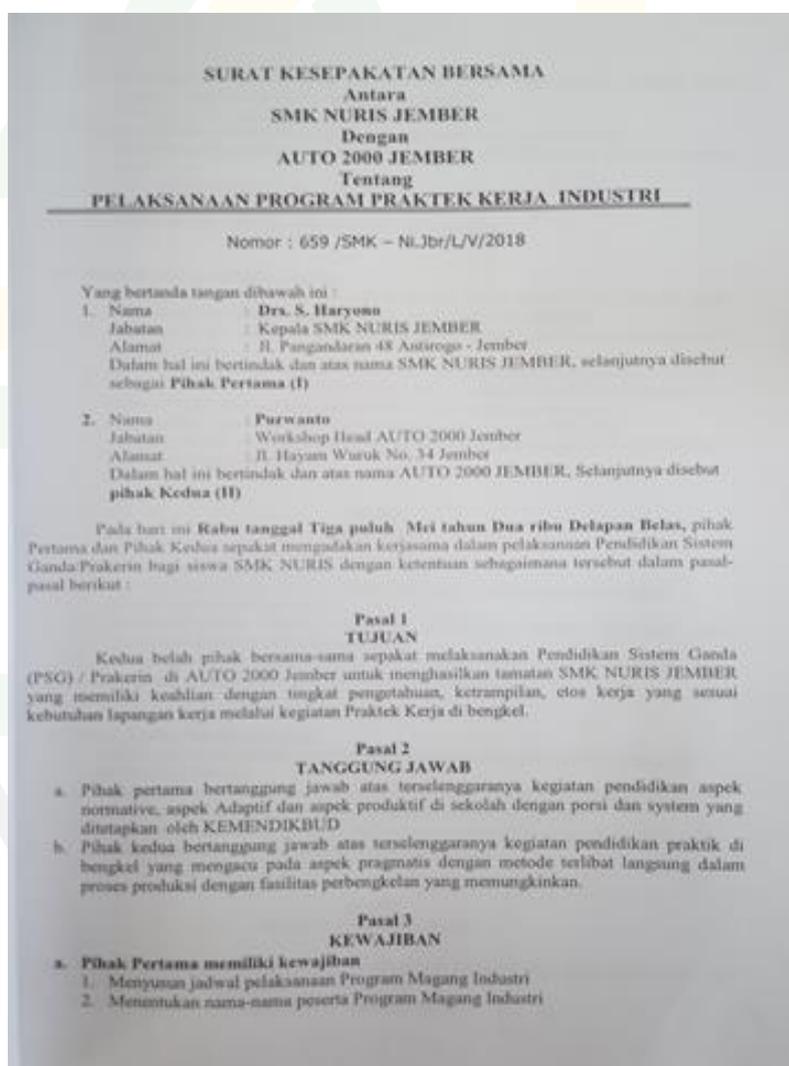
“Kerjasama yang kami lakukan dengan SMK Nuris yaitu kerjasama mengenai Pelaksanaan Praktek Kerja Industri (Prakerin). Negosiasi yang kami lakukan merupakan negosiasi

¹²¹ Untung, *Wawancara*, Jember 5 Maret 2019

¹²² Firlani Romadhon, *Wawancara*, Jember 16 Maret 2019

yang saling menguntungkan dengan kedua belah pihak, baik dari pihak kami AUTO 2000 Jember sendiri ataupun pihak dari SMK Nuris. Negosiasi ini kami lakukan dengan jangka waktu 1 tahun, jika kerjasama ini berjalan dengan baik, maka kurun waktu tersebut dapat kami perpanjang kembali.»¹²³

Berikut adalah dokumentasi dari negosiasi pelaksanaan program praktek kerja industri (Prakerin) yang dilakukan oleh SMK Nuris dengan pihak AUTO 2000 Jember dengan di sahkannya MoU (Surat Kesepakatan Bersama) antara kedua belah pihak.¹²⁴



¹²³ Purwanto, *Wawancara*, Jember 16 Maret 2019

¹²⁴ *Dokumentasi*, SMK Nuris Jember, 11 Maret 2019

b. Negosiasi jangka panjang

Negosiasi jangka panjang dilakukan dalam waktu 2-4 tahun.

