

**PENGELOLAAN PROGRAM *OPEN HOUSE*
SEBAGAI AJANG PROMOSI
Di SMP Muhammadiyah 11 Surabaya**

**Dimas Syafa' Syahrul Faizin¹
Samsul Maarif²
Lilik Huriyah³**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengelolaan program open house sebagai ajang promosi di SMP Muhammadiyah 11. Penelitian ini berisi tentang perencanaan, pelaksanaan serta kendala dalam program tersebut. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti menggunakan metode observasi, wawancara serta dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman. Sedangkan dalam uji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Perencanaan program open house meliputi perencanaan tujuan dan tema, perencanaan tempat, perencanaan waktu, perencanaan pembagian kerja panitia, perencanaan anggaran, perencanaan sponsorship, perencanaan promosi dan perencanaan kegiatan. Perencanaan program open house sudah baik karena panitia mengadakan beberapa kali rapat setiap minggunya dan dimulai dari awal

¹ Alumnus Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Kependidikan Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

² Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Kependidikan Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

³ Dosen Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Jurusan Kependidikan Islam UIN Sunan Ampel Surabaya.

Pengelolaan Program *Open House*

bulan januari. (2) Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 12 Maret 2017 bertempat dilingkungan sekolah dengan tujuan agar hubungan sekolah dengan masyarakat lebih dekat. Beberapa acara dari program open house tersebut adalah tryout, seminar motivasi, pentas seni, dan pameran. Dari keseluruhan pelaksanaan program open house sudah bagus karena sesuai dengan rencana awal dan ada kendala akantetapi tidak terlalu parah. (3) Pengendalian yang dilakukan oleh panitia open house meliputi tiga hal yaitu pemantauan, penilaian, dan pelaporan. Panitia sudah memantau dan menilai kegiatan tersebut dengan dasar perencanaan yang sudah dirapatkan. (4) Kendala-kendala yang dialami oleh panitia ialah berikut ini Perubahan jadwal ujian kenaikan kelas dari dinas, sulit untuk mengatur peserta tryout, dan bau sampah tidak sedap..

Kata Kunci : *Pengelolaan, Open House, Promosi.*

PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan juga ditandai dengan semakin banyaknya jumlah lembaga pendidikan yang bermunculan. Mulai dari lembaga pendidikan formal juga non formal. Tidak hanya sekolah negeri, sekolah swasta juga semakin banyak dimana-mana. Pemerintah juga mewajibkan pendidikan minimal 12 tahun. Program wajib belajar ini mewajibkan setiap warga Negara Indonesia untuk bersekolah mulai dari tingkat Sekolah Dasar atau Madrasah Ibtidaiyah selama 6 tahun, diteruskan dengan SMP atau Mts selama 3 tahun, dan terakhir SMA, MA, atau SMK selama 3 tahun. Hal tersebut membuktikan bahwa pentingnya pendidikan untuk seluruh masyarakat. Salah satu jenjang yang akan menumbuhkan minat dan bakat untuk anak kedepannya adalah Sekolah Menengah Pertama (SMP).

Selain itu latar belakang agama yang akan mengokohkan aqidah membuat SMP yang berlatar belakang agama dicari oleh

sebagian orang tua yang ingin melanjutkan pendidikan anaknya setelah lulus dari SD/MI. Antusiasme orang tua yang memilih SMP sebagai tempat pendidikan anaknya membuat banyaknya lembaga SMP bermunculan dan menjadikan persaingan SMP untuk memperbaiki mutu sekolah. Mulai dari sarana prasarana, tenaga pendidik, hingga kurikulum lembaga. Semuanya berlomba-lomba memperbaiki mutu untuk menarik perhatian para orang tua maupun calon peserta didik. Daya tarik menjadi sangat penting agar calon peserta didik menjadi berminat untuk belajar di SMP tersebut. Untuk itulah pentingnya peran hubungan masyarakat (Humas) dalam sebuah lembaga pendidikan. Humas atau *public relation* terdapat sesuatu usaha untuk mewujudkan suatu hubungan yang harmonis antara sesuatu badan (lembaga) dengan publiknya sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kehidupan badan tersebut.⁴

Sebuah peran yang sangat urgent yang menghubungkan masyarakat dengan pihak lembaga. Untuk itulah Humas harus bisa mempunyai strategi agar masyarakat bisa memandang baik lembaga. Salah satu yang bisa dilakukan Humas adalah melakukan promosi yang baik. Strategi promosi yang kreatif dan inovatif harus diimplementasikan agar masyarakat menjadi tertarik. Banyak sekali cara yang bisa dilakukan untuk sebuah lembaga pendidikan melakukan promosi, dan salah satunya ialah *open house*. Secara umum *open house* adalah suatu teknik penarikan tenaga kerja dimana orang-orang disekitar perusahaan diundang untuk mengunjungi dan melihat-lihat keadaan.⁵ Sedangkan dalam lingkup pendidikan menurut Mahmudi *open house* merupakan suatu metode mempersilahkan masyarakat untuk meninjau sekolah serta

⁴B. Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan Disekolah*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), 159.

⁵Hani Handoko, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia (Edisi 2)* (Yogyakarta: BPFE UGM, 2001), 74.

