



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 6 Tahun 2024 Page 8887-8901

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Manajemen Strategi Humas dalam Menciptakan School Branding melalui Ekstrakurikuler

Audrea Maharani Violetasari^{1✉}, Syamsul Huda Rohmadi²

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Email: letaaudrea@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Branding memfokuskan pada kriteria unik dari keunggulan yang dihadirkan pada sekolah, sehingga menjadikan daya tarik dan kepercayaan masyarakat untuk melakukan pendaftaran pada sekolah tersebut. Namun, keterlibatan wali murid dan alumni masih kurang dalam kegiatan sekolah. Padahal, partisipasi mereka dapat menjadi salah satu cara efektif untuk memperkuat branding sekolah melalui word- of- mouth atau testimonial positif. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan penelitian kualitatif, sehingga metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Peneliti menggunakan pendekatan penelitian studi kasus (case study). Pengumpulan data yang dilakukan peneliti bersifat kualitatif, dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan serta menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Pemilihan kegiatan ekstrakurikuler yang disesuaikan dengan minat peserta didik memiliki peran penting dalam branding sekolah. Strategi branding melalui ekstrakurikuler, sekolah dapat meningkatkan reputasi dan menarik minat siswa baru setiap tahunnya. Hal tersebut diwujudkan dengan meningkatnya jumlah siswa setiap tahunnya.

Kata Kunci: *Manajemen Strategi, Ekstrakurikuler, Humas*

Abstract

Branding focuses on the unique criteria of excellence presented in schools, thus creating an attraction and public trust to register at the school. However, the involvement of parents and alumni is still lacking in school activities. In fact, their participation can be an effective way to strengthen school branding through word-of-mouth or positive testimonials. This research was conducted using qualitative research, so the methods used in this study were interviews and observations. The researcher used a case study research approach. Data collection carried out by researchers was qualitative, by reducing data, presenting data and drawing conclusions and using observation, interview and documentation techniques. The selection of extracurricular activities that are tailored to the interests of students has an important role in school branding. Branding strategy through extracurricular activities, schools can improve their reputation and attract new students every year. This is realized by the increasing number of students every year.

Keywords: *Strategic Management, Extracurricular, Public Relations*

PENDAHULUAN

Menurut Kottler (Susilo, 2022) *Brand* didefinisikan sebagai identifikasi barang dan jasa dari sekelompok penjual untuk membedakan dari pesaing lainnya. *Branding* sekolah merupakan strategi penting dalam menarik minat siswa dan orang tua. Branding sekolah berkaitan pada upaya membangun dan memelihara citra positif dan identitas yang kuat bagi institusi pendidikan. *Branding* yang kuat dapat membantu sekolah menarik siswa baru, membangun reputasi yang baik serta meningkatkan dukungan dari masyarakat umum, sehingga menarik lebih banyak pendaftar.

Branding yang baik memfokuskan pada kriteria unik dari keunggulan yang dihadirkan pada sekolah, sehingga menjadikan daya tarik dan kepercayaan masyarakat untuk mendaftarkan putra-putrinya pada sekolah tersebut. Salah satu strategi *branding* dapat dilakukan yaitu melalui kegiatan ekstrakurikuler. Kegiatan yang elementer dalam dunia pendidikan yaitu ekstrakurikuler, karena membantu pengembangan pola berpikir siswa. Implementasi kegiatan ekstrakurikuler diharapkan menghasilkan siswa yang sosial, civis, dan etis, serta berpedoman pada empat pilar pendidikan yaitu *learning to do, learning to know, learning to be, and learning to live together* (Nurrahman, 2021).

Ekstrakurikuler dapat menjadi bagian penting dari strategi branding sekolah. Kegiatan ini mencerminkan nilai-nilai dan keunikan sekolah. Program ekstrakurikuler yang unik dan berkualitas dapat menjadi daya tarik bagi calon pendaftar, sehingga manajemen yang efektif dalam kegiatan ekstrakurikuler memiliki kontribusi yang besar bagi sekolah. Adanya kegiatan ekstrakurikuler yang diikuti siswa diharapkan dapat memberikan fasilitas pada

bakat dan minat siswa sehingga mampu membentuk keterampilan, karena fokus kegiatan ekstrakurikuler bukan hanya berwujud latihan melainkan juga berwujud pengenalan sosial dan untuk mengetahui karakter dan potensinya (Arifudin, 2022).

Maka dari itu, humas memiliki bagian untuk mengatur hubungan dengan masyarakat di dalam sekolah maupun dengan masyarakat di luar sekolah. Pendekatan yang dapat dilakukan humas dalam melakukan *branding* salah satunya dengan mengenalkan kegiatan ekstrakurikuler unggulan yang dimiliki sekolah. Menurut (Puspa, 2014) fungsi humas sebagai sebuah jembatan yang berupaya menghubungkan dua pihak secara seimbang dan kokoh. Sebagai sebuah jembatan, dapat dimengerti pula kiranya bahwa humas sebenarnya merupakan sebuah profesi yang berupaya untuk dapat melayani dua kepentingan yang berbeda, yang sebisa mungkin dapat dipertemukan tanpa mengecewakan salah satu pihak.