Hal ini sesuai yang disampaikan Untung sebagai Waka humas menjelaskan:

“Jika negosiasi yang tertuang dalam nota kesepakatan bersama/MoU jangka panjang biasanya berkisar 2-4 tahun. Ada juga pihak dunia usaha/dunia industri yang meminta 2-3 tahun. Negosiasi jangka panjang ini tergantung bagaimana pihak sekolah dan dunia usaha/dunia industri dalam melakukan kesepakatan bersama. Yang terpenting dalam negosiasi atau kesepakatan bersama ini adalah saling menguntungkan kedua belah pihak, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan, di dalam MoU juga disebutkan pasal-pasal yang harus dilakukan agar kerjasama berjalan dengan baik.”¹²⁵

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Dani Suherman sebagai

Kajur TBSM yang menjelaskan:

“Untuk negosiasi jangka panjang yang selama ini sudah dilakukan oleh SMK Nuris yaitu berkisar 4 tahun. Kami sudah melakukan kerjasama dengan pihak dari Honda berjalan selama 4 tahun. Negosiasi jangka panjang ini tergantung kesepakatan bersama atau MoU yang dilakukan pihak sekolah dengan pihak dunia usaha/dunia industri.”¹²⁶

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ahmad Firlani Romadhon

Kajur TKR yang menjelaskan bahwa:

“Negosiasi jangka panjang yang dilakukan biasanya sekitar 2-4 tahun. Saat ini kerjasama sekolah dengan pihak dunia usaha/dunia industri sekitar 4 tahun yaitu dengan pihak Honda. Didalam negosiasi tersebut kami menyepakati kesepakatan bersama/MoU. Didalam MoU ada peraturan atau pasal yang harus ditaati oleh siswa seperti tidak boleh bertato,

¹²⁵ Untung, *Wawancara*, Jember 5 Maret 2019

¹²⁶ Dani Suherman, *Wawancara*, Jember 18 Maret 2019

C. Pembahasan Temuan

Pembahasan temuan dari skripsi ini berdasarkan hasil data yang diperoleh dilapangan selama penelitian, yaitu strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember yaitu:

1. Strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember

Berdasarkan paparan data yang telah dianalisis, bahwa strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri dilakukan dengan melalui media cetak dan daring. Media daring merupakan media dalam jaringan. Daring sendiri merupakan singkatan dari dalam jaringan. Dalam konteks ini dalam jaringan merupakan jaringan online, jaringan online merupakan sesuatu yang berhubungan dengan teknologi dan internet.

Adapun publikasi melalui media cetak yang dilakukan oleh SMK Nuris yaitu dengan melalui pembuatan banner sekolah yang dipasang didepan gerbang sekolah untuk menarik publik, pembuatan stiker sekolah yang berlogo SMK Nuris yang ditempelkan di kendaraan sekolah, pembuatan kalender di setiap tahun dan disebarakan kepada khalayak sekitar seperti guru, kayawan, orang tua siswa dan lain sebagainya. Selanjutnya publikasi keempat dilakukan melalui pembuatan buletin yang merupakan karya dari siswa-siswi SMK Nuris

dan publikasi melalui media cetak yang kelima dilakukan melalui radar jember.

