

# STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SMK NEGERI 3 SINGARAJA DALAM MEMBANGUN CITRA SEKOLAH

Luh Putu Sriwati<sup>1</sup>; I Nyoman Ariyoga<sup>2</sup>; Nyoman Suardika<sup>3</sup>  
Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja<sup>1;2;3</sup>  
Email: luhputusriwati72@gmail.com<sup>1</sup>; nyomanariyoga92@gmail.com<sup>2</sup>;  
mangevo22@gmail.com<sup>3</sup>

---

## ABSTRAK

Citra sekolah memainkan peran krusial dalam penilaian masyarakat terhadap kualitas beserta integritas sekolah. Humas memiliki peran yang begitu penting dalam mempertahankan beserta memperkuat citra sekolah. Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana strategi komunikasi di SMK Negeri 3 Singaraja dalam membangun citra sekolah? 2) Apa saja faktor pendorong beserta penghambat komunikasi Humas SMK Negeri 3 Singaraja dalam membangun citra sekolah? beserta 3) Bagaimana dampak dari komunikasi Humas SMK Negeri 3 Singaraja dalam membangun citra sekolah. Penelitian ini menggunakan 3 teori yaitu: Teori komunikasi yang digunakan untuk membedah rumusan masalah mengenai strategi komunikasi SMK Negeri 3 Singaraja dalam membangun citra sekolah, Teori interaksi simbolik untuk membedah rumusan masalah mengenai faktor pendorong beserta penghambat dalam membangun citra sekolah beserta Teori *Stimulus Organism Respons* (S-O-R) untuk membedah rumusan masalah mengenai dampak dari komunikasi Humas dalam membangun citra sekolah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif deskriptif dengan analisis data dimulai dari tahap reduksi data, penyajian data beserta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya strategi komunikasi yang digunakan Humas SMK Negeri 3 Singaraja diantaranya sosialisasi secara konvensional, melalui media sosial Instagram, ekstrakurikuler, webinar guru beserta melalui event. Faktor pendorong berjalannya strategi komunikasi yaitu dukungan dari pihak internal beserta promosi melalui media sosial. Faktor penghalangnya yaitu banyak pesaing yang menggunakan strategi yang sama, miskomunikasi beserta kekurangan gagasan. Implikasi yang dihasilkan yaitu meningkatnya siswa baru yang terdaftar meningkatnya kunjungan di Instagram, kerja sama dengan penyedia tempat magang serta meningkatnya hubungan dengan alumni.

**Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Humas, Citra Sekolah**

## ABSTRACT

*School image plays a crucial role in society's assessment of school quality and integrity. Public relations has a very important role in maintaining and strengthening the school's image. The problem formulation of this research is: 1) What is the communication strategy at SMK Negeri 3 Singaraja in building the school's image? 2) What are the driving and inhibiting factors for public relations communication at SMK Negeri 3 Singaraja in building the school's image? and 3) What is the impact of Public Relations communications at SMK Negeri 3 Singaraja in building the school's image. This research uses 3 theories, namely: Communication Theory which is used to dissect the problem formulation regarding the communication strategy of SMK Negeri 3 Singaraja in building the school's image, Symbolic Interaction Theory to dissect the*

*problem formulation regarding the driving and inhibiting factors in building the school's image and the Stimulus Organism Response (S-O-R) Theory. ) to dissect the problem formulation regarding the impact of PR communication in building the school's image. The method used in this research is a descriptive qualitative method with data analysis starting from the data reduction stage, data presentation and drawing conclusions. The research results show that the communication strategies used by Public Relations of SMK Negeri 3 Singaraja include conventional socialization, through social media Instagram, extracurriculars, teacher webinars and through events. The driving factors for implementing a communication strategy are support from internal parties and promotion via social media. The inhibiting factors are many competitors using the same strategy, miscommunication and lack of ideas. The resulting implications are an increase in new registered students, increased visits to Instagram, collaboration with internship providers and increased relationships with alumni.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Public Relations, School Image*

