

Manajemen Humas Melalui Program Kelas Khusus Bahasa Jepang dalam Pendidikan Menengah

Devina Intan Kartika Putri¹, Dewi Eka Febrianita¹, Dinda Rahma Nafi'a¹, Nab'han Hadyan Adnan^{1*}, Sabita Febi Adirilany¹, Yusmitha Avika Lailati¹, Maisyaroh¹, Mohamad Irvan Muzakky¹

¹Universitas Negeri Malang

*Corresponding author, email: nabhan.hadyan.2102316@students.um.ac.id

Kata kunci

Manajemen
hubungan masyarakat
program
pendidikan menengah

Abstrak

Manajemen hubungan masyarakat memegang peran penting dalam mendukung keberhasilan program pendidikan di sekolah, termasuk program inovatif seperti Kelas bahasa Jepang di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi terkait kehumasan di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang dapat mengelola proses implementasi, dampak, serta tantangan dan solusi pada program unggulannya berupa Kelas Khusus Bahasa Jepang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada pihak humas, guru bahasa Jepang, dan peserta didik. Program Kelas Bahasa Jepang didukung oleh manajemen humas yang efektif, mampu meningkatkan reputasi sekolah dan menciptakan peluang nyata bagi siswa, sehingga berhasil memberangkatkan rata-rata 15–20 orang siswa per tahun ke Jepang, memperkuat citra sekolah sebagai lembaga unggulan. Berbagai tantangan seperti keterbatasan Sumber Daya Manusia yang kompeten dan kendala finansial diatasi melalui keterlibatan pemangku kepentingan dan perbaikan strategi dapat diatasi melalui perencanaan strategis. Secara komprehensif, program Kelas bahasa Jepang tidak hanya mendukung kesiapan lulusan dalam menghadapi persaingan global. Akan tetapi juga dapat memberikan dampak positif terhadap reputasi dan kondisi sosial-ekonomi siswa. Oleh karena itu strategi humas dalam pendidikan sangat penting dalam mengimplementasikan program sekolah yang inovatif.

1. Pendahuluan

Salah satu aspek terpenting di dalam manajemen sekolah sebagai sarana pendidikan, khususnya pada jenjang pendidikan menengah yaitu humas yang merupakan singkatan dari hubungan masyarakat. Maka dari itu, diperlukan adanya hubungan atau komunikasi yang efektif antara sekolah dengan masyarakat di sekitar, termasuk orang tua, siswa, organisasi, serta pemangku kepentingan lainnya. Sehingga dapat meningkatkan citra sekolah serta menarik minat peserta didik dan orang tua untuk berpartisipasi pada suatu program sekolah (Nurhayati, 2020). Oleh karenanya, tujuan utama manajemen hubungan masyarakat dalam pendidikan adalah untuk menciptakan suasana lingkungan pendidikan yang kondusif, di mana sekolah dan masyarakat dapat saling mendukung dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan. Hal ini tentunya sangat penting mengingat keberhasilan program pendidikan bukan hanya ditentukan melalui kinerja internal sekolah, akan tetapi juga melalui dukungan eksternal dari masyarakat (Umar, 2016).

Pada era globalisasi yang semakin kompetitif, peningkatan kemampuan bahasa asing, khususnya bahasa Jepang menjadi salah satu keterampilan yang sangat penting untuk dimiliki oleh peserta didik. Sebab, dari waktu ke waktu semakin berkembangnya kerja sama internasional antara Indonesia dengan Jepang pada berbagai sektor. Misalnya seperti sektor pendidikan, budaya, ekonomi, dan sebagainya. Penguasaan bahasa asing, terutama bahasa Jepang dapat menjadi nilai tambahan yang signifikan dalam mendukung lulusan SMK supaya lebih kompetitif di dunia kerja, utamanya dengan tingginya minat di perusahaan-perusahaan Jepang terhadap para tenaga kerja Indonesia. Maka berbagai lembaga pendidikan khususnya di tingkat menengah, termasuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) mulai memperkenalkan program-program unggulannya yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja global kepada masyarakat luas.

SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang merupakan salah satu sekolah yang memiliki program inovatif berupa Kelas Bahasa Jepang sebagai suatu bagian dari upaya peningkatan kompetensi bagi peserta didik dalam menghadapi persaingan global. Maka pada hakikatnya, program ini tidak hanya bertujuan sebagai peningkatan keterampilan berbahasa Jepang bagi para peserta didik, akan tetapi juga mampu memperluas wawasan tentang kebudayaan Jepang yang diharapkan dapat memberikan bekal tambah bagi lulusan dalam menghadapi persaingan di pasar kerja. Peran manajemen hubungan masyarakat pada hal ini sangat krusial untuk memastikan program ini bisa berjalan sesuai dengan target yang diharapkan, baik dalam hal pelaksanaan program maupun dalam promosi keunggulan sekolah kepada masyarakat luas. Maka penelitian terkait manajemen hubungan masyarakat pada program Kelas bahasa Jepang SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang menjadi relevan guna mengetahui sejauh mana strategi komunikasi dan publikasi yang telah dilakukan sekolah tersebut dalam meningkatkan daya tarik program Kelas bahasa Jepang.

Berbagai penelitian sebelumnya telah menyoroti urgensi peran humas dalam institusi pendidikan. Misalnya penelitian oleh Rusyanti dkk. (2021) menerangkan manajemen humas yang baik dapat membangkitkan citra positif suatu sekolah, sehingga mampu berimplikasi kepada daya saing sekolah. Di samping itu juga terdapat penelitian lain oleh Iqbal (2023) menunjukkan bahwa manajemen humas dalam rangka peningkatan kualitas perguruan tinggi yang dilakukan secara efektif akan mampu memaksimalkan sumber daya manusianya, sehingga mampu mencapai mutu yang maksimal dalam pendidikan yang lebih tinggi. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan dengan tujuan supaya mampu mengeksplorasi bagaimana pihak humas di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang dapat mengelola proses implementasi, dampak, serta tantangan dan solusi pada program unggulannya berupa Kelas bahasa Jepang

2. Metode

Pada memperoleh data yang valid, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni suatu pendekatan penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan yang berasal dari individu dan perilaku yang dapat diamati untuk menjelaskan secara deskriptif dan mendalam. Berdasarkan pendapat Oktafia dan Halwati (2023), penelitian dengan pendekatan kualitatif akan mampu menerangkan sebuah fenomena secara rinci sekaligus mengumpulkan data sedalam-dalamnya guna memberikan secara jelas terkait data yang diteliti. Sehingga diharapkan mampu menghasilkan uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, sikap yang diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat atau organisasi (Habib dkk., 2021).

Pada hakikatnya, penelitian kualitatif dilakukan kepada objek yang alamiah. Yakni objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti, serta kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek penelitian (Sugiyono, 2019). Adapun tujuan dari pendekatan kualitatif adalah untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan dengan pendekatan deskriptif menggunakan bahasa dan kata-kata (Moleong, 2021). Demikian, melalui pendekatan ini, peneliti tentu akan mampu menjelaskan bagaimana implementasi manajemen humas mendukung keberhasilan ketika sedang menjalankan pelaksanaan program Kelas bahasa Jepang di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang secara terperinci.

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2024 dan dilaksanakan di salah satu sekolah jenjang menengah di Kota Malang yaitu di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang yang berlokasi di Jalan Galunggung Nomor 37a, Kelurahan Gading Kasri, Kecamatan Klojen, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Sasaran utama dalam penelitian ini adalah Wakil Kepala Hubungan Masyarakat (Waka Humas) di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang yang memiliki tanggung jawab secara langsung dalam pengelolaan program. Adapun pemilihan target/sasaran penelitian ini dilakukan secara terarah untuk memperoleh informasi dari berbagai latar belakang dan konteks sekolah. Proses pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara mendalam dengan seluruh target/sasaran penelitian. Adapun definisi dari wawancara menurut pendapat Habib dkk. (2021) adalah mendapatkan informasi dengan bertanya langsung kepada responden atau narasumber. Dengan begitu, peneliti akan mampu mendapatkan pemahaman terhadap bentuk implementasi yang telah dilakukan oleh humas SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang dalam menjalankan program Kelas bahasa Jepang. Di samping itu, penelitian ini juga menggunakan pengumpulan data dengan mencari jurnal-jurnal dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini (Assingkily, 2021). Instrumen penelitian ini menggunakan pedoman wawancara yang digunakan sebagai panduan peneliti untuk menggali pemahaman lebih dalam terkait persepsi dan pengalaman dari responden.