Temuan tersebut senada dengan teori yang dikembangkan oleh Thomas L. Harris didalam bukunya yang berjudul *Marketer's Guide to Public Relations* dalam buku Rosady Ruslan yang menjelaskan bahwa “Setiap fungsi dan tugas public relations adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media, baik media cetak ataupun elektronik tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik. Setelah itu, menghasilkan publisitas untuk memperoleh tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat. Dalam hal ini, tugas humas adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pihak pers/wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilinya.”¹²⁹

Begitu juga teori yang dikembangkan oleh Harwood Childs yang menjelaskan bahwa “Ada beberapa strategi dalam kegiatan public relations untuk merancang suatu pesan dalam bentuk informasi atau berita, yaitu dengan melakukan kampanye untuk penyebaran pesan melalui proses publikasi suatu berita. Publikasi tersebut dapat dilakukan melalui kerjasama dengan berbagai media massa, salah satunya yaitu

¹²⁹ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 13.

media cetak atau media elektronik. Publikasi melalui media cetak dan media elektronik akan menciptakan publisitas yang

Begitu juga teori yang dikembangkan oleh Ralph Currier dan Allan C. Filley dalam bukunya *Principles of Management* yang dikutip oleh Rosady Ruslan yang menjelaskan bahwa “Fungsi dan tujuan humas yaitu menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.”¹³¹

Selanjutnya mengenai publikasi melalui media cetak yang dilakukan oleh SMK Nuris baik melalui pembuatan buletin, radar jember, dll serta publikasi melalui media daring dengan menggunakan website sekolah dan facebook dalam menyebarkan informasi, merupakan publikasi dari berita atau informasi yang aktual/terbaru yang berisi mengenai perkembangan SMK Nuris.

Temuan tersebut senada dengan teori yang dikembangkan oleh Dr. Willard G. Bleyer, yang berpendapat “*Anything timely that interest a number of readers* yaitu berita yang baik adalah segala sesuatu yang terbaru, hangat, dan aktual sehingga dapat menarik perhatian sebagian besar pembacanya.”¹³²

¹³⁰ Ibid., 46.

¹³¹ Ibid., 10.

¹³² Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi*, 47.

2. Strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember

Berdasarkan paparan data yang telah dianalisis, bahwa strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri dilakukan dengan melalui hubungan dengan orang tua, hubungan dengan alumni dan hubungan dengan dunia usaha/dunia industri.

Adapun hubungan sekolah dengan orang tua dilakukan dengan mengadakan event temu wali murid, home visit, dll. Selanjutnya untuk hubungan sekolah dengan alumni dilakukan dengan membuat forum pertemuan khusus alumni yang bernama IMAN (Ikatan Alumni Nuris).

Selanjutnya untuk hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri biasanya dilakukan melalui kerjasama terkait pelaksanaan prakerin dan penyaluran lulusan.

Temuan tersebut senada dengan teori yang dikembangkan oleh Onong Uchjana Effendy, mengatakan bahwa Praktisi humas dalam membangun hubungan khalayak terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Membina hubungan ke dalam (*publik internal*)

Membina hubungan ke dalam atau *publik internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri.

b. Membina hubungan keluar (*public eksternal*)

Membina hubungan keluar atau *public eksternal* adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Bentuk-bentuk hubungan sekolah dengan *publik ekstern* meliputi:

- 1) Hubungan sekolah dengan dengan orang tua siswa dan warga masyarakat.
- 2) Hubungan Sekolah dengan Alumni. Dari para alumni, sekolah memperoleh masukan tentang kekurangan sekolah yang perlu dibenahi, upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk perbaikan.
- 3) Hubungan dengan Dunia Usaha/Dunia Industri: Hubungan ini bisa dilakukan melalui mengundang tokoh yang berhasil untuk datang ke sekolah, mengirim para anak didik ke dunia usaha/dunia kerja. Tentu ini akan menguntungkan kedua belah pihak. Dunia usaha/ dunia kerja memperoleh tenaga kerja dengan mudah, sedangkan para siswa mendapatkan pengalaman kerja yang berharga.¹³³

Begitu juga teori yang dikembangkan oleh Zulkarnain Nasution bahwasanya peran humas antara lain:

- 1) Membina hubungan harmonis kepada public internal
(dalam lingkungan pendidikan, seperti dosen atau guru,

