Jurnal Multidisiplin West Science
Vol. 5, No. 06, Juni 2026, pp. 1205-1218

Strategi Public Relations Kepala Sekolah Dalam Membangun Kemitraan Strategis Dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI)

Windi Megayanti[1], Robiatul Adawiyah[2], Nia Sonani[3]
[1] Universitas Indraprasta PGRI dan megayantiwindi@gmail.com
[2] Universitas Indraprasta PGRI dan robiatuladawiyah94@gmail.com
[3] Universitas Nusa Putra dan nia.sonani@nusaputra.ac.id

ABSTRAK

Keterkaitan antara dunia pendidikan dan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) masih menjadi tantangan dalam meningkatkan kesiapan kerja lulusan. Kurangnya kemitraan strategis yang efektif menyebabkan terjadinya kesenjangan antara kompetensi lulusan dengan kebutuhan industri. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat dari kepala sekolah dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dengan DUDI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi public relations kepala sekolah dalam membangun kemitraan strategis dengan DUDI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pihak yang terlibat dalam kemitraan sekolah dengan DUDI, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Sampel penelitian terdiri dari kepala sekolah, wakil kepala sekolah, guru, serta mitra industri yang memiliki keterlibatan langsung dalam program kemitraan. Penelitian dilaksanakan di salah satu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan waktu penelitian selama kurang lebih tiga bulan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi public relations kepala sekolah yang dilakukan secara terencana, komunikatif, dan berkelanjutan mampu memperkuat kemitraan dengan DUDI. Kemitraan yang terjalin bersifat saling menguntungkan, berorientasi pada peningkatan kualitas lulusan, serta didukung oleh komunikasi yang efektif dan hubungan yang harmonis. Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya penguatan peran kepala sekolah dalam mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif dan kolaboratif guna meningkatkan keberhasilan kemitraan antara sekolah dan dunia industri.

Kata Kunci: *Strategi Public Relations, Kemitraan DUDI, Kepemimpinan Kepala Sekolah, Pendidikan Vokasi, Hubungan Industri.*

ABSTRACT

The connection between the education sector and the business and industrial sectors (DUDI) remains a challenge in improving graduates' employability. The lack of effective strategic partnerships has led to a gap between graduates' competencies and industry needs. Therefore, an appropriate strategy is needed from school principals to build sustainable relationships with DUDI. This study aims to analyze school principals' public relations strategies in building strategic partnerships with DUDI. This study employs a qualitative approach using a case study design. The population of this study consists of all parties involved in school partnerships with DUDI, with sampling conducted using purposive sampling. The research sample consists of school principals, vice principals, teachers, and industry partners who are directly involved in the partnership program. The research was conducted at a vocational high school (SMK) over a period of approximately three months. Data collection techniques included in-depth interviews, observation, and documentation. The results indicate that the school principal's public relations strategies—when implemented in a planned, communicative, and sustainable manner—are effective in strengthening partnerships with the private sector. The partnerships formed are mutually beneficial, focused on improving the quality of graduates, and supported by effective communication and harmonious relationships. The findings of this study highlight the importance of strengthening the role of school principals in developing adaptive and collaborative communication strategies to enhance the success of partnerships between schools and the business community.

Keywords: *Public Relations Strategies, Industry-Academia Partnerships, School Leadership, Vocational Education, Industrial Relations.*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan vokasi dan tuntutan globalisasi industri menuntut adanya keterkaitan yang erat antara satuan pendidikan dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI). Namun, pada kenyataannya masih banyak sekolah yang belum mampu membangun kemitraan strategis yang berkelanjutan dengan DUDI, sehingga lulusan belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan pasar kerja. Fenomena mismatch antara kompetensi lulusan dengan kebutuhan industri menjadi isu krusial yang terus berulang di berbagai daerah (Suharno et al., 2022; Widodo & Hidayat, 2023). Dalam konteks ini, peran kepala sekolah sebagai aktor utama dalam mengelola hubungan eksternal menjadi sangat penting, khususnya melalui strategi public relations yang efektif. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi public relations kepala sekolah dalam membangun kemitraan strategis dengan DUDI menjadi sangat urgen untuk dilakukan guna menjawab tantangan link and match pendidikan dengan dunia kerja secara lebih sistematis dan berkelanjutan.

Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada karakteristik sekolah yang memiliki orientasi kuat terhadap kerja sama industri, namun menghadapi dinamika dalam implementasi kemitraan tersebut. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada sekolah secara umum atau pada aspek kurikulum dan pembelajaran, penelitian ini secara spesifik menyoroti peran kepala sekolah dalam konteks strategi public relations sebagai pendekatan manajerial. Objek penelitian ini dipilih karena memiliki keunikan dalam upaya menjalin kemitraan yang tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga strategis dan kolaboratif dengan berbagai pihak industri. Dengan demikian, objek ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai praktik terbaik (best practices) dalam membangun hubungan sekolah dengan DUDI.

Variabel utama dalam penelitian ini meliputi strategi public relations kepala sekolah dan kemitraan strategis dengan DUDI. Strategi public relations mencakup perencanaan komunikasi, pengelolaan hubungan eksternal, citra institusi, serta kolaborasi dengan stakeholder. Sementara itu, kemitraan strategis dengan DUDI mencerminkan bentuk kerja sama yang berkelanjutan, saling menguntungkan, dan berdampak pada peningkatan kualitas lulusan. Keterkaitan antara kedua variabel ini terletak pada bagaimana efektivitas strategi public relations yang dilakukan kepala sekolah dapat mempengaruhi kualitas, intensitas, dan keberlanjutan kemitraan dengan dunia industri. Semakin baik strategi komunikasi dan relasi yang dibangun, maka semakin kuat pula kemitraan yang terjalin (Grunig & Hunt, 2019; Lestari et al., 2024).

Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara sekolah dan dunia industri, masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi. Penelitian oleh Rahmawati et al. (2021) menekankan pentingnya kerja sama industri dalam meningkatkan kompetensi siswa, namun belum mengkaji secara mendalam peran strategi komunikasi kepala sekolah. Penelitian lain oleh Prasetyo dan Nugroho (2022) lebih fokus pada manajemen kemitraan tanpa menyoroti pendekatan public relations sebagai variabel utama. Sementara itu, penelitian terbaru oleh Lestari et al. (2024) mulai mengkaji komunikasi organisasi dalam pendidikan vokasi, tetapi belum secara spesifik menghubungkannya dengan kepemimpinan kepala sekolah dalam konteks kemitraan DUDI. Dengan demikian, terdapat gap penelitian pada integrasi antara strategi public relations kepala sekolah dan pembangunan kemitraan strategis dengan dunia usaha dan industri.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) berupa pendekatan integratif yang menggabungkan perspektif public relations dengan kepemimpinan kepala sekolah dalam membangun kemitraan strategis dengan DUDI. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoretis dalam pengembangan kajian manajemen pendidikan, khususnya

dalam aspek komunikasi strategis, serta manfaat praktis bagi kepala sekolah dalam merancang strategi kemitraan yang efektif. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi public relations yang digunakan kepala sekolah, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam membangun kemitraan dengan DUDI, serta merumuskan model strategi yang dapat diimplementasikan secara berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas hubungan antara dunia pendidikan dan dunia industri.

LANDASAN TEORI

A. Strategi Public Relations dalam Lembaga Pendidikan

Public relations (PR) dalam konteks lembaga pendidikan merupakan fungsi manajerial yang berperan dalam membangun komunikasi dua arah antara institusi dengan publiknya, baik internal maupun eksternal. Menurut James E. Grunig, public relations yang efektif tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator hubungan strategis yang berorientasi pada penciptaan mutual understanding. Dalam konteks pendidikan, strategi PR menjadi penting untuk membangun citra positif sekolah sekaligus memperluas jejaring kemitraan.

