

Strategi Humas Dalam Implementasi Kerjasama Sekolah Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (Du/Di) Di Sekolah Menengah Kejuruan

Nurinsania. M^a, Syamsurijal Basri^b

^aJurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan
Universitas Negeri Makassar
Jalan. AP Penttarani Kota Makassar

alamat e-mail: nurinsaniaaa@gmail.com, rijal@unm.ac.id

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran strategi humas dalam implementasi kerjasama sekolah dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI). Adapun pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 3 Takalar. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi, yakni triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas dalam implementasi kerjasama sekolah dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) meliputi: (1) Strategi Operasional, meliputi: a) peninjauan mitra kerja, b) penandatanganan MoU oleh sekolah dan instansi mitra kerja, c) melibatkan stakeholders sekolah yakni komite sekolah, kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang humas, ketua jurusan dan guru-guru produktif. (2) Strategi persuasif dan edukatif, meliputi: a) sinkronisasi kurikulum; b) pelaksanaan pembekalan prakerin/PKL. (3) Strategi tanggung jawab sosial, meliputi: a) pelaksanaan kerjasama sesuai dengan MoU dan menjaga kualitas siswa; b) pelaksanaan magang guru, workshop, seminar, lokakarya dan Pendidikan dan pelatihan (Diklat). (4) Strategi koordinatif dan integritas, meliputi: a) penerapan komunikasi dua arah yang efektif, b) verifikasi dan peninjauan siswa, c) penunjukan guru pembimbing sekolah dan industri dan melakukan evaluasi tiga tahap.

Kata Kunci : Strategi Humas, kerjasama, dunia usaha/dunia industri.

Abstract: *The purpose of this study is to find out the picture of public relations strategies in the implementation of school cooperation with the Business World / Industrial World (DU / DI). The approach in this study is qualitative with a descriptive type of approach. This research was conducted at SMK Negeri 3 Takalar. Data collection techniques include observation, interviews and documentation. Data analysis techniques use data collection, data reduction, data presentation, and conclusions. Checking the validity of data using triangulation techniques, namely source triangulation and triangulation techniques. The results showed that the public relations strategy in the implementation of school cooperation with the Business World / Industrial World (DU / DI) includes: (1) Operational Strategies, including: a) exploring partners, b) signing of MoUs by schools and partner agencies, c) involving school stakeholders, namely school committees, principals, vice principals for public relations, department heads and productive teachers. (2) Persuasive and educational strategies, including: a) curriculum synchronization; b) implementation of prakerin/PKL debriefing. (3) Social responsibility strategies, including: a) implementation of cooperation in accordance with the MoU and maintaining the quality of students; b) implementation of teacher internships, workshops, seminars, workshops and Education and training (Diklat). (4) Coordinating strategy and integrity, including: a) implementation of effective two-way communication, b) verification and assessment of students, c) appointment of school and industry guidance teachers and conducting three-stage evaluations.*

Keywords: public relation strategies, cooperation, business/industrial world.

1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan taktik utama untuk

mencapai suatu tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Manusia memperoleh

kecerdasan dan kapasitas untuk berinteraksi sosial yang baik melalui pendidikan. Seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 pasal 3 bahwasanya “Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.” (Republik Indonesia, 2003b)

Sebagaimana diketahui bahwa Sekolah Menengah Kejuruan merupakan sekolah yang lulusannya dikenal sebagai lulusan yang siap kerja. Sejalan dengan pendapat tersebut, Majid (2012) dalam (Purnawati & Yahya, 2019) memaparkan bahwa sekolah kejuruan berfungsi untuk mempersiapkan peserta didik menjadi tenaga kerja yang produktif antara lain, yaitu: 1) memenuhi kebutuhan tenaga kerja dalam dunia usaha dan dunia industri (DU/DI), 2) menciptakan lapangan pekerjaan bagi dirinya sendiri dan orang lain, 3) mengubah status peserta didik dari ketergantungan menjadi produktif.

Salah satu aspek yang mempengaruhi terciptanya peserta didik siap kerja yang kompeten yaitu adanya mitra kerja. Sesuai dengan bidang peminatannya, sekolah harus menghasilkan peserta didik yang berkualitas dan mampu bersaing dalam dunia kerja. Agar proses pelatihan dan pembelajaran berjalan sesuai dengan tujuan sekolah, sekolah kejuruan diantisipasi perlu membangun hubungan kerjasama yang berkualitas dengan DU/DI. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, hubungan kerjasama yang baik membutuhkan sebuah prosedur.

Kerjasama antara sekolah kejuruan dengan DU/DI merupakan langkah strategis dalam studi dan bisnis yang menguntungkan kedua bela pihak, misalnya sekolah mendapatkan keuntungan dengan meningkatnya kualitas kompetensi lulusan yang kemudian siap untuk terjun ke dunia usaha atau industri, kemudian dari pihak dunia iusaha atau industri meningkatnya mutu usaha. Untuk menjalin kerjasama tersebut dibutuhkan komitmen dari

kedua bela pihak. Kerjasama yang dilakukan dalam lingkup pendidikan/sekolah disesuaikan dengan kebutuhan dan situasi sekolah dan juga pihak terkait selaku mitra kerja dengan prinsip dasar, saling mempercayai, saling menghargai, saling memberi dan menerima bagi pihak yang bekerjasama.

Dalam hal ini salah satu bentuk kerjasama sekolah dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DU/DI) adalah pelaksanaan kegiatan praktek kerja industri (Prakerin) yakni Praktik Kerja Lapangan atau yang disingkat PKL. Praktek Kerja Lapangan (PKL) dalam Permendikbud Nomor 50 Tahun 2020 tentang Praktek Kerja Lapangan bagi peserta didik merupakan pembelajaran bagi peserta didik pada SMK/MAK, SMALB, dan LKP yang dilaksanakan melalui praktek kerja di dunia kerja dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kurikulum dan kebutuhan dunia kerja. (Mendikbud, 2020).

Peraturan Pemerintah Nomor 39 tahun 1992 Bab VI pasal 8 ayat 2, didalam Peraturan tersebut mendudukan DU/DI sebagai mitra bagi Pendidikan SMK dalam melaksanakan pembelajaran siswa pada Pendidikan Sistem Ganda, (Peraturan Pemerintah RI, 1992). Kemitraan ini akan diwujudkan dalam bentuk kerjasama antara SMK dengan DU/DI (Depdikbud,1997). Sekolah perlu menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri yang saling terkait antara kedua lembaga dalam menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan yang saling melengkapi, saling menguntungkan, saling membutuhkan dalam melaksanakan program kemitraan yang direncanakan. (Lestari, 2019)

Pada hakikatnya, praktek kerja industri atau yang lebih dikenal PKL merupakan suatu wujud dari pendidikan yang mengimplikasikan peserta didik secara langsung beraksi di dunia usaha/dunia industri (DU/DI), hal ini bertujuan untuk kelak peserta didik dapat mengantongi kompetensi dan kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja. Praktek kerja industri (prakerin) adalah salah satu kegiatan belajar yang perlu diikuti oleh peserta didik sekolah kejuruan, karena dengan adanya praktek kerja industri ini dapat menjadi sebuah sarana dalam mengukuhkan dan memantapkan hasil belajar dan *skill* peserta didik. Selain itu, praktik kerja industri dapat memberikan peluang bagi peserta

didik untuk mengkaji dan memahami hasil pendalaman ilmu yang didapatkan di dalam situasi dan kondisi yang sebenarnya, dalam artian peserta didik menuangkan ilmunya secara nyata dalam dunia kerja.