¹³³ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 107.

tenaga administrasi, dan siswa) dan hubungan kepada public eksternal (diluar lembaga pendidikan, seperti masyarakat, media massa, orang tua siswa dan lembaga atau instansi lain)

- 2) Membina komunikasi dua arah kepada public internal (dalam lingkungan pendidikan, seperti dosen atau guru, tenaga administrasi, dan siswa) dan hubungan kepada public eksternal (diluar lembaga pendidikan, seperti masyarakat, media massa, orang tua siswa dan lembaga atau instansi lain) dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian dan berbagai kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan.
- 3) Mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada di lembaga pendidikan maupun yang ada di masyarakat.
- 4) Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang terdapat di dalam masyarakat.
- 5) Bersikap terampil dan menterjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan dengan baik.¹³⁴

¹³⁴Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), 24.

3. Strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember

Berdasarkan paparan data yang telah dianalisis, bahwa strategi negosiasi dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri dilakukan dengan melalui negosiasi jangka pendek dan negosiasi jangka panjang yang sudah tertuang dalam Surat Kesepakatan Bersama (MoU) yang sudah disetujui oleh kedua belah pihak.

Negosiasi jangka pendek dilakukan SMK Nuris dan pihak dari dunia usaha/dunia industri dilakukan dalam kurun waktu 1 tahun. Jika kerjasama berjalan dengan baik, maka negosiasi antara kedua belah pihak dapat diperpanjang atau akan diadakan perpanjangan waktu dan negosiasi jangka panjang biasanya dilakukan dalam kurun waktu 2-4 tahun

Temuan tersebut senada dengan teori yang dikembangkan oleh Thomas L. Harris didalam bukunya yang berjudul *Marketer's Guide to Public Relatios* dalam buku Rosady Ruslan yang menjelaskan bahwa :

Negosiasi adalah sebuah rencana baik jangka panjang atau jangka pendek yang dibuat okeh humas dalam rangka penyusunan budget yang dibutuhkan. Dengan perencanaan yang matang akan membuat kegiatan yang sudah direncanakan berjalan dengan baik dan dapat meminimalisasi kegagalan. Keterampilan untuk bernegosiasi secara pendekatan pribadi sangat diperlukan bagi praktisi humas disuatu lembaga atau organisasi, tujuannya agar semua rencana, ide, atau

gagasan kegiatan suatu lembaga atau organisasi sebelum dimasyarakatkan perlu diadakan pendekatan untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh sehingga timbul saling menguntungkan (*win-win solution*).¹³⁵



¹³⁵ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 15.

Tabel 4.6

Temuan Penelitian

No.	Fokus Penelitian	Uraian Temuan
1	Bagaimana strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?	Strategi publikasi humas yang dilakukan SMK Nuris melalui media cetak dan media daring. Publikasi melalui media cetak dilakukan melalui pembuatan banner sekolah, stiker, kalender, buletin, dan radar jember. Sedangkan publikasi melalui media daring dilakukan melalui website sekolah dan facebook.
2	Bagaimana strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?	Strategi membangun hubungan dengan khalayak dilakukan melalui hubungan sekolah dengan orang tua siswa, hubungan sekolah dengan alumni dan hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri.
3	Bagaimana strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?	Strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri dilakukan melalui negosiasi jangka pendek dan negosiasi jangka panjang

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nuris Jember adalah sebagai berikut:

1. Strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia Industri di SMK Nuris Jember yaitu melalui media cetak dan media daring (dalam jaringan). Publikasi melalui media cetak dilakukan melalui pembuatan banner sekolah, stiker, kalender, buletin, dan radar jember. Sedangkan publikasi melalui media daring dilakukan melalui website sekolah dan facebook.
2. Strategi humas membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia Industri di SMK Nuris Jember dilakukan melalui hubungan sekolah dengan orang tua siswa, hubungan sekolah dengan alumni dan hubungan sekolah dengan dunia usaha/dunia industri.
3. Strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri dilakukan melalui negosiasi jangka pendek dan negosiasi jangka panjang.