Pengelolaan Program *Open House*

mengobservasi kegiatan dan hasil kerja murid dan guru yang diadakan pada waktu yang telah terjadwal.⁶

Strategi *open house* bisa menjadi salah satu alternative, karena strategi tersebut menjadikan masyarakat mengetahui keadaan sekolah mulai dari fasilitas, tenaga pendidik, maupun kegiatan kegiatan yang ada di lembaga. Selain itu masyarakat juga bisa melihat secara langsung prestasi-prestasi yang dimiliki lembaga. Sehingga mutu yang bagus dari lembaga diketahui oleh masyarakat yang mengunjungi lembaga. Setelah itu munculah pola pikir atau opini tentang lembaga yang menggunakan strategi promosi *open house* sehingga animo calon pendaftar disekolah tersebut akan meningkat. Berbeda halnya dengan lembaga yang tertutup yang membuat masyarakat merasa canggung dan ragu untuk mendaftar dilembaga tersebut.

Pengelolaan yang profesional haruslah dijalankan agar program *open house* bisa sukses. Mulai dari perencanaan terkait waktu, anggaran, dan kegiatan, kemudian pengorganisasian dengan menempatkan sumberdaya manusia sesuai dengan tempat dan keahliannya, selanjutnya pelaksanaannya atau biasa disebut dengan *action* dan yang terakhir *controlling* mengkontrol sekaligus mengevaluasi kegiatan *open house* yang telah dilakukan mulai dari acara dan kepanitiaannya. Salah satu organisasi masyarakat yang peduli dalam dunia pendidikan adalah Muhammadiyah. Dengan sistem manajemennya yang terstruktur dan terorganisir Muhammadiyah berdakwah melalui beberapa sektor salahsatunya ialah pendidikan yang didukung dengan mendirikan sebuah lembaga pendidikan swasta yang dikelola secara mandiri. Salah satu lembaga formal milik Muhammadiyah yang mempunyai pengelolaan strategi pemasaran *open house* dalam kegiatan promosi adalah SMP Muhammadiyah 11 Surabaya. Di SMP tersebut mempunyai banyak

⁶Mahmudi, *Administrasi Pendidikan* (Surabaya : Lembaga Kajian dan Pengembangan Masyarakat, 1992), 227.

sekali kegiatan ekstra seperti Tapak Suci, HW, Entrepreneur Club, dan prestasi beberapa diantaranya ialah juara qori', juara adzan, juara baca puisi, dan lain-lain yang bisa menjadi sebuah dayatarik dari sekolah tersebut.

Seluruh pencapaian tersebut digunakan oleh SMP Muhammadiyah 11 Surabaya sebagai bekal promosi. Sebuah strategi pemasaran yang jarang digunakan oleh sebuah lembaga pendidikan formal. SMP Muhammadiyah 11 Surabaya menerapkan salah satu strategi pemasaran *open house* dengan sasaran siswa-siswi SD sederajat dan masyarakat. *Open house* yang dilaksanakan tersebut dikemas dengan sangat menarik, pada waktu masuk area acara pengunjung akan disambut langsung dengan pameran dari siswa-siswi SMP Muhammadiyah 11 kemudian siswa-siswi SD yang datang berkesempatan mengikuti *Tryout* sebagai bekal menghadapi ujian nasional, dan orang tua disuguhi pertunjukan dan seminar. Seluruh rangkaian acara tersebut gratis tanpa dipungut biaya. Terbukti dengan kualitas lembaga dan strategi pemasaran tersebut banyak sekali pendaftar dari SD sederajat yang berkeinginan masuk SMP Muhammadiyah 11 Surabaya seusai acara tersebut. Atas dasar itulah penulis selanjutnya menulis judul "Pengelolaan Program *Open house* sebagai ajang Promosi di SMP Muhammadiyah 11 Surabaya".

Metode Penelitian

Penelitian kualitatif yang akan digunakan dalam penelitian ini bercirikan kualitatif deskriptif. Yaitu data yang akan dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pada laporan demikian, peneliti menganalisis data yang

Pengelolaan Program *Open House*

sangat kaya tersebut dan sejauh mungkin dalam bentuk aslinya. Hal itu dilakukan seperti orang merajut sehingga setiap bagian ditelaah satu demi satu.⁷

Penelitian ini dilakukan di salah satu lembaga pendidikan di Kota Surabaya. Lembaga tersebut bernama “SMP Muhammadiyah 11 Surabaya”. Lembaga pendidikan ini adalah salah satu dari puluhan lembaga pendidikan yang berlatar belakang agama Islam yang berada di Kota Surabaya.

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data yang akan dikumpulkan oleh penulis, yaitu :

1. Sumber data primer

Data primer adalah sumber informasi yang mempunyai wewenang dan tanggungjawab terhadap pengumpulan ataupun penyimpanan data atau disebut juga sumber data/informasi tangan pertama.⁸ Data primer untuk penelitian ini adalah mengenai pengelolaan program *open house* di SMP Muhammadiyah 11 Surabaya. Adapun informan Penelitian adalah Kepala Sekolah, dan ketua panitia *open house* SMP Muhammadiyah 11 Surabaya.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung terhadap data primer. Dalam hal ini data sekunder yang dimaksudkan yaitu tentang strategi promosi program *open house*. Adapun Informan Penelitian adalah siswa atau perwakilan dari osis.

Dalam penelitian ini, yang menjadi instrument atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrument juga harus divalidasi seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan.⁹ Dalam

⁷*Ibid*, 11.