Dibeberapa fenomena sebagian besar sekolah melaksanakan sebuah hubungan kerjasama seadanya tanpa adanya sebuah kualitas didalamnya. Kerjasama dijalankan hanya untuk sekedar memenuhi persyaratan atau hanya sekedar kerjasama formalitas. Salah satu dampak dari hubungan kerjasama yang tidak berkualitas dan terorganisir adalah antara sekolah dan DU/DI, kurang terserapnya secara optimal lulusan kedalam dunia kerja. Karena hal tersebut, upaya untuk mengimplementasikan hubungan kerjasama sekolah dengan baik dan efektif menjadi sangat penting dan krusial karena tuntutan era globalisasi yang menjadikan persaingan menjadi semakin ketat. Hal ini menuntut pimpinan sekolah merencanakan dan mengembangkan strategi yang digunakan untuk membangun suatu kerjasama yang efektif.

SMK Negeri 3 Takalar merupakan sekolah menengah kejuruan yang bertempat di Jl. Hamzah Dg. Tuppu No. 1, Pa'dinding Raya, Kecamatan Sanrobone, Kabupaten Takalar, Provinsi Sulawesi Selatan. SMK Negeri 3 Takalar adalah sekolah yang memiliki akreditasi B. SMK Negeri 3 Takalar memiliki beberapa jurusan, yaitu Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ), Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian (APHP), Agribisnis Tanaman Pangan dan Holtikultural (ATPH), Teknik Sepeda Motor, dan Pemasaran Bisnis Daring dan Pemasaran. Dalam proses pelaksanaan kerjasamanya, SMK Negeri 3 Takalar telah menjalin kerjasama sebanyak 42 Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI).

Pada tanggal 31 Januari 2023, peneliti melakukan observasi awal yang bertujuan untuk mengetahui kondisi sekolah yang nantinya akan dijadikan objek penelitian. Pada observasi awal tersebut didapatkan informasi bahwa pelaksanaan kerjasama SMK Negeri 3 Takalar dengan dunia usaha/dunia industri secara langsung dibidangi oleh bagian humas. SMK Negeri 3 Takalar telah melakukan kerjasama dengan dunia usaha/industri baik dari skala besar maupun kecil, seperti instansi-instansi pemerintah dan sektor-sektor usaha milik masyarakat yang resmi.

Tujuan kerjasama antara SMK Negeri 3 dengan industri dilakukan untuk adanya *link and match*, sekolah akan mengamati dunia industri bagaimana kebutuhan-kebutuhan pasar yang sebenarnya, kemudian dari kebutuhan-kebutuhan itulah sekolah mencoba membina siswa untuk arahnya kepada kebutuhan tersebut, jadi SMK Negeri 3 Takalar mempersiapkan siswanya untuk terjun di dunia kerja. Tujuan kerjasama dengan industri selanjutnya adalah untuk memperkenalkan kepada peserta didik tentang bagaimana dunia kerja, dan dari kerjasama itulah peserta didik akan dibekali sesuai dengan kebutuhan pasar.

Hal tersebut yang mendasari bagaimana sekolah dengan dunia usaha/industri memerlukan strategi humas didalamnya guna untuk menciptakan dan membuat langkah yang kemudian dapat digunakan untuk membangun kerjasama yang baik dan mengembangkan prinsip saling menguntungkan antara pihak sekolah dengan dunia usaha/dunia industri serta mengatasi kendala-kendala yang didapatkan dalam pelaksanaan kerjasama, sehingga proses jalinan kemitraan dengan instansi-instansi atau dunia usaha dan dunia industri dapat berkembang lebih jauh ke beberapa bidang.

Strategi humas berperan untuk membangun kerjasama berkualitas antara sekolah maupun dunia usaha/dunia industri yang mempunyai tujuan bersama dan mengembangkan hubungan yang efektif serta bermutu dalam mencapai tujuan bersama antara sekolah dan dunia usaha/dunia industri. Sejalan dengan hal tersebut, dalam lingkup sekolah, humas berperan untuk membina hubungan yang harmonis dengan dunia usaha/dunia industri, membina komunikasi dua arah dengan mempublikasikan informasi dan pesan penting, serta mengidentifikasi dan menganalisis suatu pendapat yang ada di lembaga atau badan penyelenggara pendidikan maupun masyarakat/mitra kerja. Humas memberikan kontribusi yang amat besar bagi sekolah dalam rangka memelihara dan menjaga hubungan yang baik dan harmonis dengan mitranya yang kemudian dengan hal tersebutlah sekolah dan mitra kerjanya dapat mencapai tujuan bersama. (Nasution, 2010)

Berdasarkan hal-hal yang telah dibahas diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian terhadap "Strategi humas dalam implementasi

kerjasama sekolah dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) di SMK Negeri 3 Takalar” - dalam rangka untuk mengetahui dan memahami bagaimana pelaksanaan strategi humas dalam implementasi kerjasama serta untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi pelaksanaan strategi humas dalam implementasi kerjasama sekolah dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) di SMK Negeri 3 Takalar

2. KAJIAN TEORI

2.1 Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*Strategia*” (*Stratos* yang artinya militer dan *ag* berarti memimpin) yang secara keseluruhan jika diartikan adalah seni atau ilmu di mana untuk menjadi pemimpin. Strategi juga diartikan sebagai suatu hal yang dilakukan oleh para anggota perang dalam merencanakan kemenangan dalam perang. Sedangkan strategi menurut Bahasa adalah sebuah langkah dimana dimaksudkan untuk mencapai tujuan. Definisi strategi secara umum adalah suatu proses yang menentukan terdapat perencanaan pada para top manajer yang amat terarah pada tujuan jangka panjang organisasi yang disertai dengan penyusunan suatu upaya atau cara bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan. Sedangkan pengertian strategi secara khusus adalah suatu tindakan yang bersifat *continuu* dan terus-menerus mengalami sebuah peningkatan dan dilakukan sesuai dengan sudut pandang tentang apa yang diinginkan dan diharapkan oleh para konsumen untuk di masa depan.

Dalam buku Manajemen Strategi oleh (Sedarmayanti, 2016) terdapat definisi pertama yang dikemukakan oleh Chandler (1962:13) bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu organisasi, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber yang paling penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara umum strategi diartikan sebagai salah satu cara untuk mencapai tujuan. Penyusunan strategi dimaksudkan untuk mencapai tujuan sebuah organisasi baik dalam jangka menengah dan panjang. Keberhasilan suatu strategi tergantung pada *skill* atau kemampuan pemimpin dalam merumuskan dan merencanakan strategi.