---

## I. PENDAHULUAN

Humas berperan dalam mencari cara dalam menciptakan citra yang baik dari suatu Lembaga Pendidikan agar mendapatkan pengertian beserta penerimaan yang baik dari publik. Pengelolaan Humas dalam menjalin hubungan sekolah dengan masyarakat membutuhkan strategi yang tepat untuk merencanakan proses kegiatan sekolah yang bermnafaat bagi masyarakat. Peran Humas sekolah yaitu untuk menyelesaikan permasalahan, dengan strategi yang tepat seperti melakukan kegiatan promosi beserta menciptakan citra yang baik dengan memanfaatkan media sosial (Elyus & Soleh, 2021:67). Selain citra sekolah faktor penentu suatu keberhasilan sebuah organisasi yaitu komunikasi. Humas di sekolah ialah singkatan dari "Hubungan Masyarakat" di sekolah. Tugas utama humas di sekolah ialah membangun beserta menjaga hubungan baik antara sekolah, siswa, orang tua, beserta masyarakat umum. Mereka bertanggung jawab untuk mengelola komunikasi internal beserta eksternal, menyebarkan informasi tentang kegiatan sekolah, mempromosikan prestasi siswa, beserta menjawab pertanyaan atau kekhawatiran dari orang tua beserta masyarakat secara umum. Dengan demikian, peran humas di sekolah begitu penting untuk memastikan transparansi, keterlibatan, beserta dukungan dari berbagai pihak terkait dengan sekolah.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pada [kbbi.web.id/komunikasi](http://kbbi.web.id/komunikasi) mengatakan bahwasanya komunikasi ialah pengiriman atau penerimaan pesan antara dua orang atau lebih dengan cara yang sesuai dengan pesan yang dimaksudkan untuk dipahami. Sedangkan menurut Barlo (dalam Suryadi, 2018:34), komunikasi ialah suasana yang berhasil justru ketikapenerima pesan memiliki makna atas pesan tersebut, dimana pengertian yang diterima sesuai atau sama dengan yang dimaksudkan oleh sumber. Sejalan dengan pendapat Barlo Wursanto mengatakan secara lebih rinci bahwasanya komunikasi ialah proses penyiaran, penyampaian pesan, informasi yang relevan dari satu pihak (orang atau tempat) kepada pihak lain (orang atau tempat) untuk mencapai saling pengertian. Komunikasi dalam Humas bersifat timbal balik yaitu dimana komunikasi ini begitu penting beserta mutlak harus ada dalam kegiatan Humas, karena komunikasi ini terjadi antara sekolah dengan konsumen Pendidikan atau publiknya selaku pengguna atau pemakai jasa Pendidikan di sekolah tersebut.

Komunikasi humas memegang peran penting dalam mempromosikan sekolah agar orang tua memilih menyalurkan anak-anak mereka ke dalam lingkungan pendidikan yang sesuai. Dalam era informasi yang cepat beserta kompleks ini, orang tua

membutuhkan akses yang mudah beserta informasi yang jelas untuk membuat keputusan yang tepat mengenai pendidikan anak-anak mereka. Melalui komunikasi humas yang efektif, sekolah dapat menyoroti keunggulan mereka, baik itu dalam segi akademis, ekstrakurikuler, fasilitas, atau nilai-nilai yang mereka anut. Pertama-tama, humas sekolah dapat menggambarkan keunggulan akademis yang ditawarkan, seperti program pembelajaran yang inovatif, kurikulum yang komprehensif, atau prestasi siswa dalam kompetisi regional atau nasional. Tidak kalah pentingnya, komunikasi humas juga dapat menyoroti nilai-nilai yang ditekankan oleh sekolah, seperti toleransi, kerjasama, integritas, atau tanggung jawab sosial. Orang tua ingin tahu bahwasanya anak-anak mereka tidak hanya mendapatkan pendidikan akademis, tetapi juga nilai-nilai moral yang akan membentuk mereka menjadi individu yang baik beserta bertanggung jawab di masyarakat. Secara keseluruhan, melalui komunikasi humas yang efektif, sekolah dapat mempromosikan keunggulan mereka dalam berbagai aspek, sehingga membantu orang tua dalam membuat keputusan yang tepat dalam menyalurkan pendidikan anak-anak mereka.