⁸ Muhammad Ali, *Penelitian Kependidikan:Prosedur dan Strategi* (Bandung:Angkasa, 1987), 42.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung:Alfabeta, 2014), 305.

teknik penelitian ini terdapat 2 bagian, yaitu: teknik analisis data dan teknik pengumpulan data.

Adapun teknik pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik, diantaranya adalah: Observasi, dalam teknik observasi ini, peneliti menggunakan model partisipasi moderat. Dalam observasi moderat terdapat keseimbangan antara peneliti menjadi orang dalam dengan orang luar. Peneliti dalam mengumpulkan data ikut observasi partisipatif dalam beberapa kegiatan, tetapi tidak semuanya.¹⁰

Dalam hal ini, peneliti akan terjun langsung guna mengobservasi pelaksanaan program open house sebagai ajang promosi di SMP Muhammadiyah 11 Surabaya. Wawancara, Jenis wawancara yang dipakai oleh peneliti adalah wawancara semistruktur. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka di mana pihak yang di ajak wawancara dimintai pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.¹¹ Dokumen, Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara. yang akan memperkuat metode wawancara dengan bukti-bukti seperti daftar kepanitiaan, anggaran kegiatan *open house* maupun dokumentasi kegiatan.

¹⁰*Ibid*, hal. 312

¹¹*Ibid*, 319.

PEMBAHASAN

1. Perencanaan program *open house*

Perencanaan ialah sejumlah kegiatan yang ditentukan sebelumnya untuk dilaksanakan pada suatu periode tertentu dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan. Perencanaan pada haikatnya adalah proses pengambilan keputusan atas sejumlah alternatif (pilihan) mengenai sasaran dan cara-cara yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang guna mencapai tujuan yang dikehendaki serta pemantauan dan penilaiannya atas hasil pelaksanaannya, yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan.

Menurut jefkins, ada empat alasan utama mengapa praktisi humas perlu merencanakan program kerjanya yaitu: (1) untuk menetapkan target humas yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh; (2) untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan; (3) untuk menyusun skala prioritas guna menentukan jumlah program yang harus dikerjakan dan waktu yang diperlukan; dan (4) untuk menentukan kesiapan daya dukung perusahaan.¹² SMP Muhammadiyah 11 menggunakan perencanaan yang dipersiapkan untuk sebuah program *open house* yang akan dilaksanakan, berdasarkan hasil wawancara sendiri juga menjelaskan jika persiapannya sudah ada dua bulan sebelum pelaksanaan.

a. Perencanaan tujuan dan tema

Menurut Lidia Evelina dalam merencanakan *open house* sebagai pedoman penyelenggaraan *open house* yang berlaku untuk semua kegiatan *open house* yaitu salah satunya menentukan tema.¹³ Ketua panitia menjelaskan bahwa perencanaan tujuan

¹²Morissan, *Manajemen Public relation* (Jakarta: Kencana, 2010), 152.

¹³Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 15.

dan tema dari *open house* dirapatkan jauh-jauh hari sebelum pelaksanaan. Bisa disimpulkan bahwa panitia *open house* sudah tepat merencanakan tema dan tujuan karena memang dua hal tersebut merupakan dasar untuk sebuah kegiatan.

b. Perencanaan tempat

Selain perencanaan secara umum tersebut kita juga harus mengadakan pengamatan pasar atau target pengunjung, lokasi dan waktu.¹⁴Pilihlah lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh pengunjung.¹⁵Berdasarkan keterangan dari ketua panitia perencanaan lokasi atau tempat *open house* ada dua tempat.

Tempat yang muncul dalam rapat tersebut adalah di BJ Junction dan SMP Muhammadiyah 11 sendiri. Setelah berunding dalam rapat tersebut tempat yang terpilih adalah di sekolah. Dengan demikian tempat ditentukan dengan baik karena ada dua opsi yang keluar pada rapat tersebut.

c. Perencanaan waktu

Didalam perencanaan waktu panitia memilih waktu panitia merencanakan waktu yaitu pada libur kelas 6 SD dan sebelum ujian. Karena memang nantinya rencana kegiatan juga mengadakan try out untuk latihan para peserta *open house* menghadapi ujian sekolah mereka. Panitia juga memilih merencanakan tanggal 12 maret juga bertepatan dengan hari Minggu yang memungkinkan para orang tua bisa hadir mendampingi anaknya karena pada hari tersebut merupakan hari libur pada

d. Perencanaan pembagian kerja panitia

¹⁴*Ibid*, 28.

¹⁵*Ibid*, 28.

Pengelolaan Program *Open House*

Tujuan perencanaan adalah mengetahui siapa saja yang terlibat (Struktur organisasinya), baik kualifikasinya maupun kuantitasnya.¹⁶ Begitu juga dengan panitia open house yang mempunyai kepanitiaan yang diambil dari guru.

e. Perencanaan anggaran

Dari hasil wawancara menyebutkan bahwa perncanaannya didapat dari setiap seksi yang membuat anggaran kemudian dirapatkan hal ini sudah bagus dan sesuai dengan manfaat perencanaan. Manfaat perencanaan salahsatunya ialah penyusunan skala prioritas, baik sasaran maupun kegiatan.

f. Perencanaan sponsorship

Sponsor *open house* bisa didapat dari asosiasi yang terkait langsung dengan program *open house* tersebut.¹⁷ Begitu juga yang dilakukan oleh panitia open house dalam merencanakan target-target yang akan diajak kerjasama sponsorship.

g. Perencanaan promosi

Promosi yang dilakukan tepat akan sangat mendukung keberhasilan sebuah *open house*.¹⁸ Untuk itulah perlunya promosi dalam kegiatan ini.