2.2 Hubungan Masyarakat

2.2.1 Definisi Hubungan Masyarakat

Definisi humas secara umum adalah proses interaksi di mana humas menciptakan pendapat atau opini publik sebagai masukan yang menguntungkan kedua pihak dan menciptakan saling pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan memberikan keinginan baik, kepercayaan, saling adanya pengertian, dan reputasi yang baik dari publiknya. Sedangkan definisi humas secara khusus adalah komunikasi bersama, dukungan, pengertian, kerjasama antara organisasi dan publik. (Jauhari, 2021)

Hubungan masyarakat atau humas merupakan terjemahan bebas dari kata *public relation* atau PR yang dimana terdiri dari seluruh bentuk komunikasi yang terealisasi antara organisasi yang dengan siapapun bersangkutan kepentingan dengannya. (Anggoro, 2008). Dalam buku *public relation* oleh Frank Jefkins dan disempurnakan oleh Daniel Yadien mengatakan bahwa hubungan masyarakat atau *public relation* adalah semua bentuk komunikasi yang direncanakan baik itu dalam lingkup internal maupun eksternal antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. (Jefkins & Yadien, 2003)

Sedangkan dalam buku “*Public Relations, Issue & Crisis Management*” oleh Rachmat Kriyantono menarik benang lurus bahwa humas adalah proses membangun hubungan, kepercayaan, dan kerjasama antara individu dan organisasi dengan publiknya melalui strategi atau program komunikasi yang partisipatif (Kriyanto, 2014).

British Institute of Public Relations (IPR) menyatakan bahwa hubungan masyarakat (*Public Relation*) ialah segalaupaya yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan dalam hal menciptakan dan menjaga itikad baik dan saling pengertian suatu organisasi dan segenap khalayak. (Jefkins & Yadien, 2003). Sedangkan Oemi Abdurrahman (1975) dalam buku Manajemen Pendidikan memaparkan humas sebagai upaya memperoleh pengertian dukungan, kepercayaan, serta penghargaan pada dan dari publik suatu badan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya (Safuruddin & Jabar, 2016).

Dari beberapa pemaparan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa humas atau *public relation*

adalah suatu upaya yang dilakukan secara terus menerus yang didalamnya terdapat komunikasi sebagai langkah dimana kita dapat memperoleh kepercayaan, saling pengertian, reputasi, kerjasama dan hubungan yang baik dengan khalayak dalam rangka untuk mencapai tujuan bersama.

2.2.2 Tujuan Hubungan Masyarakat

Tujuan utama adanya hubungan masyarakat adalah mempengaruhi tabiat seseorang, baik secara personal maupun kelompok pada saat menjalin hubungan kerjasama melalui percakapan dengan semua kalangan dan golongan, pemahaman, sikap, dan pendapatnya terhadap suatu keberhasilan suatu organisasi atau lembaga. Humas juga bertujuan untuk menciptakan, mempertahankan, dan melindungi reputasi organisasi, memperluas prestise/kehormatan, menampilkan citra-citra yang mendukung.

Tujuan utama adanya hubungan masyarakat adalah mempengaruhi tabiat seseorang, baik secara personal maupun kelompok pada saat menjalin hubungan kerjasama melalui percakapan dengan semua kalangan dan golongan, pemahaman, sikap, dan pendapatnya terhadap suatu keberhasilan suatu organisasi atau lembaga. Humas juga bertujuan untuk menciptakan, mempertahankan, dan melindungi reputasi organisasi, memperluas prestise/kehormatan, menampilkan citra-citra yang mendukung.

2.2.3 Fungsi Hubungan Masyarakat

Dikutip dari (Rachmadi, 1996) bahwa humas memiliki fungsi “menumbuhkembangkan hubungan yang baik antara lembaga atau organisasi dengan khalayaknya, baik dalam lingkup internal maupun eksternal untuk menanamkan pemahaman, menciptakan motivasi dan kontribusi publik dalam usaha menciptakan suasana dan iklim opini publik yang menguntungkan dan positif bagi organisasi atau lembaga.”

Bertrand R, Canfield dalam bukunya yang berjudul “*Public Relation, Principles and Problems*” mengemukakan 3 fungsi hubungan masyarakat, yaitu (Canfield, 2009):

1. Mengabdikan kepada kepentingan umum (*it should serve the public's interest*)
2. Memelihara komunikasi yang baik (*maintain good communication*)
3. Menitik beratkan moral dan tingkah laku

yang baik (*and stress good morals and manners*)

Sedangkan, (Cutlip et al., 2006) mengemukakan beberapa fungsi yaitu:

1. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
2. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarluaskan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini *public* kepada organisasi
3. Melayani *public* dan memberikan saran kepada pimpinan organisasi ataupun perusahaan untuk kepentingan bersama
4. Membina hubungan secara harmonis antara organisasi dengan publiknya, baik secara internal maupun eksternal

Dari beberapa paparan fungsi humas diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa fungsi humas adalah membantu organisasi membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan publiknya yang dalam hal ini adalah sekolah dengan mitranya, menciptakan komunikasi dua arah, memotivasi organisasi untuk menumbuhkan saling pengertian dalam rangka untuk mencapai tujuan bersama.

2.2.4 Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat

Ada beberapa ruang lingkup dari tugas humas dalam sebuah organisasi atau lembaga meliputi beberapa aktivitas (Ruslan, 2013), yaitu:

1. Membina hubungan internal (publik internal)
Publik internal yang dimaksud adalah publik yang menjadi bagian dari lembaga atau organisasi tersebut. Seorang praktisi humas harus dapat mengidentifikasi hal hal yang menimbulkan gambaran negatif sebelum kebijakan tersebut dilaksanakan oleh organisasi.
2. Membina hubungan eksternal (Publik eksternal)
Yang dimaksud dengan publik eksternal adalah publik umum. Megusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran positif terhadap lembaga yang diwakilinya.
Dalam buku manajemen humas sekolah membahas ruang lingkup dari humas secara spesifik (Rahmat, 2016), yaitu:
 1. Membina hubungan keluar (Publik eksternal)

Humas dalam membina hubungan keluar ikut memastikan keberhasilan aktivitas hubungan masyarakat atau public relation suatu organisasi atau lembaga.

Berlandaskan pada bermacam-macam publik tersebut dikenal sebagai:

- a. *Press relation*, mengatur dan menjaga hubungan dengan pers pada umumnya dengan media massa seperti pers, radio, film dan televisi, tapi yang utama dari itu semua adalah pers.
- b. *Government relation*, mengatur dan menjaga hubungan dengan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun dengan pemerintah daerah. Lembaga atau instansi resmi yang berhubungan dengan aktivitas sekolah.
- c. *Community relation*, mengatur dan memelihara hubungan dengan masyarakat setempat.
- d. *Supplier relation*, mengatur dan menjaga hubungan dengan para levaransir (pemborong), kontraktor agar segala kebutuhan organisasi dapat diterima secara tertata serta dengan harga dan syarat syarat dibatas kewajaran.
- e. *Costumer relation*, mengatur dan menjaga hubungan dengan para pelanggan, sehingga hubungan tersebut selalu dalam situasi bahwa pelangganlah yang membutuhkan pendidikan, bukan sebaliknya.

2. Membina hubungan ke dalam (Publik internal)

Telah dipaparkan oleh (Ruslan, 2013) bahwa publik internal adalah public yang menjadi bagian dari unit/badan/organisasi/perusahaan itu sendiri.