Kepercayaan publik ialah kunci utama bagi pertumbuhan sebuah lembaga pendidikan. Ketika masyarakat memiliki kepercayaan yang kuat terhadap lembaga tersebut, mereka akan dengan penuh semangat mendukungnya, baik dengan mendaftarkan anak-anak mereka di sana maupun dengan merayu orang lain untuk melakukan hal yang sama. Sebaliknya, jika kepercayaan tersebut absen, tidak hanya akan ada penolakan untuk menyekolahkan anak-anak di sana, tetapi juga bisa muncul provokasi terhadap tetangga atau teman. persaingan antara lembaga pendidikan yang semakin ketat, penting untuk mempublikasikan program-program unggulan dengan baik. Jika hal ini tidak dilakukan, masyarakat tidak akan menyadari keberadaan program-program tersebut. Kurangnya pengetahuan ini bisa berujung pada penurunan kepercayaan masyarakat karena lembaga tersebut kalah bersaing dalam memberikan informasi yang akurat beserta menarik. Oleh karena itu, peran Humas dalam lembaga pendidikan menjadi begitu penting sebagai sarana untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Dengan kata lain, membangun kepercayaan publik ialah fondasi utama bagi pertumbuhan sebuah lembaga pendidikan. Tanpa kepercayaan ini, lembaga tersebut akan kesulitan menarik minat beserta dukungan dari masyarakat, beserta persaingan dengan lembaga lain akan semakin sulit. Oleh karena itu, Humas memiliki peran krusial dalam menjembatani komunikasi antara lembaga pendidikan beserta masyarakat, sehingga memastikan bahwasanya informasi yang disampaikan ialah faktual beserta menarik, beserta pada akhirnya, membangun kepercayaan yang kuat.

Setiap lembaga mempunyai strategi yang digunakan untuk mengembangkan lembaganya sendiri dengan sebuah pelayanan, komunikasi serta segala bentuk sarana prasarana yang menunjang dalam kegiatan belajar mengajar. Strategi Effendy (dalam Suryadi 2018:75) berpendapat bahwasanya strategi pada hakekatnya ialah merencanakan beserta berhasil mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi harus dapat menunjukkan apa taktik operasionalnya. Strategi digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa strategi karena pada dasarnya segala tindakan itu tidak terlepas dari unsur strategi. Secara formal yang bertanggung jawab atas citra sekolah hakekatnya ialah tugas Kepala Sekolah beserta bagian Humas, guru beserta pegawai beserta jajarannya. Secara informal, tanggung jawab untuk menjaga citra sekolah ialah semua publik

internal sekolah beserta siswa harus disemangati dengan menciptakan iklim komunikasi yang positif, iklim organisasi yang positif sehingga budaya organisasi yang kuat mewujudkan kinerja organisasi yang tinggi. Sehingga peran Humas dapat bersifat melekat pada manajemen sekolah yaitu bagaimana Humas mampu menyelenggarakan komunikasi secara dua arah timbal balik antara Lembaga beserta publiknya yaitu internaleksternal (Khoirunnisa, 2014:37).

Keberadaan SMK Negeri 3 Singaraja saat ini mendapat penilaian kurang baik dalam pandangan masyarakat. Ini disebabkan oleh pengalaman beserta pengamatan masyarakat terhadap kasus-kasus perkelahian, tawuran, bolos, beserta peristiwa lain yang menciptakan ketegangan di antara remaja di sekolah. Menambahkan kompleksitas situasi, SMK Negeri 3 Singaraja didominasi oleh siswa laki-laki. Namun, menyikapi hal ini, SMK Negeri 3 Singaraja sedang giat meningkatkan beserta membangun citra positif di kalangan masyarakat. Hal ini menjadi semakin penting karena persaingan antar-sekolah semakin ketat, dengan sekolah-sekolah bersaing untuk menarik perhatian masyarakat agar memilih mereka sebagai tempat bersekolah, baik bagi siswa maupun orang tua. Apalagi ada kecenderungan masyarakat untuk lebih memilih bersekolah di SMA daripada di SMK. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil observasi awal beberapa masyarakat yang menyatakan preferensi lebih tinggi mereka dalam menyekolahkan anak di sekolah SMA dibandingkan dengan SMK. Dalam menghadapi tantangan ini, SMK Negeri 3 Singaraja perlu mengambil langkah-langkah konkret untuk mengatasi permasalahan perilaku siswa beserta sekaligus membangun lingkungan belajar yang positif. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam terkait dengan strategi komunikasi SMK Negeri 3 Singaraja dalam meningkatkan citra sekolah sehingga masyarakat tertarik untuk menyekolahkan diri atau anaknya ke SMK Negeri 3 Singaraja.