Jadi memang sudah cocok antara yang disampaikan oleh lidia dan yang dilakukan oleh panitia.

h. Perencanaan kegiatan

1) *Tryout*

a) Tujuan

¹⁶Husaini Usman, manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan, (Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara, 2009)

¹⁷Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 38.

¹⁸*Ibid*, 38.

Tryout sendiri bertujuan untuk mengasah kemampuan yang dimiliki oleh peserta *open house*. Peserta akan berusaha menjawab dengan benar agar bisa mendapatkan nilai yang bagus. Hal ini baik dilakukan karena sebagai persiapan dalam menghadapi ujian sekolah yang akan dilakukan. Dalam hal ini panitia mengambil peluang dalam hal tersebut. Karena didalam perencanaan sendiri terdapat peluang yang harus dimanfaatkan.

b) Tempat kegiatan

Dalam perencanaannya sendiri memilih kelas sebagai tempat pelaksanaan kegiatan karena lokasinya disekolah akan lebih maksimal jika dilaksanakan dikelas. Hal tersebut sangat bagus karena akan menimbulkan rasa nyaman pada peserta tryout.

c) Kebutuhan kegiatan

Fasilitas kebutuhan tryout sepenuhnya menjadi tanggung jawab sponsorship yaitu dari LBB plankton. Dan itu menjadi bagus karena menghemat kebutuhan dana pengeluaran panitia *open house*.

2) Seminar motivasi

a) Tujuan

Dari hasil wawancara seminar motivasi sendiri mempunyai tujuan untuk memberi pengetahuan kepada orang tua tentang cara mendidik anak. Selain itu tujuannya adalah menunggu hasil pengumuman *tryout* karena memang dalam pengkoreksian panitia atau tim yang bertugas membutuhkan waktu. Dan tujuan perencanaan menurut husaini usman sendiri salah satunya adalah

Pengelolaan Program *Open House*

menyerasikan dan memadukan subjek kegiatan.¹⁹ Dan pada waktu dua seminar tersebut adalah perpaduan antara menunggu *tryout* dan hasil *tryout*.

b) Tempat kegiatan

Berdasarkan keterangan dari ketua panitia ada dua opsi tempat antara di halaman sekolah atau didepan sekolah. Setelah dirapatkan akhirnya terpilih didepan sekolah dengan berbagai pertimbangan. Hal tersebut bagus dipilih karena memang *open house* akan terasa lebih meriah.

c) Kebutuhan kegiatan

Kebutuhan seminar motivasi sendiri adalah terop dan *sound system* serta *benner* hal ini dijelaskan langsung oleh ketua panitia. Sedangkan untuk motivatornya sendiri tanpa biaya *chase* alias gratis, hal ini bagus karena sama dengan tujuan perencanaan yaitu mendapatkan kegiatan yang sistematis termasuk biaya dan kualitas pekerjaan.²⁰

3) Pentas seni

a) Tujuan

Salah satu tujuan *open house* menurut Lidia adalah menunjukkan eksistensi, keberadaan dari produk dan atau jasa terus ada dan terjaga kontinuitasnya.²¹ Pentas seni sendiri bertujuan untuk menunjukkan ketrampilan dan bakat dari siswa SMP Muhammadiyah. Sepertihalnya dalam kutipan

¹⁹Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara, 2009),

²⁰*Ibid*,

²¹Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 6.

Dimas Syafa', Syahrul Faizin

wawancara dengan ketua panitia. Jadi bisa dikatakan tujuan dari pentas seni sudah baik dengan dasar pendapat Lidia.

b) Tempat kegiatan

Berdasarkan wawancara dengan ketua panitia dapat dilihat bahwa penampilan pentas seni juga ada didepan sekolah karena depan sekolah merupakan panggung utama acara tersebut. Dengan panggung yang menjadi satu akan bisa menghemat dana.

c) Kebutuhan kegiatan

Pada acara pentas seni kebutuhannya sama dengan motivator hanya saja pada pentas seni beberapa kostum dan alat perlu disiapkan untuk menunjang penampilan mereka. Jadi yang menyewa hanya panggung sound system dan terop, sedangkan untuk peralatan mereka sudah mempunyai sendiri sehingga tidak perlu menyewa.

4) Pameran

a) Tujuan

Untuk menambah daya tarik *open house* biasanya dilengkapi dengan acara pendukung seperti panggung rakyat untuk pameran yang diadakan di *out door*.²² Tujuan pameran sama halnya dengan pentas seni yaitu mengenalkan kegiatan ekstra yang dimiliki lembaga. Sehingga kegiatan ekstrakurikuler yang tidak bisa ditampilkan akan dipamerkan di stand-stand. Dan pengunjung juga bisa mendapatkan

²²Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 32.