Humas membina hubungan ke dalam bertujuan untuk meningkatkan dan menumbuhkan antusiasme kerja para guru, tenaga kependidikan, karyawan lembaga atau instansi yang bersangkutan. Oleh karena itu dapat disimpulkan publik internal meliputi:

- 1) *Employe relations*, menjaga dan memelihara hubungan khusus yang terjalin antara manajemen dengan guru dalam kepegawaian secara formal. Contohnya perihal penempatan kerja, pemindahan, kenaikan

pangkat, pemberhentian pendiun purna bakti dan yang lainnya.

- 2) *Human relation*, menjaga dan memelihara hubungan khusus antara sesama warga dalam sekolah secara informal, sebagai manusia (secara manusiawi). pergaulan diantara manusia, bukan sebagai hubungan manusia secara formal.
- 3) *Labour relations*, menjaga dan memelihara hubungan antara kepala sekolah dengan komite sekolah serta turut menyelesaikan problem yang muncul. Menyediakan tindakan-tindakan preventif untuk mencegah kesulitan-kesulitan yang muncul, untuk itu turut melancarkan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak.
- 4) *Stakeholder relation, industrial relation*, sesuai dengan sifat dan kebutuhan sekolah yaitu mengadakan hubungan dengan para pemegang saham.

2.3 Konsep Kerjasama

2.3.1 Definisi Kerjasama

Secara etimologi kerjasama berasal dari kata *to corporate* yang berarti bekerjasama. Pada hakikatnya *corporate* adalah suatu bentuk usaha kerjasama. Secara umum kerjasama melibatkan bermacam-macam tugas, kemudian tugas tersebut dikerjakan sesuai dengan pekerjaan yang diberikan dan tanggung jawabnya masing-masing dalam rangka mencapai tujuan bersama.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:704) mendefinisikan kerjasama sebagai sesuatu yang ditangani oleh beberapa pihak. Kerjasama merupakan sebuah perilaku dimana setiap individu mau melakukan suatu pekerjaan secara bersama-sama tanpa melihat latar belakang orang yang diajak kerjasama untuk mencapai tujuan bersama.

Kerjasama berarti suatu proses dimana terdapat dua atau bahkan lebih individu ataupun organisasi membentuk suatu interaksi sosial dalam rangka mencapai tujuan bersama. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Abdulsyani bahwa kerjasama adalah suatu bentuk proses sosial dimana didalamnya terdapat aktivitas tertentu yang diperlihatkan dalam rangka mencapai tujuan bersama dengan saling membantu dan saling memahami aktivitas masing-masing.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kerjasama adalah suatu keinginan dimana setiap individu didalamnya mau melakukan pekerjaan secara

bersama-sama dalam rangka untuk mencapai tujuan bersama.

2.3.2 Aspek-aspek Kerjasama

Adapun karakteristik dari kerjasama yang efektif menurut (Robbins & Coulter, 2010) adalah:

- a. Tim yang berkinerja baik mempunyai pemahaman jelas tentang sasaran yang akan dicapai. Mereka berkomitmen pada sasaran tim yang dalam hal ini sekolah dan DU/DI, mereka mengetahui apa yang akan mereka lakukan dalam rangka untuk
- b. mencapai tujuan dan memahami cara mereka bekerjasama untuk mencapai sasaran.
- c. Keterampilan relevan
Mitra kerja yang efektif terdiri dari pribadi-pribadi yang kompeten yang mempunyai keterampilan tekni dan keterampilan antar-pribadi yang penting untuk mencapai sasaran yang dikehendaki serta bekerjasama dengan baik bersama orang lain.
- d. Saling percaya
Tim kerja yang efektif dan berkualitas mempunyai ciri kepercayaan timbal balik yang tinggi dikalangan anggota. Yang bermaksudkan, antara sekolah dan mitra kerja yakin integritas, karakter, dan kemampuan satu sama lain. Dengan adanya kunci kepercayaan akan memudahkan dalam proses kerjasama.
- e. Komitmen bersama
Komitmen bersama dapat diartikan sebagai sebuah dedikasi kerja pada tujuan yang ingin dicapai bersama dan keinginan untuk menguras sejumlah tenaga energi untuk mencapainya.
- f. Komunikasi
Kerjasama yang berkualitas memiliki komunikasi yang baik dan efektif secara *verbal* maupun *non-verbal* dalam wujud yang mudah dipahami. Komunikasi yang baik akan menumbuhkan kemistri kerja yang baik.
- g. Keterampilan negosiasi
Kerjasama yang efektif kerap kali membuat penilaian seperti siapa mengerjakan apa? Keluwesan tersebut menuntut mitra kerja baik sekolah maupun DU/DI untuk mempunyai keterampilan negosiasi yang sesuai dan layak.

- h. Kepemimpinan
Pemimpin yang efektif dapat mendorong suatu tim untuk mencontoh mereka dalam menempuh keadaan yang paling sulit sekalipun. Dengan meningkatkan kepercayaan diri para anggota dan membantu untuk menyadari kapasitas mereka secara penuh dan bisa menjadi panutan dan orang yang menyediakan fasilitas bagi mereka.
- i. Dukungan internal dan eksternal
Iklim yang kondusif merupakan hal terakhir yang dibutuhkan dalam sebuah kerjasama yang efektif. Dalam lingkup internal, tim harus diberikan infrastruktur yang sehat dan memadai. Secara eksternal, manajemen harus memberi tim sumber daya yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas.

2.3.3 Pelaksanaan Kerjasama

Ada beberapa tahap dalam pelaksanaan kerjasama sekolah ataupun Lembaga lainnya yaitu:

1. Tahap pengajuan, peninjauan, penganalisisan atau penelaahan
2. Tahap pengesahan atau legalisasi
3. Tahap pengembangan
4. Tahap pengimplementasian, monitoring dan evaluasi

Terdapat sejumlah langkah yang dapat membuat kerjasama berjalan dengan lancar dan sesuai dengan harapan serta mencapai tujuan yang telah disetujui oleh dua orang atau lebih, meliputi:

- a. Saling terbuka, didalam sebuah susunan kerjasama yang baik wajib ada yang komunikatif diantara dua orang atau lebih yang bekerjasama
- b. Saling mengerti, kerjasama artinya terdapat dua orang atau lebih yang bekerjasama dalam rangka untuk mencapai tujuan bersama, dalam proses kerjasama tersebut sudah pasti ada kesalahan dari salah satunya, dan dalam hal inilah diharapkan adanya saling pengertian satu sama lain.

2.4 Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI)

Berdasar pada (Depdiknas, 2007) menyatakan bahwa dunia usaha dan industri adalah lapangan kerja bagi masyarakat yang sudah mempunyai keterampilan sesuai dengan

kebutuhan perusahaan. Menurut Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 menyatakan dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia. (Republik Indonesia, 2008)

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1984 mendefinisikan bahwa industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perakayasaan industri. (Departemen Perindustrian RI, 1984)

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dunia usaha atau dunia industri (DU/DI) adalah sebuah wadah yang dipergunakan oleh sekolah sebagai tempat untuk menuangkan dan mempraktekkan ilmu dan kemampuan yang telah didapatkan dari sekolah.