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian tentang Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nuris Jember, maka penulis memberikan saran-saran yang diharapkan menjadi masukan bagi:

1. Kepala Sekolah

Kepala Sekolah hendaknya meningkatkan perhatiannya terhadap kegiatan humas di sekolah, agar tujuan atau visi dan misi sekolah dapat dicapai dengan maksimal.

2. Waka Humas

Waka Humas melakukan strategi dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri hendaknya terus menerus ditingkatkan agar tujuan atau visi dan misi dari sekolah dapat tercapai dengan maksimal.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Terjemah. Kudus. Menara Kudus.
- Al-Firdaus Iqra'. 2013. *Kiat Hebat Public Relations Ala Nabi Muhammad SAW*. Jakarta. Penerbit Najah.
- Arikunto Suharsimi dan Lia Yuliana. 2009. *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta. Aditya Media
- Athis. 2011. "Strategi Komunikasi Public Relations". *Jurnal Sosial Budaya* Vol.8 No.02. 191.
- Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. 2016. *Grand Design Pengembangan Teaching Factory dan Tecnopark di SMK*. Jakarta. Direktorat Pendidikan Dasar dan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta. Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Tenaga Kependidikan.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Hubungan Masyarakat*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Hermawati. 2017. *Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Madrasah di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang*. Sumatera Utara. Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Jauhari, Minan. 2013. *Public Relations Membangun Citra Organisasi dengan Komunikasi*. Jember: STAIN Jember Press.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2015. *Rencana Strategis Direktorat Pembinaan SMK 2015-2019*. Jakarta. Direktorat Pendidikan Dasar dan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kurnia, Indhira Hari. 2013. *Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta*. Surakarta. Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Miles B. Matthew, A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*, terjemah Tjejep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya

- Morissan. 2010. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta. Kencana.
- Moore Frazier. 2005. *HUMAS Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyas. 2006. *Menjadi Kepala Sekolah PROFESIONAL*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyadi. 2010. *Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Mengembangkan Budaya Mutu*. Malang. UIN Maliki Press.
- Mubarok, Juliana Ifnul. 2013. *Kamus Istilah Ekonomi*. Bandung: Yrama Widya.
- Mustafa, Nurfaidah Rezky. 2017. *Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Kantor Kesyahbandaran Utama Makassar*. Makassar. Skripsi UIN Alauddin Makassar.
- Nasution, Zulkarnain. 2010. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- Permana, Mutaiara Ayuningtya. 2016. "Pola Persebaran Industri". Skripsi, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Petunjuk Pelaksanaan Sistem Pendidikan Nasional*. 2000. Jakarta. CV Eko Jaya.
- Puwanto, Iwan. 2006. *Manajemen Strategi Pedoman Jitu dan Efektif Membedik Sasaran Perusahaan Melalui Analisis Aspek Internal & Eksternal*. Bandung. CV. Yrama Widya.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2002. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Suryani, Penti. 2014. *Manajemen Agribisnis*. Yogyakarta. Aswaja Pressindo.
- Soeprijanto. 2010. *Daya Dukung Dunia Industri Terhadap Pelaksanaan Praktik Kerja Industri (Prakerin)*, *Jurnal Pendidikan & Kebudayaan*, vol. 16. Jakarta. Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Pendidikan Nasional.
- Tim Penyusun. 2017. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember. IAIN Jember Press.