Analisis data dimulai dengan melakukan reduksi data, yakni peneliti menyaring dan menyederhanakan informasi utama sesuai fokus penelitian berdasarkan hasil dari berbagai data yang telah dikumpulkan melalui kegiatan wawancara. Berikutnya, penyajian data dengan menyusun sekaligus mengorganisasikan data-data yang tersedia dalam bentuk narasi untuk memudahkan pemahaman. Lalu dilanjutkan dengan menghubungkannya pada teori-teori yang terdapat di dalam jurnal-jurnal serta buku-buku yang telah dicari oleh peneliti. Hal ini disebut dengan studi kepustakaan (*library research*) yang dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian (Zed, 2004). Kemudian yang terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang memberikan gambaran secara menyeluruh terkait objek penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Program unggulan berupa Kelas Bahasa Jepang di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang telah dimulai sejak tahun 2018 dengan tujuan utama untuk mempersiapkan peserta didik agar memiliki kemampuan berbahasa Jepang yang memadai. Program ini dirancang untuk memberikan pembelajaran intensif bagi siswa yang ingin mendalami bahasa Jepang. Program ini biasanya memiliki jumlah siswa yang lebih sedikit sehingga memungkinkan pendekatan pembelajaran yang lebih personal. Serta memberikan peluang kepada siswa agar dapat melanjutkan studi ke perguruan tinggi atau mendapatkan pekerjaan di negara Jepang. Program ini merupakan bentuk dari hasil kolaborasi langsung antara sekolah dengan institusi Jepang seperti kampus *International College*. Pada penyebutannya, sekolah menggunakan istilah seperti Kelas Bahasa Jepang atau Kelas Khusus Bahasa Jepang. Tujuan program ini didirikan untuk membekali siswa dengan kemampuan berbahasa Jepang (lisan dan tulisan) yang relevan untuk kebutuhan akademik, keprofesionalan, serta untuk meningkatkan wawasan budaya siswa terkait Jepang untuk memperluas perspektif global mereka. Sesuai dengan visi misi sekolah, program ini dapat mendukung visi sekolah untuk menghasilkan lulusan berwawasan internasional, berkompeten, dan memiliki nilai-nilai multikultural, dengan menggunakan kurikulum berbasis nasional, internasional (seperti JLPT/CEFR), atau kombinasi keduanya, yang dirancang agar menarik dengan memasukkan materi interaktif, pembelajaran berbasis proyek, dan tema-tema budaya terkini.

Pada kelas ini dalam pembelajaran guru menggunakan metode pembelajaran interaktif dengan diskusi, *role play*, permainan edukasi, penggunaan multimedia seperti video, aplikasi, dan lagu Jepang. Serta praktik langsung melalui simulasi percakapan atau kegiatan seperti memasak masakan Jepang. Tidak hanya itu, terkadang pembelajaran juga melibatkan *native speaker* untuk meningkatkan akurasi pengajaran atau bekerja sama dengan lembaga pendidikan di Jepang. Materi yang dipelajari terkait bahasa Jepang yaitu dasar-dasar bahasa Jepang: Hiragana, Katakana, Kanji, tata bahasa, kosakata, percakapan sehari-hari, pengantar budaya dan etiket Jepang. Pembelajaran budaya Jepang mencakup aspek budaya seperti tradisi, seni, festival, tata krama, dan teknologi modern Jepang. Adapun kegiatan tambahan untuk program Kelas Khusus Bahasa Jepang seperti kunjungan budaya ke tempat-tempat yang berhubungan dengan Jepang, pertukaran pelajar atau virtual dengan sekolah di Jepang, kerjasama dengan universitas atau institusi Jepang, dengan biaya tambahan tergantung pada fasilitas, pengajar, atau kegiatan pendukung lainnya. Sekolah menyediakan fasilitas seperti perpustakaan bertema Jepang, laboratorium bahasa, atau ruang multimedia. Prospek kerja lulusan dari program Kelas Khusus Bahasa Jepang yaitu di bidang pariwisata, penerjemah, perusahaan Jepang, atau melanjutkan studi di Jepang.

Pada pelaksanaannya, program ini telah berhasil memberangkatkan sekitar 15 hingga 20 siswa setiap tahunnya ke Jepang. Meskipun jumlah keberangkatan bervariasi, hal ini bergantung pada hasil interview yang dilakukan oleh pihak Jepang sebagai syarat akhir. Hal ini menunjukkan bahwa program Kelas bahasa Jepang tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran bahasa semata, tetapi juga menjadi jembatan nyata bagi siswa untuk meraih masa depan yang lebih cerah, baik melalui pendidikan lanjutan maupun kesempatan kerja. Program ini membuktikan perannya sebagai salah satu inovasi unggulan sekolah dalam membangun kompetensi global siswa dan mempersiapkan mereka untuk bersaing di pasar internasional.