Humas sebagai sebuah fungsi manajemen dalam organisasi bermakna pengaplikasian aspek-aspek manajemen seperti identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi melalui kegiatan komunikasi antara organisasi dengan publik. Dengan demikian kegiatan komunikasi antara organisasi dengan publik dapat terealisasi dalam serangkaian program-program yang terencana sebagai penunjang tercapainya tujuan organisasi. Maka dari itu, humas berperan sebagai pengatur hubungan dengan masyarakat di dalam sekolah dan masyarakat di luar sekolah. Pendekatan yang dapat dilakukan humas dalam melakukan *branding* salah satunya dengan pengenalan kegiatan ekstrakurikuler unggulan yang dimiliki sekolah. Dengan demikian kegiatan komunikasi antara organisasi dengan publik dapat terealisasi dalam serangkaian program-program yang terencana sebagai penunjang tercapainya tujuan organisasi.

Perwujudan humas di SDTQ Al Mujahidin dituangkan dalam kegiatan ekstrakurikuler yang menjadi *brand image* pada sekolah swasta, karena ekstrakurikuler menjadi prioritas utama dalam meningkatkan *prestige* sekolah yang dikelolanya. Kualitas kegiatan ekstrakurikuler pada suatu pendidikan menjadi indikator *branding* yang kompleks, namun memiliki tujuan yang sederhana yaitu bagian dari upaya peningkatan nilai tambah (*value added*) produk atau jasa dengan kekuatan *brand equity* (Rizkiyah, 2020). *Branding* sekolah terwujud dengan adanya peningkatan jumlah peserta didik setiap tahunnya. Terdapat lima kategori dalam ekstrakurikuler yaitu 1) Kegiatan pro-sosial, kegiatan bermasyarakat sehingga dapat diterapkan pada lingkungan secara efektif; 2) Kegiatan Olahraga, kegiatan untuk mengarahkan peserta didik agar tubuh kuat dan lebih sehat; 3) Kegiatan Seni, kegiatan untuk memberikan kesempatan terhadap siswa agar dapat memiliki berbagai pengalaman dibidang seni. 4) Keterlibatan sekolah, untuk melatih kemampuan dalam

berorganisasi yang bersifat terarah supaya siswa menjadi berkarakter; 5) Kelompok akademik, yaitu kegiatan untuk pengembangan sikap ilmiah dalam memecahkan suatu masalah secara sistematis.

Kegiatan ekstrakurikuler di SDTQ Al Mujahidin beragam diantaranya Pramuka, Taekwondo, Pencak Silat, TIK, *Public Speaking* dan Futsal. Adapun kegiatan ekstrakurikuler yang menjadi unggulan sekolah ini, sehingga banyak diminati peserta didik yaitu *Robotic*, *English Club* dan Tilawah. Meskipun banyak prestasi non akademik yang tercatat di sekolah ini, justru ekstrakurikuler unggulan yang ditawarkan sekolah ini termasuk *robotic* dan *English Club* belum pernah mengikuti ajang perlombaan. Fasilitas penunjang kegiatan ekstrakurikuler juga masih rendah, sehingga kegiatan ekstrakurikuler belum efektif untuk dilakukan. Tentunya hal ini juga akan berdampak pada kepercayaan wali murid untuk mendaftarkan anak-anaknya pada sekolah ini, karena pada sekolah unggulan ekstrakurikuler mendapatkan prioritas utama dalam rangka meningkatkan *prestige* sekolah yang dikelola.

Maka dari itu, sekolah melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler dalam rangka menciptakan *school branding*, karena ekstrakurikuler dapat menjadi jembatan untuk lebih mengenalkan sekolah kepada masyarakat, dengan ekstrakurikuler maka akan melibatkan peran orang tua siswa dan juga masyarakat. Keberadaan ekstrakurikuler pada sekolah tahfidz tentunya dapat menjadi *branding* tersendiri pada kalangan masyarakat. Terutama ekstrakurikuler *robotic* yang menjadi unggulan pada sekolah ini, karena ekstrakurikuler ini masih jarang keberadaannya pada tingkat sekolah dasar di Surakarta.

Penelitian yang dilakukan Lailatul Hidayah dengan judul penelitian "Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan *School Branding* melalui *English International Collaboration* menunjukkan bahwa Proses branding dilakukan dengan pembuatan nama branding yang menunjukkan kepanjangan dari kader mubaligh intelektual dan ulama, kemudian mengkomunikasikan keunggulan dan keunikan sekolah melalui media sosial yang menunjukkan kegiatan ekstrakurikuler kepada publik (Lailatul Hidayah, 2019).