Terkait dengan citra sekolah sebagai gambaran kualitas beserta keunggulan sekolah, Humas SMK Negeri 3 Singaraja senantiasa berupaya tetap mempertahankan beserta meningkatkan citra positif sekolah dengan membuat strategi komunikasi. Strategi komunikasi yang dilakukan Humas SMK Negeri 3 Singaraja tidak hanya mengandalkan berita beserta informasi yang disebar dari mulut ke mulut. Lebih dari itu Humas SMK Negeri 3 Singaraja berupaya memaksimalkan penggunaan kemajuan teknologi dengan cara mempromosikan sekolah melalui majalah sekolah, *website* beserta akun *Instagram* serta berbagai *brosur* beserta *banner* yang banyak disebar menjelang penerimaan peserta didik baru. Dengan demikian, berbagai program unggulan beserta prestasi sekolah dapat diketahui oleh masyarakat luar, tidak hanya oleh civitas akademika SMK Negeri 3 Singaraja. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji beserta mengetahui mengenai strategi komunikasi yang dilakukan Humas sekolah dengan judul “Strategi Komunikasi Humas SMK Negeri 3 Singaraja dalam Membangun Citra Sekolah”.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang menghasilkan beserta mengolah data yang menggunakan kata-kata yang disusun pada teks yang diperluas. Pendekatan fenomenologi ialah teknik analisis data kualitatif untuk mengungkap kesamaan makna yang menjadi esensi dari suatu konsep. Penelitian dilaksanakan selama 3 bulan setelah surat izin penelitian diterbitkan yaitu mulai dari bulan Februari sampai dengan bulan April. Sumber data yang digunakan ialah sumber data primer beserta

sumber data sekunder, data primer didapatkan dari observasi dengan melakukan wawancara kepada Kepala Sekolah, Wakil Kepala Humas, Kurikulum, Guru beserta juga siswa. Data sekunder diperoleh melalui buku, artikel beserta penelitian terdahulu. Objek penelitian ini ialah “strategi komunikasi pemanfaatan jeruk lemon”. Subjek penelitian yaitu Masyarakat Desa Catur, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini menggunakan 3 metode pengumpulan data yaitu metode observasi, wawancara beserta studi dokumentasi.

### III. PEMBAHASAN

#### 3.1 Strategi Komunikasi Humas SMK Negeri 3 Singaraja Dalam Membangun Citra SMK Negeri 3 Singaraja

Strategi ialah elemen penting dalam perencanaan yang menyatukan berbagai aspek, di mana perencanaan ialah salah satu fungsi utama dari manajemen. Dari pandangan tersebut, dapat dipahami bahwasanya strategi ialah proses pengambilan keputusan yang melibatkan pemilihan langkah-langkah untuk mencapai tujuan tertentu, beserta strategi ini dapat memiliki dampak yang signifikan dalam jangka panjang. Strategi Humas yang kuat tidak hanya mencakup promosi sekolah, tetapi juga melibatkan berbagai aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas beserta positif tentang sekolah kepada masyarakat. Ini bisa meliputi penyusunan materi promosi yang menarik, pemberdayaan media sosial untuk menyebarkan informasi positif, serta keterlibatan dalam kegiatan komunitas untuk memperluas jaringan beserta menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar

##### 1) Sosialisasi Secara Konvensional/Datang ke Sekolah

Kunjungan ke SMP memberikan peluang petugas sekolah SMK untuk menjelaskan secara rinci tentang keunggulan beserta potensi karir yang ditawarkan oleh program-program di SMK. Mereka dapat membahas peluang pekerjaan setelah lulus, hubungan dengan industri, fasilitas yang tersedia, serta kemungkinan pengembangan keterampilan beserta bakat siswa di SMK. Selain itu, sosialisasi langsung di SMP juga memungkinkan petugas sekolah SMK untuk menjawab pertanyaan langsung dari siswa-siswa SMP beserta memberikan klarifikasi tentang hal-hal yang mungkin masih belum jelas bagi mereka. Ini membantu dalam mengurangi ketidakpastian beserta keraguan yang mungkin dimiliki oleh siswa-siswa SMP beserta orang tua mereka terkait dengan memilih SMK sebagai pilihan pendidikan lanjutan. Selain mengunjungi SMP secara langsung, petugas sekolah SMK juga dapat membawa materi promosi, brosur, atau presentasi yang menarik beserta informatif tentang program-program yang ditawarkan di SMK. Hal ini dapat membantu dalam memberikan informasi yang komprehensif kepada siswa-siswa SMP beserta orang tua mereka, serta memberikan kesan yang positif tentang SMK sebagai pilihan pendidikan yang layak dipertimbangkan. Secara keseluruhan, sosialisasi secara konvensional dengan cara mengunjungi sekolah SMP oleh petugas dari SMK ialah langkah yang efektif dalam mempromosikan SMK kepada calon siswa. Dengan cara ini, petugas sekolah SMK dapat memberikan informasi yang lebih mendalam, menjawab pertanyaan langsung, beserta membantu siswa-siswa SMP beserta orang tua mereka untuk membuat keputusan yang tepat mengenai pendidikan lanjutan yang sesuai dengan minat beserta potensi mereka.

##### 2) Sosialisasi Melalui Media Sosial

Publikasi menjadi salah satu alat yang efektif dalam upaya sekolah untuk memperluas jangkauan komunikasi beserta membangun reputasi yang kuat di mata masyarakat. Pihak sekolah memilih menggunakan media elektronik, khususnya media sosial, sebagai sarana untuk meningkatkan citra sekolah dengan berbagai pertimbangan yang kuat. Pertama, media sosial menawarkan aksesibilitas yang luas kepada berbagai kalangan, mulai dari siswa hingga masyarakat umum, sehingga informasi yang ingin disampaikan oleh sekolah dapat mencapai audiens yang lebih besar. Selain itu, keunggulan media sosial terletak pada sifatnya yang interaktif beserta terhubung, memungkinkan sekolah untuk berinteraksi langsung dengan komunitasnya, memberikan umpan balik, beserta menjawab pertanyaan, yang pada akhirnya menciptakan hubungan yang lebih dekat beserta terbuka. penggunaan media sosial menjadi pilihan yang cerdas beserta efektif bagi sekolah untuk memperkuat citra mereka dalam masyarakat. Pesan-pesan utama yang ingin disampaikan oleh Humas untuk membangun citra positif sekolah dapat bervariasi tergantung pada konteks beserta nilai-nilai inti sekolah

### 3) Sosialisasi Ekstrakurikuler Kepada Murid SMK Negeri 3 Singaraja beserta Webinar Guru SMKN 3 Singaraja

Kegiatan ekstrakurikuler memberikan kesempatan kepada siswa untuk mengeksplorasi minat beserta bakat mereka di berbagai bidang seperti seni, olahraga, sains, teknologi, beserta lainnya. Ini tidak hanya memperluas wawasan mereka, tetapi juga membantu mereka mengembangkan keterampilan kritis seperti kepemimpinan, kerja sama tim, komunikasi, *problem-solving*, beserta kreativitas yang tidak selalu dapat dipelajari di dalam kelas. Dengan memperkuat nilai-nilai ini, siswa tidak hanya menjadi akademis yang baik tetapi juga individu yang beretika beserta bertanggung jawab. Tujuan sekolah mengunggah kegiatan ekstrakurikuler ialah untuk menunjukkan kepada orang tua beserta masyarakat umum bahwasanya pendidikan di sekolah tidak hanya berfokus pada pembelajaran akademis di dalam kelas, tetapi juga pada pengembangan keterampilan, minat, beserta bakat siswa di luar kurikulum.

### 4) Sosialisasi Melalui Event

Event ialah salah satu alat yang begitu efektif bagi sekolah untuk mempromosikan dirinya. Dengan menyelenggarakan event, sekolah dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat di luar lingkungan sekolah, termasuk calon siswa beserta orang tua. Melalui event ini, sekolah memiliki kesempatan untuk menampilkan potensi beserta prestasi mereka dalam berbagai bidang seperti akademik, seni, olahraga, beserta kegiatan ekstrakurikuler.