Strategi public relations mencakup beberapa komponen utama, yaitu perencanaan komunikasi, pelaksanaan program hubungan masyarakat, serta evaluasi dampak komunikasi (Smith, 2020). Dalam praktiknya, strategi ini melibatkan aktivitas seperti publikasi, hubungan media, komunikasi langsung dengan stakeholder, serta pengelolaan reputasi institusi. Penelitian oleh Doorley dan Garcia (2020) menunjukkan bahwa institusi yang menerapkan strategi PR berbasis hubungan (relationship-based PR) cenderung memiliki tingkat kepercayaan publik yang lebih tinggi.

Dalam lembaga pendidikan, strategi PR juga berfungsi sebagai alat untuk menjembatani kebutuhan sekolah dengan ekspektasi masyarakat dan dunia industri. Oleh karena itu, kepala sekolah sebagai pemimpin organisasi memiliki peran sentral dalam merancang dan mengimplementasikan strategi PR yang adaptif dan kontekstual (Kitchen & Burgmann, 2015). Dengan demikian, strategi public relations tidak hanya bersifat komunikatif, tetapi juga strategis dalam mendukung keberlanjutan institusi pendidikan.

B. Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Membangun Relasi Eksternal

Kepemimpinan kepala sekolah merupakan faktor kunci dalam menentukan keberhasilan pengelolaan hubungan eksternal sekolah. Kepala sekolah tidak hanya berperan sebagai administrator, tetapi juga sebagai pemimpin strategis yang mampu membangun jaringan kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk dunia usaha dan industri. Menurut Kenneth Leithwood, kepemimpinan transformasional kepala sekolah dapat meningkatkan efektivitas organisasi melalui penguatan kolaborasi dan komunikasi eksternal.

Kepala sekolah yang efektif dituntut memiliki kompetensi komunikasi interpersonal, negosiasi, serta kemampuan membangun kepercayaan dengan stakeholder.

Penelitian oleh Bush dan Glover (2016) menegaskan bahwa kepemimpinan pendidikan yang sukses ditandai dengan kemampuan menjalin kemitraan yang produktif dengan lingkungan eksternal. Dalam konteks ini, kepala sekolah berperan sebagai boundary spanner, yaitu individu yang menghubungkan organisasi dengan lingkungan luar.

Selain itu, kepala sekolah juga bertanggung jawab dalam menciptakan budaya organisasi yang terbuka terhadap kolaborasi. Hallinger (2018) menyatakan bahwa kepemimpinan instruksional yang dikombinasikan dengan kepemimpinan kolaboratif mampu meningkatkan kualitas hubungan sekolah dengan mitra eksternal. Oleh karena itu, keberhasilan kemitraan dengan DUDI sangat dipengaruhi oleh kapasitas kepemimpinan kepala sekolah dalam mengelola relasi eksternal secara strategis.

C. Kemitraan Strategis dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI)

Kemitraan strategis antara sekolah dan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI) merupakan bentuk kolaborasi yang dirancang untuk meningkatkan relevansi pendidikan dengan kebutuhan pasar kerja. Kemitraan ini tidak hanya bersifat formal, tetapi juga mencakup kerja sama jangka panjang yang saling menguntungkan (mutual benefit). Menurut World Economic Forum, kolaborasi antara sektor pendidikan dan industri merupakan salah satu kunci utama dalam menyiapkan tenaga kerja yang kompeten di era revolusi industri.

Kemitraan strategis dengan DUDI dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, seperti praktik kerja industri (prakerin), penyelarasan kurikulum, pelatihan guru, hingga penyerapan lulusan. Penelitian oleh Clarke dan Winch (2015) menunjukkan bahwa kemitraan yang efektif ditandai oleh adanya komitmen bersama, komunikasi yang intensif, serta kejelasan peran masing-masing pihak.