Pada saat pelaksanaan program ini, pihak humas SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang memegang peranan yang sangat penting dalam mengembangkan program unggulan kelas bahasa Jepang. Adapun peran ini diwujudkan melalui penerapan berbagai strategi yang bertujuan untuk meningkatkan popularitas program, menarik minat peserta didik, serta keberhasilan

pelaksanaannya. Salah satu strategi utama yang digunakan yaitu memanfaatkan media sosial sebagai platform promosi dengan berbagai media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, serta juga Twitter. Media sosial tersebut dipilih karena memiliki jangkauan yang luas dan relevan dengan generasi muda, termasuk calon peserta didik. Strategi promosi ini tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian calon peserta didik baru, tetapi juga untuk membangun citra positif program di mata masyarakat dengan memberikan informasi yang transparan, menarik, dan mudah diakses. Sekolah mampu menciptakan kepercayaan yang lebih besar dari orang tua peserta didik terhadap manfaat program tersebut. Kepercayaan ini sangat penting karena menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan orang tua untuk mendukung anak-anak mereka supaya mengikuti program unggulan yang ditawarkan. Sehingga, pada strategi ini memungkinkan informasi mengenai program kelas bahasa Jepang tersebar luas dengan efektif dan efisien, menjangkau tidak hanya peserta didik dan orang tua, tetapi juga masyarakat umum.

Selain promosi melalui media sosial, humas juga secara aktif melakukan sosialisasi langsung kepada peserta didik di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam peserta didik mengenai pentingnya program kelas bahasa Jepang, sebagai bekal melanjutkan studi atau berkarir di tingkat internasional. Humas juga memperluas jangkauan promosi dengan sosialisasi kepada peserta didik di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang serta SMK-SMK lain di Kota Malang.

Guna memperluas jangkauan dan keberhasilan program, humas SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang secara aktif membangun kolaborasi dengan berbagai pihak eksternal, seperti melakukan sosialisasi langsung ke sejumlah SMK lain di wilayah Kota Malang. Sosialisasi ini bertujuan untuk memperkenalkan program kelas bahasa Jepang sebagai salah satu program unggulan yang memberikan peluang besar bagi peserta didik untuk melanjutkan pendidikan atau bekerja di Jepang. Selain itu, kolaborasi eksternal juga mencakup hubungan erat dengan para alumni SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang yang telah berhasil mengikuti program ini dan kini melanjutkan studi atau bekerja di Jepang. SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang juga menjalin kemitraan dengan institusi pendidikan di Jepang, seperti *International College*. Oleh karena itu, kolaborasi eksternal ini menjadi pilar penting dalam menciptakan peluang yang nyata bagi para peserta didik untuk meraih masa depan yang lebih baik.

Sesudah mengimplementasikan program Kelas bahasa Jepang, kegiatan evaluasi perlu dilakukan untuk memastikan apakah program tersebut telah berjalan dengan baik dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi rutin terhadap program ini dilakukan setiap bulan secara intensif bersama dengan seluruh stakeholder. Evaluasi bertujuan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program. Selain itu, evaluasi juga dilakukan untuk menilai kemajuan peserta didik dalam aspek keterampilan berbicara, mendengar, membaca, dan menulis. Peningkatan kuota peserta didik yang dinyatakan diterima di Jepang menjadi indikator keberhasilan berjalannya program ini. Evaluasi juga mencakup umpan balik dari peserta yang mengikuti program ini terkait dengan metode pengajaran dan materi yang digunakan. Secara berkelanjutan, program ini membutuhkan perbaikan secara terus-menerus dengan melihat hasil evaluasi sebelumnya. Evaluasi dapat membantu pelaksanaan program supaya tetap relevan, meningkatkan motivasi belajar, dan menghasilkan lulusan yang berkompeten dan cakap berkomunikasi dalam bahasa Jepang, baik secara akademis maupun profesional. Keberlanjutan program bergantung pada adaptasi dan inovasi yang dilakukan berdasarkan hasil evaluasi. Melalui pendekatan ini, program Kelas bahasa Jepang tidak hanya mampu menjaga relevansi, akan tetapi juga meningkatkan hasil belajar dan kepuasan peserta secara konsisten. Program Kelas bahasa Jepang ini telah menjadi identitas utama (branding) unggulan SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang yang secara signifikan meningkatkan reputasi sekolah sebagai lembaga pendidikan berkualitas. Peningkatan ini tercermin melalui tingginya minat para peserta didik baru untuk mendaftar, serta semakin besarnya kepercayaan masyarakat dan orang tua terhadap sekolah tersebut. Program Kelas bahasa Jepang ini menunjukkan komitmen sekolah dalam menyediakan pendidikan yang berkualitas dan beragam. Hal ini dapat membantu sekolah dalam meningkatkan daya tarik sekolah di mata calon peserta didik baru dan orang tua. Output program ini tentunya berdampak langsung pada peningkatan kondisi finansial peserta didik dan keluarga. Beberapa tantangan terbesar pada pelaksanaan program adalah kekurangan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dalam bidangnya. Tidak hanya itu, masalah pembiayaan menjadi salah satu hambatan utama yang cukup besar, terutama berkaitan dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk para peserta didik yang akan berangkat ke Jepang untuk mengikuti program. Pengeluaran untuk