2.5 Indikator Strategi Hubungan Masyarakat

Ada 4 indikator strategi humas yang dikemukakan oleh (Ruslan, 2013) yang meliputi:

a. Strategi Operasional

Strategi Operasional merupakan pelaksanaan program kehumasan yang dilakukan dengan program masyarakat, melalui mekanisme sosial budaya dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat yang terekam dalam setiap berita atau surat pembaca dan seterusnya dipublikasikan di berbagai media masa. Artinya Humas mutlak memiliki sikap atau kemampuan untuk mendengar, dan tidak sekedar mendengar tentang aspirasi yang ada di masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai sosial yang dianut.

b. Strategi Persuasif dan Edukatif

Strategi Persuasif dan Edukatif adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan pencerahan, serta dengan menggunakan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya.

c. Strategi Tanggung Jawab Sosial

Strategi tanggung Jawab Sosial humas memunculkan sikap tanggung jawab sosial yang kemudian tujuan dan sasaran yang ingin dicapai tidak dimaksudkan untuk mengambil

keuntungan sepihak dari publik sasaran (masyarakat), namun untuk mendapatkan keuntungan bersama.

d. Strategi Koordinatif dan Integratif

Strategi koordinatif dan integratif untuk memperluas peranan humas dalam masyarakat, fungsi humas dalam arti sempit hanya mewakili institusinya. Namun peranannya yang lebih luas adalah ikut mendukung program pembangunan nasional.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena (Sugiyono, 2021).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif, kualitatif deskriptif adalah penelitian yang menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap dan pandangan yang terjadi dalam suatu lingkungan, pertentangan, perbedaan, fakta dan lain-lain. Jenis penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran dan lukisan secara faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti.

3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berupa kata-kata dan tindakan, selebihnya data tambahan seperti dokumen, arsip, dan lain-lain. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah bidang Humas, dan Ketua Jurusan. Pemilihan sumber data ini disesuaikan dengan judul dan fokus penelitian ini yaitu strategi humas dalam mempertahankan kerjasama sekolah dengan dunia usaha/dunia industri (DU/DI).

Berdasarkan jenis data yang diperoleh dalam penelitian ini, yang akan dijadikan partisipan dalam pengumpulan data dalam

penelitian ini adalah sekelompok objek yang dijadikan sebagai sumber data dalam penelitian dapat berupa manusia yang dalam hal ini seperti disebutkan diatas Kepala Sekolah dan Wakil Kepala Sekolah bidang Humas, ketua jurusan SMK Negeri 3 Takalar, benda-benda, dokumen-dokumen yang relevan, dan sebagainya yang terlibat langsung dalam strategi humas dalam implementasi kerjasama sekolah dengan dunia usaha/dunia industri.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam uraian berikut akan dipaparkan pembahasan hasil analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti secara deskripsi. Terungkap bahwa strategi humas dalam implementasi kerjasama sekolah dengan dunia usaha/dunia industri (DU/DI) di SMK Negeri 3 Takalar, yang meliputi strategi operasional, strategi persuasive dan edukatif, strategi tanggung jawab sosial, dan strategi koordinatif dan integrative.

a. Strategi Operasional Dalam Implementasi Kerjasama Sekolah Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) di SMK Negeri 3 Takalar

Strategi operasional adalah prosedur-prosedur yang direncanakan secara sistematis, sedangkan operasional dapat dikaitkan sebagai langkah-langkah secara prosedural dalam mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai tujuan yang dimaksud diperlukan mekanisme prosedural yang sistematis sehingga dapat membantu tercapainya tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Penelitian (Daryanto, n.d.) yang mengkaji tentang manajemen kerjasama antara sekolah kejuruan dengan industri menyimpulkan bahwa dalam mengelola hubungan kerjasama dengan industri, sekolah kejuruan perlu melakukan (1) perencanaan yang meliputi kegiatan-kegiatan yang melibatkan industri; (2) pengorganisasian, koordinasi, dan kerjasama; (3) pelaksanaan kerjasama yang didasarkan pada kebutuhan rencana; dan (4) pengawasan yang melibatkan pihak eksternal dan internal.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa ada 3 strategi operasional yang dilakukan oleh humas SMK Negeri 3 Takalar adalah penerapan prosedur kerja analisis kebutuhan mitra kerja yakni pelaksanaan peninjauan mitra kerja, membuat jaminan keterikatan kerjasama antara sekolah dan DU/DI yang berupa MoU, dan

melibatkan stakeholder yang dalam hal ini adalah kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang humas, ketua jurusan dan guru-guru produktif.

Dalam hal pengimplementasian kerjasama antara sekolah dengan mitra kerjanya dibutuhkan penerapan prosedur kerja yang didalamnya terdapat tahap peninjauan mitra kerja. Peninjauan mitra kerja dilakukan untuk mengetahui mitra kerja seperti apa yang dibutuhkan oleh sekolah untuk memfasilitasi siswa dalam proses pembelajarannya, juga untuk mengetahui kebutuhan dan keperluan siswa dalam meningkatkan kompetensi dan keahlian siswa sesuai dengan kompetensi kejuruan masing-masing. Hal ini kemudian didukung oleh (Isbianti, 2009) yang menyatakan bahwa “Langkah pertama yang perlu dilakukan dalam pelaksanaan program kerja humas adalah menganalisis dan melihat kondisi organisasi atau individu yang berkaitan dengan sasaran, kondisi, watak, kebutuhan dan keinginan masyarakat terhadap pendidikan, permasalahan yang akan dihadapi organisasi atau masyarakat serta aspek kehidupan lainnya yang akan mempengaruhi hasil yang baik sesuai dengan kebutuhan pihak terkait.”

Strategi selanjutnya yang digunakan SMK Negeri 3 Takalar dalam melaksanakan kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri adalah membuat jaminan keterikatan kerjasama antara sekolah dengan Dunia Usaha/Dunia Industri berupa MoU. *MoU* atau *Memorandum of Understanding* adalah perjanjian yang berada pada tahap pendahuluan. Dengan arti lain, terdapat proses berkelanjutan dari terbitnya *MoU* tersebut serta *MoU* berisi hanya pokok perjanjian saja. Hal tersebut dilakukan untuk meminimalisir atau mengurangi terjadinya kesalahpahaman, ketidakpastian kerjasama. Dengan adanya jaminan keterikatan kerjasama tentunya baik dari pihak sekolah dan Dunia Usaha/Dunia Industri akan merasa lebih aman. *MoU* atau *Memorandum of Understanding* adalah perjanjian yang berada pada tahap pendahuluan. Dengan arti lain, terdapat proses berkelanjutan dari terbitnya *MoU* tersebut serta *MoU* berisi hanya pokok perjanjian saja. Temuan tersebut juga didukung oleh (Ibrahim, 2006) yang menyatakan bahwa perjanjian kerjasama menganut prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan saling

menguntungkan bagi kedua belah pihak. Sejalan dengan teori tersebut, *MoU* memiliki isi perjanjian yang berbeda-beda, hal ini disebabkan dikarenakan setiap Dunia Usaha/Dunia Industri memiliki kebutuhan dan tuntutannya masing-masing. Selain hal tersebut perjanjian kerjasama atau *MoU* dengan Dunia Usaha/Dunia Industri juga memiliki jangka waktu kerjasama yang berbeda-beda dan dapat diperpanjang sesuai dengan kesepakatan dari pihak sekolah dan DU/DI.