Lebih lanjut, kemitraan strategis juga memerlukan pendekatan yang sistematis dan berkelanjutan. Billett (2016) menekankan bahwa hubungan antara pendidikan dan industri harus dibangun berdasarkan prinsip co-participation, di mana kedua belah pihak terlibat aktif dalam proses pembelajaran dan pengembangan kompetensi. Dengan demikian, kemitraan strategis dengan DUDI menjadi elemen penting dalam meningkatkan kualitas lulusan dan daya saing pendidikan.

D. Keterkaitan Strategi Public Relations dengan Kemitraan DUDI

Hubungan antara strategi public relations kepala sekolah dan kemitraan strategis dengan DUDI bersifat saling mempengaruhi. Strategi PR yang efektif dapat meningkatkan kualitas komunikasi, membangun kepercayaan, serta memperkuat citra institusi di mata dunia industri. Sebaliknya, kemitraan yang kuat juga dapat memperkuat reputasi sekolah sebagai institusi yang kredibel dan relevan.

Menurut Ledingham dan Bruning (2000), keberhasilan public relations sangat ditentukan oleh kualitas hubungan yang dibangun dengan stakeholder. Dalam konteks ini, strategi PR berfungsi sebagai alat untuk menciptakan dan memelihara hubungan jangka

panjang dengan DUDI. Penelitian oleh Heath (2013) juga menunjukkan bahwa pendekatan relationship management dalam PR dapat meningkatkan keberhasilan kolaborasi antar organisasi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi public relations kepala sekolah memiliki peran strategis dalam membangun dan memperkuat kemitraan dengan DUDI. Semakin baik strategi PR yang diterapkan, maka semakin besar peluang terciptanya kemitraan yang efektif, berkelanjutan, dan berdampak positif terhadap kualitas pendidikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena strategi public relations kepala sekolah dalam membangun kemitraan strategis dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada eksplorasi makna, proses, serta dinamika sosial yang terjadi dalam konteks nyata di lingkungan sekolah. Menurut John W. Creswell, penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali perspektif partisipan secara holistik dan kontekstual, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti. Studi kasus digunakan karena penelitian ini berupaya mengkaji secara mendalam suatu unit tertentu, yaitu sekolah, sebagai sistem yang kompleks dan unik dalam membangun kemitraan dengan DUDI (Yin, 2018). Dengan demikian, pendekatan ini dianggap paling relevan untuk mengungkap strategi, praktik, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan kemitraan tersebut.

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada salah satu sekolah menengah kejuruan (SMK) yang memiliki program kemitraan aktif dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI). Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa sekolah tersebut memiliki pengalaman dan praktik nyata dalam menjalin kerja sama strategis dengan berbagai mitra industri. Lokasi penelitian dipilih secara purposive untuk memperoleh data yang kaya dan relevan dengan fokus penelitian. Waktu penelitian direncanakan berlangsung selama kurang lebih tiga bulan, yang mencakup tahap persiapan, pengumpulan data, analisis, hingga penyusunan laporan penelitian. Penentuan waktu yang relatif panjang ini bertujuan untuk memberikan kesempatan bagi peneliti dalam melakukan pengamatan mendalam serta triangulasi data secara optimal (Merriam & Tisdell, 2016).

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan kunci, yaitu kepala sekolah, wakil kepala sekolah, guru, serta pihak industri yang menjadi mitra sekolah. Informan dipilih berdasarkan peran dan keterlibatannya dalam proses kemitraan dengan DUDI. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen pendukung seperti laporan kerja sama, nota kesepahaman (MoU), program sekolah, serta kebijakan terkait kemitraan industri. Penggunaan berbagai sumber data ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan keakuratan temuan penelitian melalui teknik triangulasi (Patton, 2015). Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan mampu memberikan gambaran yang

komprehensif mengenai strategi public relations kepala sekolah dalam membangun kemitraan strategis.