perjalanan, tempat tinggal, dan kebutuhan lainnya selama program berlangsung kerap kali menjadi tanggungan yang berat baik bagi peserta maupun pihak penyelenggara. Di sisi lain, dukungan dari pihak-pihak eksternal masih sangat minim. Keterlibatan institusi lokal dalam mendukung program Kelas bahasa Jepang ini, belum mencapai tingkat yang memadai dan perlu ditingkatkan. Maka dari itu, solusi dalam mencegah tantangan tersebut adalah senantiasa merekrut SDM yang berkualitas dan berkompeten dan selalu berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan stakeholder terkait kebutuhan finansial yang harus diperkuat. Institusi penyelenggara program perlu menjalin hubungan yang lebih erat dengan pihak-pihak yang berpotensi memberikan dukungan finansial. Melalui komunikasi yang baik, stakeholder dapat memahami pentingnya program Kelas bahasa Jepang ini dan bersedia memberikan kontribusi yang signifikan. Pihak sekolah juga perlu memperkuat strategi promosi sekolah melalui program Kelas bahasa Jepang ini guna menarik peserta didik untuk mengikuti program ini. Semakin banyak peserta didik yang tertarik terhadap program ini, akan menarik banyak kalangan untuk senantiasa memberikan dukungan terhadap program ini.

Program Kelas Bahasa Jepang menjadi salah satu elemen penting dalam membangun citra positif SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang. Program ini bukan hanya sekadar kegiatan belajar tambahan, akan tetapi juga bagian dari strategi branding yang dirancang oleh humas sekolah untuk meningkatkan daya tarik dan kepercayaan masyarakat terhadap institusi pendidikan tersebut. Pada konteks persaingan antar lembaga pendidikan, diferensiasi melalui program unik seperti Kelas Bahasa Jepang menjadi nilai tambah yang signifikan. Menurut Ayudia dan Wulandari (2021), citra sekolah merupakan salah satu aset vital bagi sebuah organisasi yang harus terus-menerus dikelola dan diperkuat secara berkelanjutan. Citra sekolah mencerminkan bagaimana pihak luar, termasuk publik, memandang sebuah perusahaan, individu, komite, atau aktivitas tertentu. Pandangan publik ini sangat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat terhadap suatu institusi. Apabila citra yang dibangun positif, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan publik. Kepercayaan yang tumbuh dari masyarakat menjadi modal penting bagi institusi untuk menciptakan peluang-peluang yang mendukung kemajuan dan keuntungannya. Begitu juga dengan program Kelas Bahasa Jepang ini, yang memiliki tujuan untuk meningkatkan wawasan budaya siswa terkait jepang untuk memperluas perspektif global yang dimiliki, dengan adanya program ini dapat mendukung visi sekolah untuk menghasilkan lulusan berwawasan internasional, berkompeten, dan memiliki nilai-nilai multikultural.