## 3.2 Hambatan beserta Dukungan Komunikasi Humas SMK Negeri 3 Singaraja dalam Membangun Citra Sekolah

### 1) Faktor Penghambat

#### a. Semakin Banyak Pesaing Sekolah Lain yang Menggunakan Strategi yang Sama

Persaingan antara lembaga pendidikan pun tidak bisa dihindari lagi dalam dunia pendidikan, setiap sekolah memiliki cara sendiri untuk mempromosikan sekolahnya masing-masing. Upaya humas SMKN 3 Singaraja dalam mengatasi persaingan antar lembaga pendidikan ialah dengan cara mengadakan promosi sekolah. Promosi sekolah diadakan di SMP terdekat di sekitar Kecamatan Buleleng, Selain promosi ke sekolah-sekolah humas SMK Negeri 3 Singaraja

juga memperlihatkan prestasi yang diraih oleh siswa melalui Instagram dengan harapan agar masyarakat lebih mengetahui kualitas SMK Negeri 3 Singaraja. humas SMK Negeri 3 Singaraja mengadakan beberapa kegiatan yang melibatkan pihak eksternal seperti kegiatan keagamaan, HUT sekolah, beserta bekerjasama pihak industry Semua dilakukan agar masyarakat lebih mengetahui tentang potensi yang dimiliki oleh SMK Negeri 3 Singaraja serta dapat meningkatkan citra sekolah.

b. Miss Komunikasi antara Siswa, Orang Tua beserta Sekolah

Ketika siswa menyampaikan informasi yang tidak akurat kepada orang tua, hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman yang tidak diinginkan. Untuk mengatasi masalah ini, humas mengambil langkah pertama dengan mencari tahu akar permasalahannya di dalam lingkungan sekolah. Jika ternyata penyebabnya berasal dari siswa, biasanya wali murid akan mengunjungi sekolah untuk memperoleh klarifikasi tentang kebenaran informasi tersebut. Dalam pertemuan ini, humas akan menjelaskan informasi yang sebenarnya kepada wali murid, wali kelas, beserta siswa. Melalui diskusi ini, akan terungkap penyebab kesalahan dalam penyampaian informasi. Secara keseluruhan, upaya humas dalam mengatasi kesalahan penyampaian informasi yang dilakukan oleh siswa melibatkan identifikasi penyebab masalah, klarifikasi informasi yang sebenarnya, beserta penggunaan bukti seperti resi pemberitahuan dari orang tua untuk memastikan keakuratan informasi. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan dapat mencegah terjadinya kesalahpahaman yang tidak diinginkan beserta memastikan bahwasanya informasi yang disampaikan kepada orang tua ialah tepat beserta dapat dipercaya.

c. Kekurangan Gagasan yang Unik dalam Memasarkan SMK N 3 Singaraja

Mencari konten yang menarik beserta memikat orang lain ialah hal yang sulit apalagi setiap generasi memiliki minat beserta ketertarikannya masing-masing hal ini menjadi salah satu kendala yang dirasakan oleh Humas SMKN 3 Singaraja oleh karena itu Humas SMKN 3 Singaraja meminta bantuan kepada OSIS yang ada di SMKN 3 Singaraja untuk membantu pembuatan konten yang menarik untuk memasarkan SMKN 3 Singaraja. Dengan bantuan dari Siswa / OSIS membantu menjalankan Humas SMK Negeri 3 Singaraja tidak hanya mengandalkan metode komunikasi konvensional seperti mulut ke mulut untuk mempromosikan sekolah. Mereka memanfaatkan kemajuan teknologi dengan lebih maksimal, termasuk menggunakan majalah sekolah, website resmi, akun Instagram, serta berbagai brosur beserta banner sebagai sarana promosi menjelang masa penerimaan peserta didik baru. Melalui beragam platform ini, berbagai program unggulan beserta prestasi sekolah dapat diinformasikan kepada masyarakat luas, bukan hanya kepada internal sekolah. Dengan demikian, upaya ini memungkinkan sekolah untuk menjangkau target audiens yang lebih luas beserta meningkatkan kesadaran tentang keunggulan sekolah di kalangan masyarakat.