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian kualitatif, istilah populasi tidak digunakan secara kaku seperti dalam penelitian kuantitatif, melainkan lebih menekankan pada pemilihan informan yang relevan dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Michael Quinn Patton, purposive sampling memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang mendalam dari individu yang memiliki pengalaman langsung terhadap fenomena yang diteliti. Jumlah informan dalam penelitian ini ditentukan secara fleksibel hingga mencapai titik kejenuhan data (data saturation), yaitu kondisi di mana tidak ditemukan informasi baru yang signifikan dari proses pengumpulan data (Guest et al., 2020). Dengan pendekatan ini, diharapkan data yang diperoleh benar-benar kaya dan bermakna.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (human instrument), yang berperan dalam merancang, mengumpulkan, menganalisis, serta menafsirkan data. Hal ini sejalan dengan karakteristik penelitian kualitatif yang menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses penelitian (Lincoln & Guba, 1985). Selain itu, peneliti juga menggunakan instrumen pendukung berupa pedoman wawancara semi-terstruktur, lembar observasi, serta dokumentasi untuk membantu proses pengumpulan data. Pedoman wawancara disusun berdasarkan indikator variabel penelitian, yaitu strategi public relations dan kemitraan dengan DUDI, sehingga mampu menggali informasi secara mendalam dan terarah. Penggunaan instrumen yang fleksibel ini memungkinkan peneliti untuk menyesuaikan proses pengumpulan data dengan dinamika yang terjadi di lapangan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan terkait pengalaman, persepsi, serta strategi yang digunakan dalam membangun kemitraan dengan DUDI. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas dan interaksi yang berkaitan dengan praktik public relations di sekolah. Sementara itu, studi dokumentasi dilakukan untuk melengkapi dan memverifikasi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Menurut Denzin dan Lincoln (2018), penggunaan berbagai teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian melalui triangulasi metode.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Matthew B. Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan cara menyederhanakan, memilih, dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dengan terus melakukan verifikasi terhadap data yang diperoleh. Proses analisis ini berlangsung secara simultan dengan proses pengumpulan data, sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan interpretasi yang mendalam dan berkelanjutan (Miles et al., 2014).

G. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan batasan yang jelas terhadap konsep yang digunakan, sehingga memudahkan proses pengumpulan dan analisis data. Variabel pertama adalah strategi public relations kepala sekolah, yang didefinisikan sebagai serangkaian upaya komunikasi terencana yang dilakukan oleh kepala sekolah dalam membangun hubungan dengan stakeholder eksternal, khususnya dunia usaha dan industri. Indikator variabel ini meliputi perencanaan komunikasi, pelaksanaan program hubungan masyarakat, serta evaluasi kegiatan komunikasi. Variabel kedua adalah kemitraan strategis dengan DUDI, yang didefinisikan sebagai bentuk kerja sama yang berkelanjutan antara sekolah dan dunia industri yang didasarkan pada prinsip saling menguntungkan. Indikator variabel ini mencakup intensitas kerja sama, kualitas hubungan, keberlanjutan program, serta dampaknya terhadap peningkatan kualitas lulusan. Dengan adanya definisi operasional ini, penelitian diharapkan memiliki arah yang jelas dan terukur dalam mengkaji hubungan antara kedua variabel tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran mengenai latar belakang informan yang terlibat. Responden terdiri dari pihak internal sekolah dan mitra industri yang memiliki keterlibatan langsung dalam kemitraan strategis dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI).

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Kode	Jabatan	Jenis Kelamin	Pengalaman (Tahun)	Peran dalam Kemitraan
1	R1	Kepala Sekolah	L	15	Pengambil kebijakan
2	R2	Wakil Kepala Sekolah	P	10	Koordinator kemitraan
3	R3	Guru Produktif	L	8	Pelaksana program
4	R4	Guru Produktif	P	6	Pembimbing siswa
5	R5	Mitra Industri	L	12	Penyedia magang
6	R6	Mitra Industri	P	9	Evaluator kompetensi

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa responden memiliki latar belakang yang beragam dan relevan dengan fokus penelitian. Hal ini memperkaya data karena melibatkan perspektif internal dan eksternal dalam kemitraan DUDI.