- Ulfatin, Nurul. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya Studi Kasus, Etnografi, Interaksi Simbolik dan Penelitian Tindakan pada Konteks Manajemen Pendidikan*. Malang. Media Nusa Creative.
- Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional UU RI No. 20 Th.2003. 2017. Jakarta. Sinar Grafika.
- Wahjosumidjo. 2011. *KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Wahyudi. 2009. *Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Organisasi Pembelajaran*. Bandung. Alfabeta.
- Wulandari, Bekti. 2015. "Peningkatan Kerjasama dalam Tim Melalui Pembelajaran Berbasis Lesson Study, *Jurnal Electronics, Informatics and Vocational Education*, 12.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Naimah

NIM : T20153049

Jurusan/Prodi : Kependidikan Islam/ Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan

Institut : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalin Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember”** adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 01 Mei 2019

Yang bertanda tangan



Nur Naimah

NIM. T20153049

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember	1. Strategi Hubungan Masyarakat	a. Publikasi	1) Media Elektronik 2) Media Cetak	1. Informan (Kepala Sekolah, Waka humas, ketua program studi, dunia usaha/dunia industri) 2. Dokumen dan 3. Literatur pustaka: Buku, Jurnal dll yang relevan	1. Jenis Penelitian; Deskriptif 2. Pendekatan: Kualitatif. 3. Metode Pengumpulan Data; Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi 4. Metode Analisis Data dengan Model Miles and Huberman dengan langkah a. Kondensasi Data b. Penyajian Data c. Penarikan Kesimpulan/ Verifikasi Data	1. Bagaimana strategi publikasi hubungan masyarakat dalam mejalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember? 2. Bagaimana strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam mejalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember? 3. Bagaimana strategi negosiasi hubungan masyarakat dalam mejalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Antirogo Jember?
		b. Hubungan dengan khalayak	1) Hubungan sekolah dengan orang tua siswa dan warga masyarakat. 2) Hubungan Sekolah dengan Alumni 3) Hubungan dengan Dunia Usaha/Dunia Industri			
		c. Negosiasi	1) Rencana jangka panjang 2) Rencana jangka pendek			
	2. Dunia Usaha/Dunia Industri	a. Dunia usaha	1) Badan usaha jasa			
		b. Dunia Industri	1) Industri Mesin			

PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Wawancara

1. Kepala Sekolah

- a. Bagaimana strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?
- b. Bagaimana strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?
- c. Bagaimana strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?

2. Waka Humas

- a. Bagaimana strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?
- b. Bagaimana strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?
- c. Bagaimana strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?

3. Ketua Jurusan

- a. Bagaimana strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?

- b. Bagaimana strategi membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?
- c. Bagaimana strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di SMK Nurul Islam Jember?