Pada program Kelas Bahasa Jepang ini, siswa mempelajari materi dasar-dasar Bahasa Jepang seperti Hiragana, Katakana, dan Kanji. Selain itu, siswa juga mempelajari pengantar dan pembelajaran budaya Jepang serta etiket Jepang dengan melalui pembelajaran diskusi, role playing, dan permainan edukatif. Siswa yang mengikuti program ini berkesempatan untuk mendapatkan sertifikasi bahasa Jepang yang dipersiapkan untuk ujian sertifikasi bahasa Jepang seperti Japanese-Language Proficiency Test (JLPT) yang diakui internasional. Sekolah menyediakan fasilitas khusus seperti perpustakaan bertema jepang, laboratorium bahasa, atau ruang multimedia untuk menunjang keberhasilan sekolah dalam mencapai citra sekolah unggulan. Pengajar yang direkrut untuk program ini juga memiliki kriteria yakni idealnya, pengajar memiliki sertifikasi seperti JLPT N2/N1 atau sertifikasi pengajaran dari lembaga jepang. Prospek kerja lulusan dalam program ini memiliki peluang kerja dibidang pariwisata, penerjemah, perusahaan jepang, atau melanjutkan studi di Jepang. Pendekatan ini sesuai dengan teori Vygotsky (1978) tentang socio-cultural learning, yang menekankan bahwa pembelajaran yang melibatkan interaksi sosial dan konteks budaya dapat meningkatkan pemahaman siswa. Siswa yang mengikuti program ini berkesempatan untuk mendapatkan sertifikasi bahasa Jepang, seperti Japanese-Language Proficiency Test (JLPT), yang diakui secara internasional. Sertifikasi ini memberikan nilai tambah yang signifikan dalam kompetensi siswa, sebagaimana dinyatakan oleh Nomura (2020), bahwa sertifikasi bahasa dapat meningkatkan daya saing individu di pasar kerja global. Selain promosi melalui media sosial, humas juga secara aktif melakukan sosialisasi langsung kepada peserta didik di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan program kelas bahasa Jepang sebagai program unggulan yang dapat menjadi inspirasi atau bahkan kolaborasi antar-sekolah. Melalui berbagai upaya tersebut, humas berperan secara strategis dalam menciptakan ekosistem pendidikan yang mendukung peningkatan kualitas peserta didik, sekaligus memperluas cakupan program kelas Bahasa Jepang agar semakin dikenal dan diminati. Selain itu, Epstein (2011) menjelaskan bahwa kolaborasi antara sekolah dan komunitas dapat menciptakan jaringan dukungan yang meningkatkan kualitas pendidikan dan mendorong inovasi program.

Sehingga, pembahasan terkait proses implementasi manajemen humas dalam program Kelas bahasa Jepang di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang dapat dikatakan berhasil meningkatkan citra sekolah sebagai institusi pendidikan menengah unggulan. Hal ini sejalan dengan Dakir (2018), bahwa tujuan adanya humas dalam manajemen, khususnya pada bidang pendidikan adalah menumbuhkembangkan citra sekolah yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen. Program Kelas Bahasa Jepang menjadi salah satu elemen branding yang signifikan bagi SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang. Melalui upaya strategis dari humas, program ini berhasil menciptakan citra positif sekolah di masyarakat. Pelibatan alumni dalam kegiatan program, penggunaan media sosial yang beragam, serta komunikasi yang baik dengan para stakeholder menunjukkan bahwa manajemen humas berperan aktif dan efektif. Sehingga, program ini berhasil menciptakan daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Salah satu kunci keberhasilan terletak pada pelibatan alumni dalam kegiatan program. Alumni yang sudah berhasil di dunia kerja atau pendidikan lanjutan dapat menjadi role model bagi seluruh peserta didik, sekaligus memberikan testimoni positif tentang manfaat program. Hal ini memberikan dampak emosional yang kuat dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kualitas program. Sebagaimana dikemukakan oleh Moris & Chen (2023), bahwa pengaruh sosial melalui model peran dapat meningkatkan keyakinan dan motivasi individu untuk mencapai tujuan serupa.

Selain itu, penggunaan media sosial yang beragam dapat menjadi sarana efektif dalam mempromosikan program. Eksistensi media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan jangkauan yang luas, termasuk ke calon peserta didik dan orang tua di luar wilayah. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa media digital dapat mempercepat komunikasi pemasaran dan meningkatkan daya tarik audiens. Dokumentasi kegiatan seperti sesi belajar interaktif, kunjungan budaya Jepang, atau bahkan testimoni didik dapat menarik perhatian audiens dan memperkuat kesan positif. Manajemen humas juga menjaga hubungan baik dengan stakeholder, termasuk orang tua peserta didik, masyarakat, dan mitra kerja. Komunikasi yang transparan dan kolaborasi yang intensif dengan berbagai pihak ini menjadi pondasi penting untuk keberlanjutan program. Contohnya, dukungan dari orang tua siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler seperti lomba atau kunjungan budaya mampu memberikan tambahan sumber daya, baik dari segi materi maupun non-materi.