Pengelolaan Program *Open House*

informasi terkait produk maupun kegiatan yang dimiliki SMP Muhammadiyah 11.

b) Tempat kegiatan

Untuk lokasi pameran pada rapat perencanaan ada di pintu masuk dengan tujuan para peserta bisa melihat langsung stand yang berisi kegiatan ekstrakurikuler siswa. Tempat pameran haruslah menjadi lalu lalang peserta, dan peletakkan stand di pintu masuk sangatlah kreatif.

c) Kebutuhan kegiatan

Perencanaan open house salah satunya adalah menentukan design stand dan ukuran serta dekorasi diarena *open house*.²³ kebutuhan pameran yang paling utama adalah stand untuk memamerkan produk mereka. Stand direncanakan didapatkan dengan sponsorship yang diajukan ke dinas peternakan agar dapat meminimalisir pengeluaran.

Perencanaan program *open house* sudah dilaksanakan oleh panitia *open house* SMP Muhammadiyah 11 Surabaya. Menurut Husaini usman agar perencanaan menghasilkan rencana yang baik, konsisten dan realistis maka kegiatan-kegiatan perlu memerhatikan:²⁴

- a) Keadaan sekarang (tidak dimulai dari nol, tetapi dari sumber daya yang sudah ada.
- b) Keberhasilan dari faktor-faktor kritis keberhasilan.
- c) Kegagalan masa lampau.

²³*Ibid*, 23.

²⁴Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara, 2009), 129.

- d) Potensi, tantangan, dan kendala yang ada.
- e) Kemampuan merubah kelemahan menjadi kekuatan, dan ancaman menjadi peluang analisis (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* atau SWOT).
- f) Mengikutsertakan pihak-pihak terkait.
- g) Mempertimbangkan efektivitas, dan efisiensi, demokratis, transparan, realistis, legalistik, dan praktis.
- h) Jika mungkin mengujicobakan kelayakan perencanaan.

Perencanaan program open house yang dilaksanakan panitia sudah berjalan dengan lancar sesuai dengan pemaparan husaini usman, akan tetapi beberapa hal seperti diuji kelayakan perencanaan tidak dilaksanakan karena memang acaranya hanya satu tahun sekali. Walaupun beberapa hal yang ditulis husaini usman tidak dilaksanakan secara keseluruhan perencanaan pada waktu rapat sudah baik.

2. Pelaksanaan program open house

Mulyono mengemukakan bahwa, pelaksanaan (*actuating*) merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran perusahaan dan sasaran anggota-anggota perusahaan tersebut, oleh karena itu para anggota juga ingin mencapai sasaran-sasaran tersebut.²⁵ Setelah panitia *open house* merencanakan selanjutnya panitia *open house* melaksanakan apa yang telah di bahas sebelumnya.

²⁵ Mulyono, *Manajemen Administrasi dan Pendidikan* (Yogyakarta: Arruz media, 2008), 23.

Pengelolaan Program *Open House*

Pelaksanaan harus didasari dengan perencanaan yang telah dirapatkan sebelumnya.

a. Pelaksanaan tujuan dan tema

Lidia menjelaskan salahsatu tujuan open house adalah menjaga *image* produk dan atau jasa. Masyarakat semakin paham *positioning* produk maupun jasa kita. Dengan *image* yang tertanam dan terus ditanamkan dalam benak masyarakat, produk dan atau jasa tersebut tidak mudah terlupakan, yang akhirnya tidak tergeser oleh para pesaingnya.²⁶Kepala sekolah SMP Muhammadiyah 11 memaparkan tujuan dari *open house* adalah untuk mempromosikan sekolah kepada masyarakat agar mereka tertarik dan mendaftarkan anaknya yang baru lulus SD ke sekolahan.

Tema sangat penting untuk menentukan langkah selanjutnya.²⁷Untuk temanya sendiri adalah “Solusi Cerdas Membangun Komunikasi Orang Tua dan Siswa dalam Meraih Prestasi”.Tema tersebut didapatkan dari rapat pada persiapan program *open house*.Dan hal ini sangat bagus karena berkaitan dengan kreatifitas dalam open house yang disampaikan Lidia.Ide *open house* yang spesifik, menimbulkan keingintahuan masyarakat untuk datang menyaksikan pameran tersebut.²⁸ Tema yang diusung oleh panitia sangatlah menarik selain siswa orang tua juga tertarik karena memang ada pelajaran berharga yang akan didapatkan orang tua bila mengikuti *open house* tersebut.

b. Pelaksanaan tempat

²⁶ Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 6.

²⁷*Ibid*, 16.

²⁸*Ibid*, 31.

Menurut Mahmudi *open house* merupakan suatu metode mempersilahkan masyarakat untuk meninjau sekolah serta mengobservasi kegiatan dan hasil kerja murid dan guru yang diadakan pada waktu yang telah terjadwal.²⁹ Dalam pelaksanaannya, panitia *open house* menetapkan tempat yaitu disekolahan. Alasannya ialah sekolah yang sudah bagus karena direnovasi dan wali murid yang mengetahui keadaan sekolah sehingga menjadi lebih dekat maka dari itu menguatkan sekolah menjadi tempat *open house* untuk tahun ini. Hal ini relevan dengan pendapat Mahmudi yang menyatakan peserta atau masyarakat minanjau sekolah secara langsung. Sehingga masyarakat mempunyai gambaran langsung terkait kebersihan serta kondisi lingkungan sekolah.

c. Pelaksanaan waktu

Waktu pelaksanaan *open house* merupakan faktor yang penting supaya *open house* ini tidak bersamaan waktunya dengan *open house* serupa ditempat lain. Kemudian waktu pameran yang kita adakan juga memperhatikan situasi dan kondisi calon pengunjung.³⁰ ketua panitia menjelaskan jika pelaksanaannya tanggal 12 Maret 2017. Tanggal tersebut bisa dikatakan bagus karena pada tanggal tersebut adalah hari minggu yang memungkinkan orang tua dalam menemani anak mereka serta ujian sekolah belum dilaksanakan pada tanggal tersebut sehingga anak akan tertarik mengikuti *open house* yang didalamnya ada acara *tryout*. Secara situasi dan

²⁹ Mahmudi, *Administrasi Pendidikan* (Surabaya : Lembaga Kajian dan Pengembangan Masyarakat, 1992), 227.