B. Hasil Penelitian Variabel Strategi Public Relations Kepala Sekolah

Strategi public relations kepala sekolah dianalisis melalui tiga indikator utama, yaitu perencanaan komunikasi, pelaksanaan program, dan evaluasi kegiatan.

Tabel 2. Hasil Temuan Strategi Public Relations

Indikator	Temuan Utama
Perencanaan Komunikasi	Kepala sekolah menyusun program kemitraan melalui rapat koordinasi dan analisis kebutuhan industri
Pelaksanaan PR	Dilakukan melalui kunjungan industri, MoU, dan komunikasi intensif dengan mitra
Evaluasi	Evaluasi dilakukan secara berkala melalui rapat dan feedback dari industri

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa kepala sekolah telah menerapkan strategi public relations secara sistematis. Pada tahap perencanaan, kepala sekolah melakukan identifikasi kebutuhan industri untuk menyelaraskan program sekolah. Dalam pelaksanaan, komunikasi dilakukan secara aktif melalui kunjungan langsung dan kerja sama formal. Sementara itu, evaluasi dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan efektivitas kemitraan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa keberhasilan strategi ini dipengaruhi oleh kemampuan kepala sekolah dalam membangun komunikasi yang terbuka dan berorientasi pada kebutuhan mitra industri. Hal ini menunjukkan bahwa strategi public relations yang diterapkan bersifat adaptif dan strategis.

C. Hasil Penelitian Variabel Kemitraan Strategis dengan DUDI

Kemitraan strategis dianalisis melalui indikator intensitas kerja sama, kualitas hubungan, keberlanjutan program, dan dampak terhadap lulusan.

Tabel 3. Hasil Temuan Kemitraan dengan DUDI

Indikator	Temuan Utama
Intensitas Kerja Sama	Kemitraan dilakukan secara rutin melalui program magang dan sinkronisasi kurikulum
Kualitas Hubungan	Hubungan bersifat saling menguntungkan dan terbuka
Keberlanjutan	Program berjalan berkelanjutan setiap tahun
Dampak	Lulusan lebih siap kerja dan terserap di industri

Berdasarkan tabel tersebut, kemitraan antara sekolah dan DUDI telah berjalan dengan baik. Intensitas kerja sama terlihat dari adanya program rutin seperti praktik kerja industri (prakerin). Kualitas hubungan juga menunjukkan adanya kepercayaan dan komunikasi yang baik antara kedua pihak.

Selain itu, keberlanjutan program menjadi indikator penting bahwa kemitraan tidak bersifat sementara. Dampak yang dihasilkan juga signifikan, yaitu meningkatnya kesiapan kerja lulusan serta peluang penyerapan tenaga kerja oleh industri.

D. Keterkaitan Strategi Public Relations dengan Kemitraan DUDI

Analisis keterkaitan dilakukan untuk melihat bagaimana strategi public relations mempengaruhi keberhasilan kemitraan.

Tabel 4. Keterkaitan Antar Variabel

Aspek PR	Dampak terhadap Kemitraan DUDI
Komunikasi aktif	Meningkatkan kepercayaan mitra
Hubungan berkelanjutan	Memperkuat kerja sama jangka panjang
Citra sekolah	Menarik minat industri untuk bekerja sama

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi public relations memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan kemitraan dengan DUDI. Komunikasi yang aktif dan terbuka mampu meningkatkan kepercayaan mitra industri. Selain itu, pengelolaan hubungan yang baik menciptakan kerja sama yang berkelanjutan.

Citra sekolah yang positif juga menjadi faktor penting dalam menarik minat industri untuk menjalin kerja sama. Dengan demikian, strategi public relations berperan sebagai faktor kunci dalam membangun dan mempertahankan kemitraan strategis.