Sehingga, pembahasan terkait dampak implementasi manajemen humas dalam program Kelas bahasa Jepang di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang tidak hanya mampu meningkatkan reputasi sekolah, tetapi juga memberikan dampak sosial-ekonomi bagi peserta didik dan keluarga mereka. Hal itu dapat ditinjau melalui strategi manajemen hubungan masyarakat pada sekolah tersebut berjalan secara efektif dengan memanfaatkan media sosial yang tersedia dan melakukan kolaborasi bersama stakeholder melalui strategi komunikasi yang baik, serta promosi secara inovatif. Hal ini sejalan dengan pendapat Putri dkk. (2023), bahwa adanya media dianggap sebagai mitra penting humas dalam menyebarkan informasi perusahaan kepada masyarakat. Dalam konteks bermedia sosial, humas perlu mengatasi tantangan baru yang muncul, seperti disrupsi di berbagai industri dan perubahan paradigma dalam menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi. Penelitian juga menyoroti pentingnya memahami undang-undang dan regulasi terkait, seperti Undang-Undang Pokok Pers Nomor 40 Tahun 1999 dan Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002. Dorongan untuk meningkatkan sosialisasi multikultural sesuai dengan peraturan ini menjadi penting, menekankan nilai-nilai demokrasi, supremasi hukum, hak asasi manusia, dan penghormatan terhadap keberagaman.

Beberapa tantangan yang dihadapi dalam implementasi program Kelas Bahasa Jepang di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang ini berupa kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten beserta juga kendala finansial perlu menjadi fokus perbaikan. Maka dengan adanya peningkatan pelatihan SDM dan dukungan finansial, program ini akan dapat terus berkembang sekaligus memberikan dampak positif lebih luas, baik bagi seluruh peserta didik maupun masyarakat.

Pembahasan terkait tantangan pada implementasi manajemen humas dalam program Kelas bahasa Jepang di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang perlu ditangani dengan strategi perencanaan yang lebih baik dan matang untuk memastikan keberlanjutan program. Meskipun demikian, dampak terhadap reputasi sekolah sekaligus keberhasilan para peserta didik dapat menjadikan program ini layak dikembangkan lebih lanjut. Hal ini sejalan dengan pendapat Rahmad (2016), ketika memiliki tantangan untuk mencapai hal tertentu, maka perlu mencoba untuk meraihnya. Karena itu, butuh

memberikan diri berupa target yang besar dan menantang sehingga pencapaian prestasi karir pun akan ikut terangkat. Terutama dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang pesat ini, institusi pendidikan dihadapkan pada tantangan untuk tetap relevan dan kompetitif (Nasaruddin & Ladiqi, 2023). Salah satu cara yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut adalah melalui penerapan strategi manajemen humas yang baik (Karsono dkk., 2021). Manajemen humas tidak hanya berperan dalam membangun citra positif institusi, akan tetapi juga dalam menciptakan identitas yang kuat dan berbeda, yang dikenal dengan istilah branding. Branding sekolah menjadi semakin penting sebagai upaya untuk menarik minat calon siswa dan menjaga kepercayaan orang tua serta masyarakat (Muntafiah, 2022.).

4. Kesimpulan

Program unggulan kelas bahasa Jepang di SMK Muhammadiyah 1 Kota Malang merupakan bentuk dari hasil kolaborasi langsung antara sekolah dengan institusi Jepang seperti kampus International College. Program ini bertujuan untuk membekali siswa dengan kemampuan berbahasa Jepang (lisan dan tulisan) yang relevan untuk kebutuhan akademik, keprofesionalan, serta untuk meningkatkan wawasan budaya siswa terkait Jepang untuk memperluas perspektif global mereka. Pada program ini pembelajaran guru menggunakan metode pembelajaran interaktif dengan diskusi, role play, permainan edukasi, penggunaan multimedia seperti video, aplikasi, dan lagu Jepang. Materi yang dipelajari terkait bahasa Jepang yaitu dasar-dasar bahasa Jepang: Hiragana, Katakana, Kanji, tata bahasa, kosakata, percakapan sehari-hari, pengantar budaya dan etiket Jepang. Prospek kerja lulusan dari program Kelas Khusus Bahasa Jepang yaitu di bidang pariwisata, penerjemah, perusahaan Jepang, atau melanjutkan studi di Jepang.