³⁰ Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 18.

Pengelolaan Program *Open House*

kondisi bagus untuk dilaksanakan pada tanggal tersebut.

d. Pelaksanaan pembagian kerja panitia

Manajemen SDM harus diterapkan dalam sebuah *open house*, yaitu bagaimana (*how*) kesiapan dari tim acara atau pembawa acara, siapa (*who*) yang bertanggung jawab terhadap pengaturan pembagian pengunjung yang akan hadir, publik atau tamu yang hadir apakah terdiri dari undangan, pejabat tinggi, eksekutif, organisasi, kelompok profesi atau mahasiswa dari kampus tertentu, apakah mereka perlu dipandu sehingga mendapatkan penjelasan yang memuaskan. SDM pendukung yang mengawasi pelaksanaan lapangan selama *openhouse* punya peranan besar tak kalah penting, mereka membantu melayani (*toassist*) bila terjadi keluhan dari peserta *openhouse* dan pengunjung atau hal-hal yang mungkin terjadi selama open house berlangsung.³¹ Begitu juga halnya dengan SMP Muhammadiyah 11 yang mempunyai panitia yang memang ahli dibidangnya yang diambilkan dari guru dan staf sekolah. Siswa-siswa juga turut membantu walaupun mereka tidak dimasukkan kedalam susunan kepanitiaan. Karena memang undangan yang banyak butuh sumberdaya manusia untuk melayani mereka.

e. Pelaksanaan anggaran

Ada beberapa sumber modal. Bila organizer tersebut merupakan kerjasama dari dua orang atau lebih dikenal dengan *partnership*, maka modal bisa dari kedua belah pihak.³² Panitia open house

³¹*Ibid*, 22-23.

³²*Ibid*, 39.

memperoleh dana dari pihak lembaga yang memang didapatkan dari sekolah dan sponsorship. Untuk itu panitia sudah memaksimalkan sumberdana yang ada. Untuk dana sendiri menganggarkan 15.000.0000 yang merupakan keterangan dari ketua panitia dan didalam LPJ menghabiskan dana dari majelis 10.000.000 dan sponsorship menghabiskan 5.800.000.

f. Pelaksanaan sponsorship

Ada berbagai bentuk sponsor, ada yang bersifat murni artinya mereka memberikan dukungan berupa dana dan promosi tanpa meminta timbal balik dalam bentuk iklan, stand atau yang lainnya.³³ Panitia open house mendapatkan angin segar dengan berbagai sponsor yang berhasil mereka dapatkan diantaranya ialah: LBB Plankton yang memfasilitasi tryout, Dua pemateri motivasi yang tanpa biaya (bapak Muhammad Lutfi dan bapak Toha Maksun, M.M), LKMK, beng-beng dan dinas peternakan yang membantu dengan tenda-tenda stand.

g. Pelaksanaan promosi

Promosi yang dilakukan dimedia massa (media cetak maupun media elektronik) maupun *below the line* (selebaran/spanduk) harus mempunyai *key word* atau kalimat kunci "bombatis" yang memancing minat.³⁴ Panitia open house menggunakan berbagai sosial media. Untuk pelaksanaannya sendiri panitia lebih menekankan dengan menggunakan brosur, undangan dan

³³*Ibid*, 76.

³⁴*Ibid*, 32.

Pengelolaan Program *Open House*

spanduk yang di letakkan ditempat-tempat strategis. Selain panitia siswa juga ikut membantu dalam mempromosikan kegiatan tersebut hal ini dijelaskan ketua IPM dalam wawancara.

h. Pelaksanaan kegiatan

1) *Tryout*

Memasuki acara inti yaitu Parenting Education bagi orang tua dan *tryout* bagi siswa SD. Siswa-siswi SD diarahkan untuk masuk ke ruangan kelas. Peserta mengerjakan soal-soal UNAS selama 1,5 jam yang difasilitasi oleh LBB Plankton.³⁵

Memberikan fasilitas menarik selama berada di tempat *open house* tersebut. misalnya dengan seminar gratis, atau mengikuti *workshop* gratis atau mendapat diskon.³⁶ Panitia menggunakan *tryout* juga sebagai salah satu penarik pengunjung. *Tryout* dilaksanakan pada pagi hari jam 08.15-10.45 WIB agar mereka masih *fresh* untuk menjawab soal-soal. Yang diakhir acara peserta dengan nilai *tryout* tertinggi mendapatkan hadiah atau *doorprize*.

Tryout dilaksanakan diruang kelas dan peserta juga menikmati hal tersebut karena tujuan dari *openhouse* adalah meninjau sekolah, dengan menggunakan kelas sebagai tempat menjadikan peserta mengetahui ruang kelas SMP Muhammadiyah 11.