Hasil penelitian tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Abdul Tahir dengan judul penelitian "Implementasi Manajemen Pendidikan Berbasis Sistem Informasi Era Industri 4.0 Untuk Branding Lembaga Pendidikan Sekolah Swasta menunjukkan bahwa *School Branding* yang diterapkan melalui penciptaan citra madrasah yang bagus dan menarik, serta menginformasikan kepada masyarakat melalui *website* sekolah terkait program-program sekolah yakni tahfidz, adiwiyata dan ekstrakurikuler (Tahir, 2023).

Pengelolaan ekstrakurikuler perlu dilakukan dengan harapan mampu mencetak peserta didik yang berprestasi dalam berbagai bidang, baik bidang akademik maupun non akademik. Banyaknya prestasi yang ada pada sekolah mempengaruhi kepercayaan masyarakat. Kegiatan ekstrakurikuler merupakan bagian dari manajemen humas yang dikelola dengan membentuk suatu organisasi agar tercipta tujuan yang terstruktur dengan jelas (Annisa, 2021).

Manajemen membantu memberikan arahan berupa batasan- batasan tertentu untuk meminimalisir terjadinya hal yang tidak diharapkan (Ramdani, 2023). Terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan untuk menciptakan manajemen yang efektif dan efisien diantaranya perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan pemberdayaan (Suprpto, 2022).

Manajemen membantu memberikan arahan berupa batasan- batasan tertentu untuk meminimalisir terjadinya hal yang tidak diharapkan (Ramdani, 2023). Manajemen merupakan proses perencanaan, pengorganisasian dan pengambilan keputusan dalam rangka mencapai tujuan atau sasaran dengan melibatkan pengelolaan sumber daya manusia. Terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan untuk menciptakan manajemen yang efektif dan efisien diantaranya perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan pemberdayaan (Suprpto, 2022).

Manajemen dikategorikan sebagai ilmu terapan karena digunakan sebagai pengembangan pengetahuan dengan terciptanya penemuan baru yang mencakup keseluruhan proses mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Manajemen bertujuan membantu organisasi dalam melaksanakan pekerjaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Apabila suatu manajemen yang diterapkan itu baik, maka dalam pengelolaan pendidikan akan mencapai tujuan secara maksimal dan mutu sekolah akan meningkat pesat termasuk tujuan dalam kegiatan ekstrakurikuler. Salah satu wujud perencanaan manajemen ekstrakurikuler pada lembaga sekolah yaitu memberikan penawaran ekstrakurikuler yang kekinian atau sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini seperti penggunaan *AI (Artificial Intelligence)*. Perkembangan teknologi informasi yang terjadi, membuat sekolah perlu beradaptasi dengan media sosial dan *platform* digital untuk menjangkau lebih banyak *audiens*. Sehingga peran humas dalam melakukan manajemen harus efektif sehingga dapat memanfaatkan teknologi untuk mendukung branding dengan ekstrakurikuler.

Manajemen tersebut dilakukan dengan melakukan perencanaan untuk menentukan jenis ekstrakurikuler dari sekolah, kemudian melakukan koordinasi dengan pelatih untuk

menentukan target untuk dapat mengikuti perlombaan. Selain membuat perencanaan program kerja dan kurikulum ekstrakurikuler pada awal periode, koordinator atau pembina ekstrakurikuler harus menyerahkan daftar hadir dari kegiatan yang telah dilakukan. Hal tersebut dilakukan supaya kegiatan ekstrakurikuler dapat dipantau perkembangannya. Evaluasi dan penilaian ekstrakurikuler dilaksanakan setiap akhir semester.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan, terdapat juga beberapa gejala yang menunjukkan perlunya peningkatan strategi branding di SDTQ Al Mujahidin Surakarta yaitu kurangnya partisipasi orang tua dan alumni. Masih minimnya keterlibatan wali murid dan alumni dalam kegiatan sekolah. Padahal, partisipasi mereka dapat menjadi salah satu cara efektif untuk memperkuat branding sekolah melalui *word- of- mouth* atau testimonial positif. Sehingga, pemanfaatan ekstrakurikuler dalam menciptakan *school branding* dapat menjadi jembatan untuk lebih mengenalkan sekolah kepada masyarakat, dengan ekstrakurikuler maka akan melibatkan peran orang tua siswa dan juga masyarakat. Keberadaan ekstrakurikuler pada sekolah tahfidz tentunya dapat menjadi *branding* tersendiri pada kalangan masyarakat. Terutama ekstrakurikuler *robotic* yang menjadi unggulan pada sekolah ini, karena ekstrakurikuler ini masih jarang keberadaannya pada tingkat sekolah dasar di Surakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan penelitian kualitatif, sehingga metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Suharsimi (2002) mengatakan bahwa wawancara penelitian merupakan percakapan dan berkisar dari informal ke formal. Percakapan yang dilakukan mempunyai aturan peralihan tertentu atau kendali oleh satu atau partisipan lainnya, aturan pada wawancara penelitian lebih ketat. Wawancara penelitian ditujukan untuk mendapatkan informasi dari satu sisi saja, oleh karena itu hubungan tidak seimbang harus tampak. Peneliti cenderung mengarahkan wawancara pada penemuan perasaan, persepsi, dan pemikiran partisipan.