Strategi selanjutnya dikutip dari hasil penelitian yang telah didapatkan, humas SMK Negeri 3 Takalar telah melibatkan stakeholders sekolah dalam proses implementasi kerjasama sekolah dengan Dunia Usaha/Dunia Industri. Hal ini didukung pula oleh (Nugroho et al., 2014) yang mengatakan bahwa stakeholder dalam program kerjasama dapat berperan sebagai:

- 1) Pengambil keputusan dan penentu suatu kebijakan
- 2) Mengkoordinasikan stakeholder lain yang terlibat
- 3) Memfasilitasi dan mencukupi apa yang dibutuhkan oleh kelompok sasaran
- 4) Pelaksana kebijakan yang didalamnya termasuk kelompok sasaran
- 5) Mempercepat dan memberikan kontribusi agar suatu program dapat berjalan sesuai sasaran atau bahkan lebih cepat waktu pencapaiannya.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa strategi operasional ini, dominan digunakan oleh SMK Negeri 3 Takalar dalam melaksanakan kerjasama antara sekolah dengan DU/DI. Hal tersebut dikarenakan strategi operasional wajib dilakukan dimulai pada tahap peninjauan di mana sekolah harus memilih dan memverifikasi mitra seperti apa yang cocok dan sesuai dengan program keahlian yang dimiliki oleh sekolah. Selain itu, penandatanganan *MoU* merupakan hal yang juga wajib dilakukan sebelum melakukan kerjasama karena dengan penandatanganan *MoU* tersebut dapat meminimalisir kesalahpahaman dan ketidakpastian kerjasama.

Berdasarkan fakta dari hasil penelitian yang disandingkan dengan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa strategi operasional humas SMK Negeri 3 Takalar dalam melaksanakan kerjasama yang pertama menerapkan prosedur kerjasama analisis kebutuhan mitra kerja yang berupa peninjauan

mitra kerja, peninjauan mitra kerja oleh SMK Negeri 3 Takalar diaplikasikan untuk mengetahui seperti apa mitra yang dibutuhkan dan sesuai dengan program keahlian yang ada di sekolah. strategi kedua membuat jaminan keterikatan kerjasama berupa *Memorandum of Understanding* atau *MoU*. SMK Negeri 3 Takalar membina hubungan kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri yang ditandai dengan penandatanganan *MoU* yang berisi tentang tempat dan tanggal perjanjian, kebijakan umum, ruang lingkup, kriteria peserta prakerin, hak dan kewajiban para pihak, jangka waktu dan lain-lain, kemudian yang ketiga melibatkan peran *stakeholder* dalam proses kerjasama, didalam pelibatan *stakeholder* SMK Negeri 3 Takalar mengaplikasikan hal tersebut dengan melibatkan komite sekolah, kepala sekolah, Wakasek bidang Humas, Tim Humas, Ketua Jurusan, dan Guru-guru Produktif.

b. Strategi Persuasif dan Edukatif Dalam Implementasi Kerjasama Sekolah Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) di SMK Negeri 3 Takalar

Strategi persuasif edukatif adalah pengoptimalan pembelajaran produktif melalui kerjasama dengan DU/DI. Menurut (Nasution, 2010) pimpinan lembaga atau organisasi pendidikan harus dan wajib melaksanakan beberapa kegiatan kehumasan terhadap mutu pendidikan para lulusan, pelaksanaan proses belajar mengajar serta praktik dan fasilitas ekstrakurikuler peserta didik dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa ada 2 strategi persuasive dan edukatif yang dilakukan oleh humas SMK Negeri 3 Takalar yaitu penyelarasan atau sinkronisasi kurikulum dan sosialisasi pra-prakerin. Strategi penyelarasan kurikulum atau sinkronisasi kurikulum yang ada di sekolah dengan kebutuhan yang ada di dunia usaha atau dunia industri dimaksudkan agar dunia usaha/dunia industri dapat mengoreksi silabus atau dokumen kurikulum yang kemudian dapat menambahkan materi yang kurang dan perlu disampaikan kepada peserta didik. Atau dengan kata lain proses sinkronisasi kurikulum tersebut dapat menjadi wadah untuk dapat menyampaikan standar kompetensi yang ada di DU/DI, sehingga apa yang dipelajari oleh peserta didik di sekolah sesuai dengan apa yang ada di dunia industri. Proses dari sinkronisasi

kurikulum dimulai dari kedua pihak menyiapkan masing masing dokumen atau silabus kemudian pihak sekolah mengundang dari pihak industri untuk ke sekolah mengadakan pertemuan, kemudian hasil dari bahasan tersebut kemudian dituangkan kedalam kurikulum di SMK.

Hal tersebut didukung dengan pernyataan (Ixtiarto & Sutrisno, 2017) yang memaparkan bahwa sinkronisasi kurikulum termasuk ke dalam salah satu program kemitraan antara SMK dengan Dunia Usaha/Dunia Industri. Sedangkan menurut (Suratman, 2010) menyatakan bahwa penyalarsan kurikulum dalam konteks pengembangan kurikulum ajar SMK adalah suatu kegiatan bersama antara penyusun kurikulum dalam hal ini sekolah dengan dunia usaha dan dunia industri sebagai pengguna tenaga kerja. Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa tahap dalam proses sinkronisasi kurikulum atau penyalarsan kurikulum yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.

Strategi humas selanjutnya adalah memberikan sosialisasi pra-prakerin yang dalam hal ini adalah pembekalan PKL. Pemberian pembekalan dilakukan dengan dua tahap, yaitu pembekalan umum dan pembekalan khusus sesuai dengan bidang kejuruan masing-masing siswa. Pembekalan umum berisikan tentang pelatihan dan teknis-teknis pelaksanaan prakerin, kebijakan-kebijakan, dan semua yang bersifat umum. Pembekalan diberikan dalam rangka untuk mengetahui gambaran tentang apa-apa saja yang wajib peserta didik laksanakan dan bagaimana sikap yang harus mereka tampilkan pada saat terjun langsung ke dunia usaha/dunia industri. Dalam pelaksanaan pembekalan tersebut pihak sekolah juga meminta agar dapat mengasah keahlian dan kemampuan masing-masing peserta didik sehingga nantinya akan berguna saat setelah lulus dari sekolah tersebut.

Berdasarkan fakta dari hasil penelitian yang kemudian disandingkan dengan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa strategi persuasive dan edukatif yang dilakukan oleh humas SMK Negeri 3 Takalar diantaranya adalah pertama sinkronisasi sekolah dan DUDI. SMK Negeri 3 mengaplikasikan hal tersebut dengan melakukan penyalarsan kurikulum bersama dengan kedua belah pihak masing-masing mempresentasikan bagaimana standar kompetensi yang ada di dunia industri dan apa

saja kebutuhannya, begitupun sebaliknya, terdapat beberapa tahap dari sinkronisasi kurikulum yaitu perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Kemudian yang kedua sosialisasi pra-prakerin, SMK Negeri 3 Takalar mengadakan sosialisasi sebelum prakerin dimulai dengan melakukan pembekalan prakerin, pembekalan yang dilakukan terdapat dua jenis yaitu pembekalan umum dan pembekalan khusus jurusan.

c. Strategi Tanggung Jawab Sosial Dalam Implementasi Kerjasama Sekolah Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) di SMK Negeri 3 Takalar

Strategi sosial tanggung jawab sosial merupakan taktik humas yang menitikfokuskan tentang strategi sekolah dalam melaksanakan tanggung jawab yang harus dipenuhi dalam melaksanakan atau mengimplementasikan kerjasama dengan DU/DI dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan dan komitmen dalam bekerjasama dengan DU/DI. Salah satu tanggung jawab yang diemban oleh sekolah dalam melaksanakan kerjasama dengan DU/DI adalah mengelola dengan sebaik-baiknya kerjasama yang nantinya akan dijalankan, sehingga dalam melaksanakan kegiatan kerjasama, sekolah maupun DU/DI memperoleh hasil yang optimal.