Ada berbagai bentuk sponsor, ada yang bersifat murni artinya mereka memberikan

³⁵Dokumen Laporan Pertanggung Jawaban

³⁶Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 31-32.

Dimas Syafa', Syahrul Faizin

dukungan berupa dana dan promosi tanpa meminta timbal balik dalam bentuk iklan, stand atau yang lainnya.³⁷ Untuk kebutuhan *tryout* sudah difasilitasi oleh pihak sponsor yaitu kertas soal, lembar jawaban, scanner lembar jawaban dan konsumsi. Panitia bisa menghemat biaya dengan cara tersebut.

2) Seminar motivasi

Acara dilanjutkan dengan Parenting Education oleh Pak Muhammad Lutfi. Orang tua terlihat sangat antusias dan terlihat terhibur oleh materi yang di sampaikan oleh pemateri. Pak Lutfi berpesan bahwa orang tua harus mengetahui gaya belajar dan bakat anak agar tidak salah dalam mendidik putra-putrinya. Acara dilanjutkan dengan Trik Baca Cepat oleh Pak Toha Maksun, M.M beserta empat anak didiknya. Pak Toha berbagi ilmu tentang metode baca cepat kepada para oarang tua dan siswa. Akhirnya anak didiknya maju ke panggung dan mempraktekkan baca cepat dengan mengambil buku secara acak. Alhasil, kemampuan baca cepat yang dipraktekkan oleh anak didik Pak Toha Maksun membuat orang tua dan siswa yang menyaksikan terhibur. Bisa disimpulkan bahwa ada dua macam bentuk motivasi yang diadakan pada waktu *open house*.³⁸

Memberikan fasilitas menarik selama berada di tempat *open house* tersebut. misalnya dengan seminar gratis, atau mengikuti *workshop* gratis

³⁷*Ibid*, 76.

³⁸Dokumen Laporan Pertanggung Jawaban

Pengelolaan Program *Open House*

atau mendapat diskon.³⁹ Motivasi dilaksanakan dua kali yaitu jam 08.15-10.45 oleh Pak Muhammad Lutfi dengan materi Parenting Education yang disampaikan kepada orang tua peserta *open house*. Motivasi selanjutnya jam 11.00-11.30WIB oleh Pak Toha Maksun, M.M dengan materi Trik Baca Cepat yang dilihat oleh seluruh orang tua dan juga siswa kelas 6. Panitia *openhouse* samasekali tidak menarik tiket masuk dan acara tersebut benar-benar gratis. Selain itu bahkan ada doorprize menarik untuk peserta yang beruntung.

Motivasi ini sendiri berada dipanggung utama yang tempatnya didepan sekolah. Kebutuhannya adalah backdrop 6 x 2,5 m, panggung 6 x 4 m, terop 12 x 6 m, sound system, kursi untuk penonton dan pematery, dan konsumsi.

3) Pentas seni

Di akhir acara, sambil menunggu hasil *tryout* peserta diajak untuk pembagian kupon doorprize. Tak lupa pula, penampilan dari musikalisasi puisi dan story telling dari siswa-siswi turut menghibur peserta yang datang. Terakhir, acara ditutup dengan pengumuman juara try out.⁴⁰

Untuk menambah daya tarik *open house* biasanya dilengkapi dengan acara pendukung seperti panggung rakyat untuk pameran yang diadakan di *out door*.⁴¹ Pentas seni sendiri ditampilkan oleh

³⁹ Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 31-32.

⁴⁰ Dokumen Laporan Pertanggung Jawaban

⁴¹ Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 31-32

Dimas Syafa', Syahrul Faizin

para siswa SMP Muhammadiyah 11. banyak sekali tampilan yang ditampilkan pada kegiatan tersebut diantaranya pencaksilat tapak suci, HW, Puisi, Drama Musikalisasi, Band, Qiro'ah, dan patrol. Kebutuhan pentas seni sendiri sama seperti motivator hanya saja dalam pentas seni ditambah dengan seragam untuk menunjang penampilannya.

4) Pameran

Pameran sendiri dilaksanakan ketika awal sampai akhir kegiatan dengan beberapa stand yang berisi kegiatan ekstra siswa SMP Muhammadiyah 11 maupun sponsorship kegiatan tersebut. Bisa disimpulkan bahwa ekstrakurikuler ditampilkan distand yang bertujuan agar peserta *open house* menjadi lebih tertarik kepada sekolahan dan meramaikan acara.

Tempat pelaksanaan pameran sendiri berada di pintu masuk lokasi *open house*. Jadi sebelum peserta memasuki tempat motivator, peserta akan melewati stand-stand bazar yang berisi kegiatan ekstra. Umumnya ukuran luas stand standar untuk pameran yaitu 2 meter X 2 meter.⁴² Panitia *openhouse* sendiri menggunakan tenda yang masing-masing berukuran 2,5 x 2,5 m untuk setiap kegiatan ekstra. Jadi bisa dikatakan sudah memenuhi standar dalam mengadakan pameran.

Praktisi humas harus dapat memberikan penilaian kepada manajemen mengenai media

⁴²*Ibid*, 23

Pengelolaan Program *Open House*

apa yang paling tepat untuk menyampaikan pesan atau mempromosikan suatu produk (barang dan jasa).⁴³ Disini panitia benar-benar melaksanakan pekerjaannya dengan baik yaitu mempromosikan sekolah melalui media-media yang dikolaborasikan mulai dari brosur sampai penampilan-penampilan. Hal ini sangat efektif dilaksanakan oleh sekolah untuk promosi.