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian studi kasus (*case study*), Menurut Geertz (1988) studi kasus merupakan metode kualitatif yang dapat menjadi metode yang dapat menguraikan permasalahan. Penelitian ini berkenaan mengenai proses-proses yang kompleks dan pengaruhnya dalam konteks tertentu. Kemampuan untuk memberikan gambaran yang kompleks dengan cara ini merupakan manfaat utama studi kasus. Pembaca seolah-olah untuk merasakan mereka ada di sana bersama anda dalam riset yang dilakukan

peneliti, serta menyimpulkan apa yang telah diperoleh. Penelitian ini dilakukan di salah satu sekolah dasar swasta di Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta.

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti bersifat kualitatif, dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan serta menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati objek yang dituju yakni salah satu sekolah dasar swasta di kecamatan Banjarsari. Informan yang diperlukan dalam penelitian yaitu Kepala Sekolah, Koordinator Kegiatan, dan Koordinator kurikulum dengan subjek penelitian yaitu Manajemen Strategi Humas Terhadap *Branding School*/Melalui Ekstrakurikuler.

Wawancara dilakukan dengan melakukan pengumpulan data yang berkaitan dengan informasi tersebut. Analisis ini dilakukan dengan melakukan pengorganisasian, pemecahan dan mensintesa data serta pencarian pola, pengungkapan hal yang penting, dan menentukan apa yang dilaporkan, metode yang digunakan selain itu dilakukan dengan pengumpulan data observasi dan dokumentasi terkait dengan Manajemen Strategi Humas Terhadap *Branding School*/Melalui Ekstrakurikuler.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Strategi Humas dalam menciptakan School Branding Melalui Ekstrakurikuler

Branding merupakan strategi yang digunakan suatu lembaga dalam meningkatkan dan membangun identitas suatu lembaga dengan memberikan ciri khas tersendiri dalam masyarakat. Branding berperan dalam membangun citra positif (reputasi) lembaga dengan memberikan persepsi baik yang dapat menarik minat sasaran. *Branding* disusun setelah melakukan perencanaan yang matang beserta dengan visi misi suatu lembaga. Penyusunan tersebut dilakukan untuk memudahkan membuka peluang yang ditargetkan (Azizah & Budiyo, 2023).

Brand menjadi identitas suatu produk dengan karakteristik yang membedakan. *Branding* mulai muncul akibat adanya persaingan dalam berwirausaha melaju dengan pesat, maka dari itu perusahaan harus mampu membuat produk yang memiliki karakteristik berbeda dan menonjol, serta dapat mempertahankan kualitas yang dimiliki pada sebuah lembaga. Peran label yang diterapkan tersebut dapat memperkuat strategi dalam mempertahankan eksistensinya (Taufiq, 2023).

Kualitas yang dimiliki oleh suatu lembaga memiliki pengaruh terhadap kepercayaan masyarakat terutama pada lembaga pendidikan swasta. Hal tersebut berkaitan dengan ayat

mengenai usaha meningkatkan kualitas lembaga pendidikan (sekolah) dalam firman Allah SWT dalam Surat Ar- Ra'd:13/11 sebagai berikut:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka”

Ayat tersebut dapat ditafsirkan bahwa Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum ketika masyarakat tersebut tidak memiliki usaha untuk berbenah atau melakukan perubahan diri. Perubahan tersebut ada pada diri sendiri, karena yang mengetahui apa yang harus dirubah hanya diri sendiri, sehingga dalam hal ini peneliti berpendapat bahwa diri yang dimaksudkan pada penelitian ini adalah lembaga yang bersangkutan (sekolah). Perubahan yang dilakukan sekolah ini berimplikasi pada kualitas dari sekolah tersebut melalui sebuah program yang direncanakan melalui ekstrakurikuler yang berkualitas.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan peneliti, strategi branding pada SDTQ Al Mujahidin dilakukan dengan menciptakan kegiatan melalui ekstrakurikuler memiliki fungsi antara lain:

- 1) Kegiatan Pengembangan, merupakan wadah untuk pengembangan minat dan bakat siswa.
- 2) Kegiatan Sosial, yaitu sebagai wadah memperluas sosialisasi dengan orang lain, melatih keterampilan berkomunikasi, dan pembentukan karakter siswa.
- 3) Kegiatan Waktu luang, dilaksanakan dalam suasana yang menyenangkan, sehingga dapat mendukung proses pengembangan potensi atau kemampuan siswa.