2) Faktor Pendukung

a. Dukungan beserta Kerjasama dari Pihak Internal Sekolah

Kepala sekolah dapat memberikan dukungan langsung dengan memberikan arahan beserta persetujuan terhadap konten yang akan diposting di akun Instagram sekolah. Dukungan dari kepala sekolah sebagai pemimpin dalam

mengambil keputusan yang tepat ialah fondasi utama dalam kesuksesan strategi promosi sekolah di masyarakat. Kepala sekolah memiliki peran kunci dalam menentukan arah beserta prioritas sekolah, termasuk dalam hal penggunaan media teknologi untuk promosi.

**b. Promosi Melalui Media Sosial yang Membangun Branding SMK N 3 Singaraja**

Tim Humas memiliki peran penting dalam mengelola citra beserta informasi sekolah di mata publik. Mereka bertanggung jawab untuk menyebarkan berita, kegiatan, beserta prestasi sekolah melalui berbagai saluran komunikasi, termasuk media sosial. Di sisi lain, OSIS ialah wadah bagi siswa untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler beserta pengambilan keputusan di sekolah. Dengan demikian, kolaborasi antara keduanya dapat menghasilkan strategi komunikasi yang lebih efektif beserta relevan. Melalui kerjasama yang erat, tim Humas dapat mendapatkan akses langsung ke informasi beserta kegiatan yang sedang berlangsung di sekolah melalui OSIS.

### **3.3 Implikasi Strategi Komunikasi Humas SMK Negeri 3 Singaraja dalam Membangun Citra Sekolah**

**1) Meningkatnya Siswa Baru Yang Terdaftar di SMK Negeri 3 Singaraja**

Meningkatnya pendaftaran siswa ialah dampak yang signifikan dari citra sekolah yang baik. Ketika sekolah memiliki reputasi yang positif di mata masyarakat, calon siswa beserta orang tua akan cenderung lebih tertarik untuk mendaftarkan diri di sekolah tersebut. Citra yang positif menciptakan daya tarik yang kuat, memperkuat keyakinan akan kualitas pendidikan yang ditawarkan, fasilitas yang memadai, serta reputasi sekolah yang meningkat. Orang tua beserta calon siswa percaya bahwasanya sekolah dengan citra yang baik akan memberikan lingkungan belajar yang kondusif beserta memberikan pendidikan yang memadai untuk perkembangan akademik beserta sosial anak-anak mereka. Selain itu, rekomendasi dari mulut ke mulut juga turut berperan, dimana sekolah dengan citra positif lebih mungkin mendapat rekomendasi yang menguntungkan dari komunitas sekitar. Dengan demikian, meningkatnya pendaftaran siswa menjadi salah satu indikator kesuksesan dari upaya membangun citra sekolah yang baik.

**2) Meningkatnya Kunjungan beserta Interaksi di Saluran Komunikasi Humas**

Contoh lain dari bukti nyata ialah jika terjadi peningkatan jumlah kunjungan atau interaksi di saluran komunikasi yang digunakan oleh Humas, seperti peningkatan jumlah pengikut di media sosial sekolah atau peningkatan lalu lintas pengguna di situs web sekolah. Hal ini menunjukkan bahwasanya pesan-pesan yang disampaikan telah berhasil menarik perhatian calon siswa beserta orang tua, sehingga mereka tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut tentang sekolah

**3) Meningkatnya Kerja Sama Swasta dalam Penyedia Tempat Magang**

Komunitas lokal dapat memberikan dukungan dalam berbagai bentuk, seperti menyediakan fasilitas untuk acara-acara sekolah, menyumbangkan dana atau sumber daya, atau bahkan memberikan kesempatan magang atau kerja sama dengan bisnis lokal. Dengan menjaga hubungan yang baik dengan komunitas, sekolah dapat menjadi bagian integral dari komunitas tersebut beserta mendapatkan dukungan yang lebih besar. Sebagai contoh nyata edi artha yang memberikan sponsor di acara ulang tahun sekolah beserta memberikan fasilitas tempat magang untuk siswa SMK N 3 Singaraja

4) Meningkatkan Hubungan Siswa dengan Alumni

Alumni sekolah dapat memberikan dukungan finansial atau menjadi mentor bagi siswa-siswa saat ini. Mereka juga dapat membantu mempromosikan sekolah dengan menceritakan pengalaman positif mereka kepada calon siswa atau bahkan berpartisipasi dalam kegiatan sekolah sebagai pembicara tamu atau relawan. Contoh nyatanya ialah memberikan materi beserta menceritakan pengalaman saat penerimaan siswa baru serta membantu support dana saat ada kegiatan ulang tahun sekolah.