Hasil penelitian menggambarkan bahwa terdapat 2 strategi yang dijalankan SMK Negeri 3 Takalar yaitu melakukan pemeliharaan hubungan kerjasama dengan menjalankan kerjasama sesuai dengan kesepakatan MoU serta menjaga kualitas siswa dan pengembangan kompetensi guru produktif dengan melaksanakan magang guru, workshop, seminar, lokakarya dan Pendidikan dan pelatihan (Diklat). Strategi pemeliharaan hubungan kerjasama tersebut berkaitan dengan bagaimana peran humas melaksanakan tugasnya sebagai komunikator perpanjangan tangan. Pemeliharaan hubungan kerjasama yang baik antara sekolah dengan Dunia Usaha/Dunia Industri akan menambah dan meningkatkan produktifitas bagi kedua belah pihak. Oleh karena itu strategi pemeliharaan hubungan kerjasama ini dilakukan oleh humas SMK Negeri 3 Takalar untuk meningkatkan hubungan kerjasama yang baik antara sekolah dan DU/DI, sehingga nantinya kerjasama yang telah dirancang dapat bertahan dan berlanjut.

Strategi humas selanjutnya adalah pengembangan kompetensi guru produktif.

Dalam sekolah kejuruan guru produktif profesional dituntut memiliki ilmu pengetahuan yang mumpuni sesuai dengan bidang keahlian serta kompetensinya. Pengembangan kompetensi guru produktif merupakan langkah yang harus dilaksanakan dalam rangka peningkatan keahlian yang maksimal dalam kualitas pembelajaran peserta didik di SMK, yang kemudian berdampak pada peningkatan kemampuan dan keterampilan peserta didik. Pelaksanaan pengembangan kompetensi guru produktif didukung pula oleh teori Subroto dalam (Ulfatin & Triyanto, 2016) yang kemudian menyatakan bahwa pemberdayaan kompetensi pendidik memberi pengaruh terhadap kinerja pendidik dan kualitas pendidikan.

Berdasarkan fakta dari hasil penelitian yang disandingkan dengan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa strategi tanggung jawab sosial humas SMK Negeri 3 Takalar adalah pertama pemeliharaan hubungan kerjasama dengan cara menjaga kerjasama tersebut agar terlaksana sesuai dengan perjanjian dan kesepakatan yang telah tertuang dalam MoU dan menjaga kualitas siswa juga menjadi salah satu strategi untuk memelihara hubungan kerjasama yang telah dibangun dan kemudian yang kedua pengembangan kompetensi guru produktif, SMK Negeri 3 Takalar mengaplikasikan pengembangan kompetensi guru produktif dengan melakukan magang guru, workshop, seminar, lokakarya dan Pendidikan dan pelatihan (Diklat).

d. Strategi Koordinatif dan Integritas Dalam Implementasi Kerjasama Sekolah Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) di SMK Negeri 3 Takalar

Strategi koordinatif dan edukatif merupakan strategi yang menitikberatkan pada mekanisme komunikasi yang terjalin antara sekolah dengan DU/DI. Komunikasi yang terjalin antara sekolah dengan DU/DI dapat berupa kegiatan ataupun informasi, koordinasi, klarifikasi, saran, dan lain-lain. Berdasar pada hasil penelitian, yang memperlihatkan bahwa ada 3 strategi koordinatif dan integratif yang dijalankan SMK Negeri 3 Takalar yaitu diantaranya melakukan komunikasi dua arah yang efektif, melaksanakan analisis kebutuhan tenaga kerja DU/DI dengan cara melakukan verifikasi dan peninjauan siswa, dan pelaksanaan monitoring dengan mnunjuk guru

pembimbing sekolah dan industri dan evaluasi tiga tahap.

Yuwono dalam (Surayka, 1993) mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai kemampuan untuk menimbulkan kerjasama yaitu terjadinya kerjasama antara organisasi dan mitranya. Komunikasi memberikan kesempatan untuk memaparkan pendapat, ide, gagasan dan memberi usulan. Hal tersebutlah yang mendukung bahwa penerapan komunikasi dua arah yang efektif dalam pelaksanaan kerjasama SMK Negeri 3 Takalar dapat memberikan dampak yang signifikan dan positif terhadap berjalannya kerjasama.

Verifikasi dan peninjauan siswa diterapkan untuk melakukan pemetaan dalam memperoleh data terkait jumlah kapasitas mitra atau dunia usaha/dunia industri atau berapa banyak tenaga kerja yang dibutuhkan oleh dunia usaha/dunia industri dalam menerima peserta prakerin. Pemilihan kompetensi melalui proses analisis Kompetensi Dasar dan pembelajaran atau topik kerja dalam silabus dilakukan dengan mempertimbangkan daya dukung sumber daya yang dimiliki oleh SMK dan mitra Dunia Usaha/Dunia Industri. Berdasarkan data ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing pihak, diperoleh kejelasan tentang berapa banyak dan Kompetensi Dasar serta topik pembelajaran/kerja mana yang dipelajari peserta melalui kegiatan PKL di DUDI. Berdasarkan hasil penetapan DUDI, pihak sekolah menyusun program PKL yang memuat beberapa Kompetensi Dasar yang akan dipelajari siswa di DUDI.

Dikutip dari hasil penelitian yang telah didapatkan, strategi selanjutnya yang dilakukan oleh humas SMK Negeri 3 Takalar adalah penerapan monitoring dan evaluasi pelaksanaan praktek kerja industri dengan berbagai bentuk. Ada beberapa evaluasi yang dilakukan oleh sekolah SMK Negeri 3 Takalar yaitu evaluasi yang dilakukan pada peserta prakerin, evaluasi dunia usaha/dunia industri (DU/DI) dan Evaluasi Kegiatan. Evaluasi kepada peserta didik dilaksanakan setelah kegiatan prakerin, pembimbing prakerin memberi penilaian tentang pengisian format evaluasi setelah kegiatan dilakukan oleh sekolah dengan menilai presetasi laporan, penyusunan laporan prakerin evaluasi dunia usaha/dunia industri (DU/DI) dilakukan dengan meninjau ulang MoU yang telah

disepakati, menganalisis bentuk kerja sama apakah di masa yang akan datang bisa dikembangkan atau beberapa bentuk kerja sama yang sudah tidak tepat lagi untuk ditinjau ulang. Evaluasi dunia usaha/dunia industri juga dilaksanakan dengan menganalisis dan melihat bagaimana peran dunia usaha/dunia industri dalam mengatasi kendala yang terjadi saat prakerin berlangsung. Evaluasi setelah kegiatan dilakukan melalui rapat program kerja prakerin.