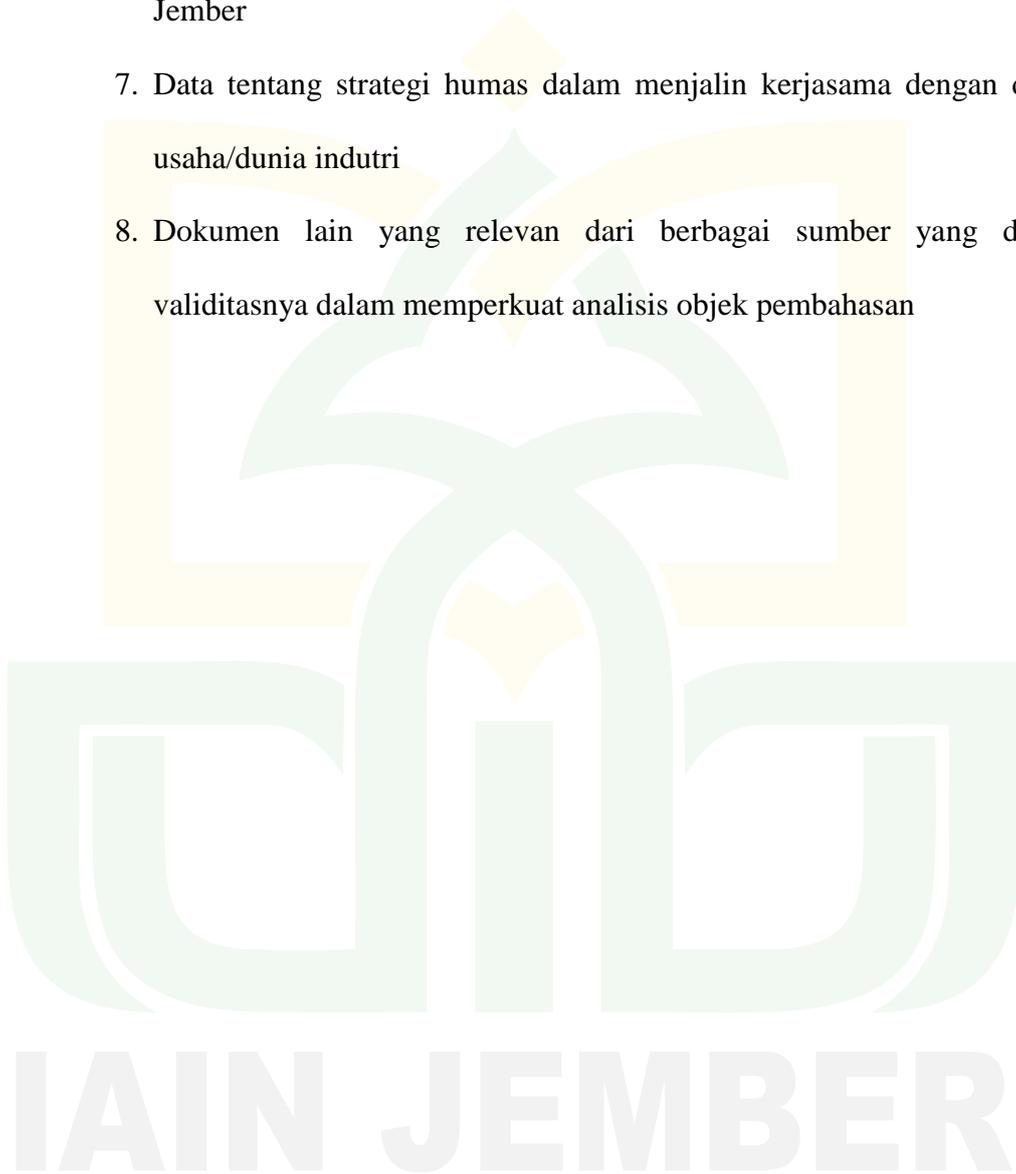
B. Pedoman Observasi

1. Lokasi dari Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
2. Strategi publikasi humas dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
3. strategi humas dalam membangun hubungan dengan khalayak dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
4. Strategi negosiasi humas dalam menjalin kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember
5. Kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan strategi humas dalam Menjaln Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di SMK Nurul Islam Jember

C. Pedoman Dokumenter

1. Letak geografis Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
2. Sejarah berdirinya Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
3. Visi dan Misi Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
4. Struktur organisasi Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember

5. Data tentang tenaga pendidik dan tenaga kependidikan Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
6. Data tentang peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan Nurul Islam Jember
7. Data tentang strategi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri
8. Dokumen lain yang relevan dari berbagai sumber yang diakui validitasnya dalam memperkuat analisis objek pembahasan