Branding sekolah yang dilakukan dengan benar akan dapat membangun kepercayaan masyarakat. Sebaliknya, jika dilakukan dengan tidak profesional maka dapat berdampak pada satuan pendidikan yang bersangkutan, maka dari itu pengelolaan strategi ekstrakurikuler perlu dilakukan secara efektif untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi. Pengelolaan yang dilakukan di SDTQ Al Mujahidin terkait kegiatan ekstrakurikuler setiap tahun selalu berbenah, hal ini ditandai dengan awal mulanya kegiatan ekstrakurikuler hanya dipegang oleh guru yang ditugaskan, namun seiring berjalannya waktu mulailah muncul struktur organisasi untuk melakukan koordinasi terkait ekstrakurikuler.

Kemunculan bagian divisi kegiatan dalam struktur organisasi menjadi gebrakan tersendiri dalam meningkatkan manajemen humas. Divisi kegiatan ini menaungi berbagai jenis kegiatan termasuk ekstrakurikuler. Terdapat penugasan yang diberikan bagian divisi untuk menugaskan guru- guru yang bersangkutan sebagai penanggung jawab

ekstrakurikuler. Dalam hal ini proses evaluasi masih terus dilakukan, guna untuk mencari manajemen yang lebih efektif dilakukan sebagai upaya branding sekolah melalui ekstrakurikuler.

Perubahan struktur organisasi yang awal mulanya dipegang oleh beberapa guru, kemudian mengalami perubahan kembali dengan menunjuk salah satu guru untuk ditugaskan langsung oleh kepala sekolah untuk meng- *handle* seluruh kegiatan ekstrakurikuler, termasuk dalam berkoordinasi langsung dengan pelatih ekstrakurikuler dengan sebutan koordinator kegiatan humas. Humas disebut juga sebagai *public relation* yang merupakan kegiatan komunikasi antara organisasi dengan publik. Humas memiliki keterkaitan dengan manajemen, komunikasi, organisasi dan publik (Puspa, 2014). Harapannya komunikasi yang akan terbangun dalam kegiatan ini mampu membangun kesepahaman pihak terkait yang bekerja sama dalam suatu organisasi (Hairunnisa, 2021).

Strategi di implementasikan apabila setelah menyusun visi, sehingga seluruh strategi tersebut harus mengacu pada visi yang telah ditentukan. Hal tersebut dilakukan supaya strategi tersebut lebih efektif karena adanya komitmen dan arah tujuan seluruh orang dalam suatu manajemen. Pengkomunikasian visi memerlukan peran leadership (kepala sekolah) dalam suatu manajemen sekolah. Menurut Davidson terdapat beberapa peran *leadership* dalam mengkomunikasikan visi yaitu *education, authentication, and motivation* (Graham Davidson, 1995). Pelaksanaan strategi ini menjadi peran penting humas dalam menjalankan misi organisasinya.

Humas memiliki keterkaitan dengan manajemen, komunikasi, organisasi dan publik (Puspa, 2014). Publik berbeda dengan masyarakat, publik didefinisikan sebagai sekumpulan orang dengan kepentingan yang sama, sedangkan masyarakat didefinisikan sebagai sekelompok orang yang tidak selalu memiliki kepentingan yang sama. Publik memiliki karakteristik antara lain terdapat permasalahan yang dihadapi bersama; permasalahan tersebut harus benar terjadi dan harus diselesaikan; serta mengorganisir diri untuk melakukan sesuatu dan memberikan solusi terkait permasalahan yang dihadapi (Grunig, 1983).

Komunikasi dalam praktik *public relations* tidak selalu bersifat langsung, namun dapat juga bersifat tertunda (*delayed*) (Hairunnisa, 2021). Komunikasi yang terjadi dalam pelaksanaan *public relations* tidak selalu bertatap muka (*face to face*) namun, dapat juga melalui penggunaan media yang tersedia, seperti surat, dan media elektronik yang dapat memberikan timbal balik berupa informasi yang diharapkan, sehingga komunikasi yang

akan terbangun dalam kegiatan ini yang mampu membangun kesepahaman pihak terkait yang bekerja sama dalam suatu organisasi.