Evaluasi rutin terhadap program ini dilakukan setiap bulan secara intensif bersama dengan seluruh stakeholder. Evaluasi bertujuan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program. Selain itu, evaluasi juga dilakukan untuk menilai kemajuan peserta didik dalam aspek keterampilan berbicara, mendengar, membaca, dan menulis. Beberapa tantangan terbesar pada pelaksanaan program adalah kekurangan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dalam bidangnya. Tidak hanya itu, masalah pembiayaan menjadi salah satu hambatan utama yang cukup besar, terutama berkaitan dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk para peserta didik yang akan berangkat ke Jepang untuk mengikuti program. Maka dari itu, solusi dalam mencegah tantangan tersebut adalah senantiasa merekrut SDM yang berkualitas dan berkompeten dan selalu berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan stakeholder terkait kebutuhan finansial yang harus diperkuat. Institusi penyelenggara program perlu menjalin hubungan yang lebih erat dengan pihak-pihak yang berpotensi memberikan dukungan finansial. Melalui komunikasi yang baik, stakeholder dapat memahami pentingnya program Kelas bahasa Jepang ini dan bersedia memberikan kontribusi yang signifikan.

Referensi

- Assingkily, M. S. (2021). *Penelitian Tindakan Kelas (Meneliti dan Membenahi Pendidikan dari Kelas)*. Medan: CV. Pusdikra Mitra Jaya.
- Ayudia, A.P. and Wulandari, S.S. (2021) 'Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kota Probolinggo', *Journal of Office Administration : Education and Practice*, 1(2), pp. 249–268. Available at: <https://doi.org/10.26740/joaep.v1n2.p249-268>.
- Dakir. (2018). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global*. Yogyakarta: K-Media.
- Epstein, J. L. (2011). *School, Family, and Community Partnerships: Preparing Educators and Improving Schools* (2nd ed.). Routledge.
- Habib, M., Sihombing, U. M., Rahmadani, U., & Wirahayu, W. (2021). Pentingnya Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 269-275. <https://doi.org/10.56832/edu.v1i2.100>
- Iqbal, M. (2023). Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan Perguruan Tinggi. *Jurnal Humaniora Dan Ilmu Pendidikan*, 2(2), 71-78. <https://doi.org/10.35912/jahidik.v2i2.1565>
- Karsono, K., Purwanto, P., & Salman, A. M. B. (2021). Strategi branding dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap madrasah tsanawiyah negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869-880.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd edn PDF eBook*. Pearson Higher Ed.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Morris, D. B., & Chen, J. A. (2023). A social cognitive perspective of educators' moral agency. *Theory Into Practice*, 62(3), 306-317.
- Muntafiah, Fitriyatul (2022) Strategi hubungan masyarakat dalam menciptakan school branding di MTS Plus Nururrohmah pondok pesantren "Al-Kamal" Kuwarasan Kebumen. Undergraduate (S1) thesis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- Nasaruddin, A. H., & Ladiqi, S. (2023). Digital-Based Islamic Religious Education (IRE) Learning Model at Senior High School. *Indonesian Journal of Islamic Education Studies (IJIES)*, 6(1), 79-92. <https://doi.org/10.33367/ijies.v6i1.3525>
- Nomura, H. (2020). The Role of Language Proficiency Certification in Career Development. *Journal of Global Education and Development*, 15(3), 45-60.
- Nurfatimah, S. A., Hasna, S., & Rostika, D. (2022). Membangun Kualitas Pendidikan di Indonesia dalam Mewujudkan Program Sustainable Development. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6145-6154. <https://doi.org/10.38048/jcp.v4i2.3622>
- Nurhayati, A. (2020). *Manajemen Komunikasi Pendidikan di Era Digital*. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Oktafia, M. N., & Halwati, U. (2023). Ruang Lingkup Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 5(2), 1279-1287. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i2.5019>
- Putri, N. A., Khairani, N. F., Naura, N., Al Kadri, H., & Setiawati, M. (2023). Dampak Hubungan Masyarakat Terhadap Konten Media. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 5(6), 2498-2508. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i6.5798>
- Rahmad, A. (2016). *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Rusyanti, T., Arafat, Y., & Destiniar, D. (2021). Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Sekolah. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 7(3), 753-762. <https://doi.org/10.31949/educatio.v7i3.1218>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, M. (2016). Manajemen Hubungan sekolah dan masyarakat dalam pendidikan. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 2(1), 18. <https://doi.org/10.22373/je.v2i1.688>
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.
- Yunita, F. dkk. (22 November 2024). Komunikasi Personal.
- Zed, M. (2004). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Obor Nasional. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1057879>.