#### IV. SIMPULAN

Strategi komunikasi yang digunakan SMKN 3 Singaraja dalam membangun citra sekolah ialah memanfaatkan sosial media sebagai media promosi yang bertujuan untuk meningkatkan citra sekolah, strategi ialah kerangka kerja yang digunakan untuk mengarahkan tindakan organisasi menuju pencapaian tujuan jangka panjang, serta menjadi landasan bagi pengambilan keputusan yang efektif beserta efisien. Strategi humas yang kuat tidak hanya mencakup promosi sekolah, tetapi juga melibatkan berbagai aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas beserta positif tentang sekolah kepada masyarakat. Ini bisa meliputi penyusunan materi promosi yang menarik, pemberdayaan media sosial untuk menyebarkan informasi positif, serta keterlibatan dalam kegiatan komunitas untuk memperluas jaringan beserta menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. Faktor pendorong beserta penghambat dalam membangun citra sekolah ialah menjalankan strategi komunikasi melalui bekerja sama beserta saling mendukung di pihak internal sekolah untuk mengelola sosial media secara efektif beserta berkelanjutan. kerjasama beserta kolaborasi antara berbagai pihak di sekolah menjadi begitu penting. Salah satu kolaborasi yang bisa dilakukan ialah antara tim Humas beserta pihak OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah). Pihak OSIS, dengan pemahaman yang mendalam tentang kehidupan siswa beserta tren yang sedang berkembang di kalangan mereka, dapat membantu memberikan wawasan berharga kepada tim Humas dalam menyusun konten yang relevan beserta menarik bagi siswa.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. R., & Abidin, M. 2021. *Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran*. 6(2), 74–90.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan beserta Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Creswell, John. 2010. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, beserta Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Elyus, D. S., & Soleh, M. 2021. *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi Covid 19*. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 09, 281–289.
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori beserta Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Khadijah, Siti. 2012. *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan*. *Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, beserta Budaya*. Vol 2 No 2. Bekasi: Universitas Islam “45” Bekasi.

- Khoirunnisa, Anis. 2014. *Strategi Komunikasi Humas Sman 1 Kota Serang Dalam Upaya Pembentukan Citra Sekolah*, Universitas Islam Negeri, Jakarta.
- Kurniawan, D., & Kurniawan, D. 2018. *Komunikasi Model Laswell beserta Stimulus-Organism- Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan Laswell Communication Model And Stimulus- Organism-Response For Creatng Fun Learning*. 2, 60–68.
- Lexy J. Moleong. 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Lenaini,Ika. 2021. *Teknik Pengambilan Sampel Purposive Snowball Sampling*. Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Maulana, A., & Givari, A. 2020. *Di Kota Malang*. 4(September), 234–244.
- Mulawarman, Krisna & Yeni Rosilawati. 2020. *Komunikasi Organisasi Pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta Untuk Meningkatkan Pelayanan*. Tersedia pada <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/makna/article/view/2105/1598>.
- Moleong, Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nodyawati, Eka. 2011. *Peran Humas dalam Rangka Mempertahankan Sekolah Favorit (Studi Kasus di SMA Negeri 3 Surakarta) Tahun 2010/2011*
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Press.
- Rahmat, Abdul. 2016. *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Sari, Enny Rohmatin Mustika. 2013. “*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik SMK PGRI 1 Porong Sidoarjo*
- Soemirat, Soleh. 2003. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, beserta R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumendap, R. 2021. *Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Tondano*. 07(September), 1435–1442.
- Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tri Astuti Puji Lestari. 2011. *Manajemen Public Relation Dalam Rangka Membangun Citra Positif Bank Syariah Barokah Dana Sejahtera (BDS)*.