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Hari/Tanggal	Nama Kegiatan	Informan	TTD
1.	Senin, 18 Februari 2019	Menyerahkan surat izin penelitian	Fathurrohman, A.Md	
2.	Senin, 25 Februari 2019	Menyerahkan pedoman penelitian	Fathurrohman, A.Md	
3.	Selasa, 26 Februari 2019	Observasi dan wawancara Ketua Jurusan TKJ	Riant Perdana, S.Kom	
		Wawancara guru produktif	Fikri Haikal	
4.	Rabu, 27 Februari 2019	Observasi dan wawancara Kepala Sekolah	Drs. S. Haryono	
5.	Selasa, 5 Maret 2019	Wawancara Waka Humas	Untung Rahmatullah, S.T	
6.	Jum'at, 8 Maret 2019	Observasi kegiatan humas	Untung Rahmatullah, S.T	
7.	Sabtu, 9 Maret 2019	Observasi kegiatan humas	Ali Hasan, S.H, S.Pd	
8.	Senin, 11 Maret 2019	Meminta data sekolah yang berkaitan dengan penelitian skripsi	Umi Hayati	
9.	Sabtu, 16 Maret 2019	Observasi dan wawancara Ketua Jurusan TKRO	A. Firlani Romadhon, S.T	
10.	Senin, 18 Maret 2019	Observasi dan wawancara Ketua Jurusan TBSM	Dhani Suherman, S.T	
11.	Selasa, 19 Maret 2019	Wawancara Waka Humas	Ali Hasan, S.H, S.Pd	
12.	Rabu, 20 Maret 2019	Meminta surat rekomendasi telah selesai penelitian	Umi Hayati	

Jember, 20 Maret 2019

Mengetahui,

Kepala Sekolah





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jl. Mataram No.1 Mangli, Telp. (0331) 487550 Fax. (0331) 472005, Kode Pos : 68136
Website : www.http://fik.iajn-jember.ac.id e-mail : tarbiyah.iajnember@gmail.com

Nomor : B-2084/In.20/3.a/PP.00.9/02/2019
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

08 Februari 2019

Yth. Kepala SMK Nurul Islam Jember
Jalan Pangandaran No 52 Antirogo, Sumbersari, Jember 68125

Assalamualaikum Wr Wb.

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, maka mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Nur Naimah
NIM : T20153049
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Kependidikan Islam
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (Du/Di) di SMK Nurul Islam Antirogo Jember selama 30 (tiga puluh) hari di lingkungan lembaga wewenang Bapak.

Adapun pihak-pihak yang dituju adalah sebagai berikut:

1. Kepala Sekolah
2. Waka Humas
3. Ketua Jurusan
4. Dunia Usaha/Dunia Industri (Du/Di)

Demikian, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr Wb.



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Khoirul Faizinf



**SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
SMK NURIS JEMBER**

TERAKREDITASI "A"

NSS : 344 052 403 005

NDS : 4205183001

Jalan Pangandaran 48 Antirogo-Jember 68125 Telp. 0331 - 5443430

SURAT KETERANGAN

Nomor: 952 / SMK.Ni-Jbr/ M / IV / 2019

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **Drs. S. Haryono**
NIP : -
Jabatan : Kepala SMK Nuris Jember

Menerangkan bahwa :

Nama : **Nur Naimah**
NIM : T20153049
Jurusan : Kependidikan Islam
Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Penelitian : **Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalin
Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri di
Sekolah Menengah Kejuruan Nuris Antirogo Jember**

Benar-benar telah melaksanakan tugas penelitian di SMK Nuris Jember mulai tanggal 18 Februari 2019 - 20 Maret 2019 (1 Bulan).

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



BIODATA PENULIS



Nama : Nur Naimah

NIM : T20153049

TTL : Sidoarjo, 19 April 1997

Jurusan : Kependidikan Islam

Prodi : Manajemen Pendidikan Islam

Alamat : Jalan Sidomulyo No. 25 Rt. 13 Rw.03 Porong Sidoarjo

Riwayat Pendidikan

1. Madrasah Ibtidaiyah Al-Fudlola' Porong Sidoarjo
2. SMP Negeri 1 Porong Sidoarjo
3. Madrasah Aliyah Ash-Shiddiqi Puteri Jember
4. S1 IAIN Jember

Pengalaman Organisasi

1. Palang Merah Remaja SMP Negeri 1 Porong Sidoarjo
2. Korps Sukarela Palang Merah Indonesia (KSR PMI) Unit IAIN Jember
3. Bendahara Umum Unit Kegiatan Pengembangan Keilmuan (UKPK) IAIN Jember Periode 2017-2018
4. Ketua Asrama Putri Al-Musawa Kaliwates Jember Periode 2018-2019