Keberhasilan manajemen strategi memerlukan seorang pemimpin yang dapat berkoordinasi dengan anggotanya untuk meminimalisir kesalahan dari perencanaan yang telah disepakati diawal. Pemimpin dalam ruang lingkup pendidikan yaitu kepala sekolah, selain itu kompetensi seorang pemimpin juga dibutuhkan sebagai penunjang keberhasilan manajemen strategi pendidikan (Artanto, 2022). Pengimplementasian manajemen strategik dilakukan melalui tahapan analisis lingkungan internal dan eskternal dengan metode analisis SWOT. SWOT memiliki kepanjangan *Strengths* (Kekuatan), *Weaknessses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), and *Threats* (Ancaman atau Tantangan). Beberapa instrumen SWOT tersebut merupakan analisis yang dapat digunakan dalam mengembangkan lembaga pendidikan.

Humas menjadi jembatan komunikasi organisasi dengan masyarakat untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat. Kepercayaan dari masyarakat menjadi sebuah strategi hubungan masyarakat untuk membangun citra positif melalui kegiatan- kegiatan yang bermanfaat. Publisitas sekolah merupakan salah satu bentuk menjalin hubungan sekolah dengan publik untuk menciptakan citra yang positif dalam rangka kegiatan promosi sekolah kepada publik. Maka dari itu, proses kegiatan dalam kehumasan diperlukan guna memperoleh perhatian dari masyarakat. Persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan sekarang, membuat masyarakat selektif dalam menganalisa lembaga pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan saat ini. Hasil analisa masyarakat tersebut dapat berpengaruh terhadap citra lembaga berdasarkan penilaian objektif masyarakat melalui tindakan, perilaku, dan etika lembaga. Maka dari itu strategi yang kreatif diperlukan untuk mengambil perhatian masyarakat terhadap lembaga pendidikan yang dikelola, sehingga target yang diharapkan melalui humas dapat terpenuhi. Hubungan organisasi dengan masyarakat harus terus terbangun dan dipertahankan secara harmonis, apabila keharmonisan tersebut tidak dapat membangun sebuah relasi, maka akan berdampak buruk pada citra organisasi tersebut.

Humas dalam hal ini harus memiliki unsur pemahaman sikap perilaku masyarakat sehingga komunikasi tersebut dapat tersampaikan dengan baik. Masyarakat memiliki opini yang bearagam dan selektif dalam menerima informasi yang diperoleh, sehingga humas harus memiliki strategi yang kreatif dan dapat menguntungkan untuk berbagai pihak. Strategi humas merupakan wujud komunikasi dalam membangun kesepakatan anatar pihak yang bekerjasama dan berkaitan dengan kehidupan stakeholders, sehingga humas mampu

menjalankan strategi secara efektif. Koordinator kegiatan (humas) dalam menyusun strategi branding melalui ekstrakurikuler pada sekolah ini dengan beberapa langkah diantaranya: 1) Tahap penelitian dan mendengarkan, tahapan ini dilakukan untuk menetapkan keadaan yang sesungguhnya pada lingkup organisasi; 2) Tahap perencanaan dan pengambilan keputusan, pada tahapan ini lebih fokus pada rencana yang akan dilakukan sesuai dengan target yang akan dicapai; 3) Tahap komunikasi dan pelaksanaan, tahapan menginformasikan kepada orang yang bersangkutan untuk membantu memberikan informasi dan 4) Tahap evaluasi yang berupa penilaian terhadap strategi yang telah dijalankan. Evaluasi kegiatan ekstrakurikuler dilakukan untuk memberikan perbaikan terkait kesalahan yang terjadi yang dilaksanakan pada akhir semester.

Salah satu strategi ekstrakurikuler yang paling utama yaitu pemilihan kegiatan ekstrakurikuler, pemilihan kegiatan ekstrakurikuler dipilih sesuai dengan minat peserta didik sehingga dapat menjadi daya tarik masyarakat. Kegiatan ekstrakurikuler yang unggul menjadikan siswa lebih termotivasi dalam mengikuti kegiatan ekstrakurikuler yang diikuti. Para siswa dapat mengikuti kegiatan yang diminati setiap satu minggu sekali dengan berlatih dan melakukan pembiasaan baik. Sehingga siswa dapat terbentuk dengan pembiasaan dan pengkondisian lingkungan yang mendukung. Kegiatan ekstrakurikuler yang diikuti siswa diharapkan dapat memberikan fasilitas pada bakat dan minat siswa sehingga mampu membentuk keterampilan, karena fokus kegiatan ekstrakurikuler bukan hanya berwujud latihan melainkan juga berwujud pengenalan sosial dan untuk mengetahui karakter dan potensinya.

Adanya ketertarikan siswa dengan kegiatan ekstrakurikuler dapat menjadi dorongan untuk mengikuti kejuaraan dan mencetak prestasi. Ekstrakurikuler termasuk kegiatan yang paling dasar dalam dunia pendidikan, karena dapat membantu mengembangkan pola berpikir siswa. Implementasi kegiatan ekstrakurikuler diharapkan menghasilkan siswa yang sosial, civis, dan etis, serta berpedoman pada empat pilar pendidikan yaitu *learning to do, learning to know, learning to be, and learning to live together*. Empat pilar tersebut dapat mendorong siswa lebih berprestasi, sehingga banyaknya prestasi yang tercipta dan branding sekolah akan terus mengalami peningkatan. Hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya jumlah siswa baru setiap tahunnya. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa terdapat peningkatan siswa selama tiga tahun berturut-turut.