3. Pengendalian

Pengendalian adalah proses pemantauan, penilaian, dan pelaporan rencana atas pencapaian tujuan yang telah ditetapkan untuk tindakan korektif guna penyempurnaan lebih lanjut.⁴⁴ Ruang lingkup pengendalian meliputi: pemantauan, penilaian, dan pelaporan. Proses penilaian sendiri setiap panitia mengutarakan pendapat mereka terkait hal yang kurang sesuai dengan perencanaan awal. Hasilnya semua sesuai dengan rencana awal hanya beberapa yang tidak diperkirakan terjadi. Panitia melakukan evaluasi pada akhir pertemuan yang digunakan untuk mengukur kesuksesan kegiatan. Penilaian juga dapat dilakukan oleh pengunjung atau dari peserta *open house* dalam bentuk kuisisioner atau wawancara langsung kepada pengunjung maupun petugas jaga atau para penanggung jawab stand. Tujuan utama dari evaluasi setiap *open house* adalah menganalisis masukan-masukan dari berbagai pihak untuk perbaikan *open house* berikutnya.⁴⁵ Kekurangan

⁴³Morissan, *Manajemen Public relation* (Jakarta: Kencana, 2010), 210

⁴⁴Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, (Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara, 2009), 503

⁴⁵Lidia Evelina, *Event Organizer Pameran* (Jakarta: Indeks, 2005), 99-101.

panitia dalam pengendalian adalah penilaiannya dilakukan secara internal yang hanya diperkirakan oleh panitia. Seharusnya panitia melakukan juga dengan eksternal yaitu dengan cara membagi kuisioner kepada peserta *open house* terkait kegiatan yang telah dibuat.

Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian peneliti akan memaparkan hasil kesimpulan dari pemaparan dan analisis diatas:

1. Perencanaan program open house yang dilaksanakan oleh SMP Muhammadiyah 11 meliputi perencanaan tujuan dan tema, perencanaan tempat, perencanaan waktu, perencanaan pembagian kerja panitia, perencanaan anggaran, perencanaan sponsorship, perencanaan promosi dan perencanaan kegiatan (partisipatif). Perencanaan program open house sudah baik karena panitia mengadakan beberapa kali rapat setiap minggunya dan dimulai dari awal bulan Januari.
2. Pelaksanaan program open house dilaksanakan pada tanggal 12 Maret 2017 bertempat di Jalan Dupak Bangunsari No. 50-54 Surabaya (lingkungan SMP Muhammadiyah 11 Surabaya). Pelaksanaannya dirangkai dengan berbagai kegiatan yaitu tryout, seminar motivasi, pentas seni, dan pameran. Dari keseluruhan pelaksanaan program open house sudah bagus karena sesuai dengan rencana awal dan ada kendala akantetapi tidak terlalu parah.
Pengendalian yang dilakukan oleh panitia *open house* meliputi tiga hal yaitu pemantauan, penilaian, dan pelaporan. Panitia sudah memantau dan menilaikegiatan tersebut dengan dasar perencanaan

Pengelolaan Program *Open House*

yang sudah dirapatkan. Disini peneliti menemukan kelemahan dari penilaian dari panitia yaitu panitia hanya menilai dari sisi internal dan tidak eksternal.

3. Kendala-kendala yang dialami panitia dalam program open house adalah sebagai berikut:
 - a. Perubahan jadwal ujian kenaikan kelas dari dinas.
 - b. Sulit untuk mengatur peserta tryout.
 - c. bau sampah tidak sedap.

Saran

Berdasarkan penelitian dan kesimpulan tersebut maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Dokumen dan dokumentasi kurang lengkap sehingga peneliti kesulitan dalam menggunakan teknik triangulasi. Panitia sebaiknya mendokumentasikan hasil rapat mulai dari perencanaan sampai akhir evaluasi agar panitia mempunyai pedoman dalam pelaksanaan pada waktu tersebut maupun untuk tahun-tahun selanjutnya.
2. Dalam penilaian tidak mengikutsertakan eksternal. Saran dari peneliti sebaiknya evaluasi bisa dilakukan dengan cara menyebarkan *esai* untuk peserta agar kritik saran tertampung lebih banyak untuk program *open house* bisa lebih baik ditahun depan.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Muhammad. *Penelitian Kependidikan:Prosedur dan Strategi*. Bandung:Angkasa, 1987.

Dokumen Laporan Pertanggung Jawaban

Evelina, Lidia. *Event Organizer Pameran*. Jakarta: Indeks, 2005.

Dimas Syafa', Syahrul Faizin

Handoko, Hani. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia (Edisi 2.)* Yogyakarta: BPFE UGM, 2001.

Mahmudi. *Administrasi Pendidikan*. Surabaya : Lembaga Kajian dan Pengembangan Masyarakat, 1992.

Morissan. *Manajemen Public relation*. Jakarta: Kencana, 2010.

Mulyono. *Manajemen Administrasi dan Pendidikan*. Yogyakarta: Arruz media, 2008.

Siagian, Sondang P. *Fungsi-fungsi Manajerial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.

Siswanto, H.B. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Suryosubroto, B. *Manajemen Pendidikan Disekolah*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.

Usman Husaini, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*. Jakarta Timur: PT. Bumi Aksara, 2009