Berdasarkan fakta dari hasil penelitian yang kemudian disandingkan dengan teori yang relevan maka dapat disimpulkan bahwa strategi koordinatif dan integritas yang dilakukan oleh SMK Negeri 3 Takalar adalah menerapkan strategi komunikasi dua arah yang efektif dan telah dimatangkan, dalam hal penerapan komunikasi dua arah pihak SMK Negeri 3 Takalar mengaplikasikan hal tersebut dengan tujuan dapat memudahkan tindak komunikasi antara sekolah dengan DU/DI dikarenakan gaya komunikasi tersebut efektif dalam menjaga kerjasama, terkhusus dalam kondisi mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan. Yang kedua menerapkan analisis kebutuhan tenaga kerja DUDI, SMK Negeri 3 Takalar mengaplikasikan hal tersebut dengan melakukan verifikasi dan peninjauan siswa dalam rangka menyesuaikan kebutuhan tenaga kerja dan jumlah siswa yang akan mengikuti prakerin, serta monitoring dan evaluasi, proses monitoring diterapkan oleh SMK Negeri 3 Takalar dengan menunjuk guru pembimbing dari sekolah dan pembimbing dari industri untuk mengawasi dan memonitoring. Adapun proses evaluasi yang diaplikasikan oleh SMK Negeri 3 Takalar terdapat tiga jenis pelaksanaannya yakni evaluasi peserta PKL, Evaluasi Dunia Usaha/Dunia Industri dan evaluasi kegiatan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan hasil penelitian tentang strategi humas dalam implementasi kerjasama sekolah dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) di SMK Negeri 3 Takalar, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

a. Strategi Operasional

Dalam strategi operasional ini, SMK Negeri 3 Takalar melakukan tiga langkah yaitu, melaksanakan peninjauan mitra kerja, pembuatan jaminan keterikatan kerjasama yang berupa penandatanganan MoU oleh sekolah

dan instansi mitra, melibatkan *stakeholders* yaitu komite sekolah, kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang humas, ketua jurusan dan guru-guru produktif.

b. Strategi Persuasif dan Edukatif

Pada strategi persuasive dan edukatif, SMK Negeri 3 Takalar mengaplikasikan dua strategi yaitu melaksanakan penyesuaian kurikulum sekolah dan sosialisasi pra-prakerin berupa pelaksanaan pembekalan PKL/prakerin yang terdapat dua jenis, yakni pembekalan secara umum dan khusus.

c. Strategi tanggung jawab social

Dalam strategi tanggung jawab sosial, SMK Negeri 3 Takalar, menjalankan perannya dengan melakukan dua langkah yaitu, melaksanakan pemeliharaan hubungan kerjasama dengan cara menjaga kerjasama tersebut agar terlaksana sesuai dengan perjanjian dan kesepakatan yang telah tertuang dalam MoU dan juga menjaga kualitas siswa dan strategi yang kedua adalah pengembangan kompetensi guru produktif dengan melakukan guru magang, workshop, seminar, lokakarya dan Pendidikan dan pelatihan (Diklat).

d. Strategi koordinatif dan integritas

Strategi koordinatif dan integritas yang diterapkan oleh SMK Negeri 3 Takalar dengan melakukan strategi komunikasi dua arah yang efektif, melakukan verifikasi dan peninjauan siswa, serta proses monitoring dengan menunjuk guru pembimbing dari sekolah dan pembimbing dari industri. Pada proses evaluasi terdapat tiga jenis pelaksanaannya yakni evaluasi peserta PKL, Evaluasi Dunia Usaha/Dunia Industri dan evaluasi kegiatan.

6. REFERENSI

- Anggoro, M. L. (2008). Teori Dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia (lima). PT. Bumi Aksara.
- Canfield, B. R. (2009). Public Relation, Principles and Problems. Richard D. Irwin.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). Effective Public Relation. Jakarta Kencana Prenada.
- Daryanto, H. M. (n.d.). Administrasi Pendidikan. Rineka Cipta.
- Departemen Perindustrian RI. (1984). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian.

- Ibrahim, J. (2006). *Pola Kemitraan dan Badan Hukum* (1st ed.). Refika Aditama.
- Ifadah, F. A. dan E. R. (2022). Peran Humas Dalam Membangun Kerjasama di SMK. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 10(2), 273–285. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/47038>
- Isbianti, P. (2009). Peran-Humas-Sebagai-Upaya-Menjalin-Kerja.Pdf. In *Jurnal Manajemen Pendidikan: Vol. No. 01/Th* (pp. 41–54).
- Ixtiarto, B., & Sutrisno, B. (2017). Kemitraan Sekolah Menengah Kejuruan Dengan Dunia Usaha Dan Dunia Industri. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 26(1), 57–96.
- Jauhari, M. (2021). *Cyber Public Relation Membangun Kepercayaan Publik Melalui Media Siber* (T. Nurdiyana (ed.); satu). LP3DI.
- Jefkins, F., & Yadien, D. (2003). *Public Relation* (S. Agung & Y. Sumiharti (eds.); lima). Erlangga.
- Kriyanto, R. (2014). *Public Relation, Issue & Crisis Management* (2nd ed.). Kencana.
- Mendikbud. (2020). *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Praktek Kerja Lapangan Bagi Peserta Didik*.
- Nasution, Z. (2010). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan* (Mondry (ed.)). Penerbitan Universitas Muhammadiyah.
- Nugroho, H. C., Zauhar, S., & Suryadi. (2014). Koordinasi Pelaksanaan Program Pengembangan Kawasan Agropolitan di Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Pembangunan Dan Alam Lestari*, 5(1), 12–22. <https://jpal.ub.ac.id/index.php/jpal/article/view/147>
- Peraturan Pemerintah RI. (1992). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 tahun 1992 tentang Peran Serta Masyarakat dalam Pendidikan Nasional*.
- Purnawati, & Yahya, M. (2019). *Model Kemitraan Smk Dengan Dunia Usaha Dan Dunia Industri* (satu). Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Rachmadi, F. (1996). *Public Relation dalam Teori dan Praktik* (4th ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmat, A. (2016). *Manajemen Humas Sekolah* (satu). Media Akademi.
- Republik Indonesia. (2003a). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 18 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*.
- Republik Indonesia. (2003b). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 3 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2010). *Manajemen* (S. Saat & W. Hardani (eds.); sepuluh). Erlangga.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunikasi* (tujuh). PT RajaGrafindo.
- Safruddin, C., & Jabar, A. (2016). *Manajemen Pendidikan*. UNY Yogyakarta.
- Sedarmayanti. (2016). *Manajemen Strategi* (N. F. Atif (ed.); dua). PT. Refika Aditama.
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suryandari (ed.); 3rd ed.). Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian*. Pustakabarupress.
- Surayka, E. (1993). *Hubungan antara komunikasi atasan bawahan dengan keterlibatan kerja pada karyawan witel vi semarang*. Fakultas Psikologi UGM.
- Syaraswati, D. (2016). *Strategi Humas Dalam Menjalin Kerja Sama Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) Di SMKN 7 Yogyakarta*. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1–11.
- Ulfatin, N., & Triyanto, T. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia Bidang Pendidikan* (1st ed.). RajaGrafindo Persada.