Tabel 1.1 Data Siswa

Tahun	Jumlah Siswa
Tahun 2022	48 siswa
Tahun 2023	55 siswa
Tahun 2024	56 siswa

Upaya branding yang dilakukan di SDTQ Al Mujahidin selain melalui kegiatan ekstrakurikuler, dilakukan dengan melakukan publikasi melalui sosial media dan grub whatsapp sekolah. Publikasi dilakukan dengan menyampaikan keunggulan dari program sekolah melalui flyer dan konten berupa video pendek. Konten tersebut di *share* di sosial media dengan memberikan *hashtag* pada caption, sehingga dapat menjangkau masyarakat lebih luas. Penyusunan konten tersebut dilakukan dengan alur melakukan koordinasi dengan tim media mulai dari koordinasi tim untuk mencari ide konten publikasi. Ide konten yang telah dirancang kemudian disampaikan kepada kepala sekolah.

Ide yang telah disetujui oleh kepala sekolah, kemudian dieksekusi oleh tim media dengan menggandeng siswa SDTQ Al Mujahidin maupun guru pengampu di sekolah tersebut. Pengambilan bahan publikasi dilakukan oleh tim media dengan izin kepada wali kelas atau pihak-pihak lain yang diperlukan. Hasil edit disampaikan kepada kepala sekolah untuk di berikan saran. Apabila video melibatkan wali murid atau tokoh masyarakat secara langsung, maka video tersebut dimintakan ijin kepada yang bersangkutan untuk kemudian dibagikan di seluruh media sosial sekolah. Untuk publikasi di medsos umum (berbayar) maka tim media meminta izin kepada bagian admin dari sosmed tersebut terlebih dahulu. Selain itu kegiatan publikasi yang dilakukan dengan memasang spanduk mmt di jalanan sekitar sekolah. Publikasi tersebut cukup efektif terhadap branding sekolah karena semakin banyak yang mengenal sekolah, namun publikasi ini masih belum memenuhi target branding yang diharapkan.

Program kegiatan yang dilakukan tim media berhasil mengenalkan sekolah kepada masyarakat luas, terus bertambah luas setiap tahunnya, namun yang kami harapkan adalah jumlah pendaftar yang mencapai angka tertentu, dan sekolah saat ini belum mencapai target tersebut. Sekolah menargetkan untuk mendapatkan peserta didik baru sebanyak 3 kelas penuh, namun sampai saat ini setiap tahunnya sekolah kekurangan sekitar 10 siswa untuk mencapai target tersebut. Meski demikian, sekolah mengalami kenaikan siswa pendaftar pada tahun 2022 ke 2023 dan mendapatkan siswa yang sama banyak pada tahun 2023 dan 2024. Berdasarkan algoritma yang perlu dievaluasi melalui media sosial sekolah,

program yang paling diminati masyarakat adalah video pendek dengan tema umum seperti tanya jawab atau tema yang sedang viral namun tetap sesuai bagi anak-anak.

SIMPULAN

Branding merupakan strategi untuk membangun identitas lembaga dan memperkuat reputasi lembaga melalui persepsi baik masyarakat. Branding dilakukan setelah melalui perencanaan yang matang dengan tujuan membuka peluang yang ditargetkan. Strategi branding dapat dilakukan melalui ekstrakurikuler dengan manfaat sebagai wadah pengembangan minat dan bakat siswa. Branding berpengaruh dalam membangun kepercayaan masyarakat, apabila branding sekolah yang dilakukan dengan benar dapat membangun kepercayaan masyarakat, sehingga pengelolaan strategi ekstrakurikuler perlu dilaksanakan secara efektif. SDTQ Al Mujahidin terdapat penugasan guru yang ditugaskan untuk mengkoordinasi kegiatan ekstrakurikuler yang ditunjuk sebagai koordinator kegiatan humas. Peran koordinator tersebut yaitu mengelola strategi branding melalui ekstrakurikuler dengan perencanaan, komunikasi dan evaluasi.

Pemilihan kegiatan ekstrakurikuler yang disesuaikan dengan minat peserta didik memiliki peran penting dalam branding sekolah. Salah satu ekstrakurikuler unggulan di SDTQ Al Mujahidin adalah robotic, di mana siswa dilatih untuk melek teknologi, menganalisis, berfikir, dan menghargai proses dalam pembuatan robot. Pemilihan pelatih ekstrakurikuler yang kompeten juga berperan dalam membantu meningkatkan kemampuan serta prestasi siswa. Evaluasi kegiatan ekstrakurikuler dilakukan untuk memberikan perbaikan terkait kesalahan yang terjadi. Dengan strategi branding melalui ekstrakurikuler, sekolah dapat meningkatkan reputasi dan menarik minat siswa baru setiap tahunnya. Dukungan dari humas kepada organisasi dan publik, serta kerjasama antar pihak yang berkaitan dengan kehidupan stakeholders, memainkan peran penting dalam membangun kesepahaman.

Program kegiatan yang dilakukan tim humas berhasil mengenalkan sekolah kepada masyarakat luas terutama melalui ekstrakurikuler, terus bertambah luas setiap tahunnya, namun yang kami harapkan adalah jumlah pendaftar yang mencapai angka tertentu, dan sekolah saat ini belum mencapai target tersebut. Sekolah menargetkan untuk mendapatkan peserta didik baru sebanyak 3 kelas penuh, namun sampai saat ini setiap tahunnya sekolah kekurangan sekitar 10 siswa untuk mencapai target tersebut. Meski demikian, sekolah mengalami kenaikan siswa pendaftar pada tahun 2022 ke 2023 dan mendapatkan siswa yang sama banyak pada tahun 2023 dan 2024. Berdasarkan algoritma

yang perlu dievaluasi melalui media sosial sekolah, program yang paling diminati masyarakat adalah video pendek dengan tema umum seperti tanya jawab atau tema yang sedang viral namun tetap sesuai bagi anak-anak.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, M. N., Dewi, D. A., & Furnamasari, Y. F. (2021). Peran Ekstrakurikuler dalam Meningkatkan Karakter Kewarganegaraan Siswa di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7286–7291.
- Arifudin, O. (2022). Optimalisasi Kegiatan Ekstrakurikuler dalam Membina Karakter Peserta Didik. *JIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(3), 829–837. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i3.492>
- Artanto, D. (2022). Strategi Kepemimpinan Transformasional untuk Meningkatkan Mutu Layanan Pendidikan Islam. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 12(2), 108–122. <https://doi.org/10.30863/ajmpi.v12i2.2706>
- Azizah, Y. A., & Budiyo, A. (2023). Implementasi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Sekolah Dasar. *EL-Muhbib Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Pendidikan Dasar*, 7(1), 132–141.
- Geertz. (1988). *Works and Lives The Antropologist as Author*. In Stanford University Press.
- Graham Davidson. (1995). The ethics of confidentiality: Introduction. *Australian Psychology*, 30, 153–157.
- Grunig, J. E. (1983). *Managing Public Relation*.
- Hairunnisa. (2021). *Buku Ajar PENGANTAR HUMAS EDISI 2*.
- Lailatul Hidayah. (n.d.). Strategi kepemimpinan kepala sekolah dalam meningkatkan school branding melalui english international collaboration (studi kasus sd aisyyah kamila malang).
- Nurrahman, N., Oviyanti, F., & Syarnubi, S. (2021). Hubungan Antara Kegiatan Ekstrakurikuler Dengan Keaktifan Siswa Dalam Berdiskusi Di Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah 4 Palembang. *Jurnal PAI Raden Fatah*, 3(2), 166–175. <https://doi.org/10.19109/pairf.v3i2.6417>
- Puspa, R. (2014). Pengertian-pengertian Dasar Hubungan Masyarakat. Modul Hubungan Masyarakat, 2–7. <http://repository.ut.ac.id/4411/1/SKOM4103-M1.pdf>
- Ramdani, M. (2023). Penerapan Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan. *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 15–25.

- Rizkiyah, R., Istikomah, I., & Nurdyansyah, N. (2020). Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions. *Proceedings of The ICECRS*, 7, 1–7. <https://doi.org/10.21070/icecrs2020366>
- Suprpto. (2022). *MANAJEMEN: Prinsip Dasar Memahami Ilmu Manajemen* GET PRESS INDONESIA (Issue August). <https://www.researchgate.net/publication/373393650>
- Susilo, M. J. (2022). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa dan Awareness Masyarakat. *Urnal Pendidikan Dompot Dhuafa*, 12(August), 1–6.
- Tahir, A., Safarudin, M. S., Jusman, I. A., & Shidiq, N. (2023). Implementasi Manajemen Pendidikan Berbasis Sistem Informasi Era Industri 4.0 untuk Branding Lembaga Pendidikan Sekolah Swasta. *JIE (Journal of Islamic Education)*, 8(1), 18–34. <https://doi.org/10.52615/jie.v8i1.286>
- Taufiq, M. (2023). Strategi Branding Berbasis Kearifan Lokal. *SINDA: Comprehensive Journal of Islamic Social Studies*, 3(3), 46–58. <https://doi.org/10.28926/sinda.v3i3.1150>.