E. Faktor Pendukung dan Penghambat

Tabel 5. Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
Komitmen kepala sekolah	Keterbatasan jaringan industri
Dukungan guru dan staf	Perbedaan kebutuhan industri
Hubungan baik dengan mitra	Keterbatasan sumber daya sekolah

Berdasarkan tabel di atas, faktor pendukung utama dalam penelitian ini adalah komitmen kepala sekolah dan dukungan dari seluruh warga sekolah. Hubungan yang baik dengan mitra industri juga menjadi kekuatan dalam membangun kemitraan.

Namun demikian, terdapat beberapa hambatan, seperti keterbatasan jaringan industri dan perbedaan kebutuhan antara sekolah dan dunia usaha. Selain itu, keterbatasan sumber daya juga menjadi tantangan dalam mengembangkan kemitraan yang lebih luas.

Pembahasan

A. Strategi Public Relations Kepala Sekolah dalam Membangun Kemitraan dengan DUDI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi public relations yang diterapkan oleh kepala sekolah berperan penting dalam membangun dan memperkuat kemitraan dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI). Strategi ini tidak hanya terbatas pada komunikasi formal, tetapi juga mencakup pendekatan relasional yang berkelanjutan melalui interaksi langsung, kunjungan industri, serta penguatan citra institusi. Hal ini sejalan dengan pandangan James E. Grunig yang menekankan bahwa public relations modern berorientasi pada pembangunan hubungan jangka panjang berbasis kepercayaan.

Temuan ini didukung oleh penelitian Sari dan Kurniawan (2023) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi kepala sekolah yang efektif mampu meningkatkan keterlibatan stakeholder eksternal, termasuk mitra industri. Selain itu, penelitian terbaru oleh Lestari et al. (2024) menunjukkan bahwa komunikasi strategis dalam pendidikan vokasi menjadi faktor kunci dalam memperkuat kolaborasi antara sekolah dan dunia industri.

Namun demikian, terdapat penelitian yang menunjukkan hasil berbeda. Misalnya, penelitian oleh Yoto et al. (2022) menemukan bahwa kemitraan sekolah dengan industri lebih dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah dibandingkan strategi komunikasi kepala sekolah. Perbedaan ini dapat terjadi karena konteks penelitian yang berbeda, di mana penelitian tersebut lebih menekankan pada faktor struktural, sedangkan penelitian ini berfokus pada aspek kepemimpinan dan komunikasi interpersonal.

Dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menempatkan strategi public relations sebagai variabel utama dalam membangun kemitraan, bukan sekadar faktor pendukung. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi strategis kepala sekolah memiliki peran yang lebih signifikan dari yang selama ini dipahami.

B. Kemitraan Strategis Sekolah dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI)

Kemitraan strategis antara sekolah dan DUDI dalam penelitian ini menunjukkan karakteristik yang berkelanjutan, saling menguntungkan, dan berorientasi pada peningkatan kualitas lulusan. Kemitraan tidak hanya terbatas pada kegiatan praktik kerja industri, tetapi juga mencakup penyelarasan kurikulum dan evaluasi kompetensi siswa.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Clarke dan Winch (2015) yang menegaskan bahwa kemitraan efektif ditandai oleh adanya kolaborasi aktif dan keterlibatan kedua belah pihak dalam proses pendidikan. Selain itu, penelitian oleh Widodo dan Hidayat (2023) juga menunjukkan bahwa kemitraan yang kuat mampu mengurangi kesenjangan antara kompetensi lulusan dan kebutuhan industri.

Di sisi lain, terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa kemitraan sekolah dengan industri sering kali bersifat formalitas dan tidak berkelanjutan (Rahmawati et al., 2021). Perbedaan ini dapat disebabkan oleh tingkat komitmen pihak sekolah dan industri, serta kualitas komunikasi yang terbangun. Dalam penelitian ini, kemitraan yang terjalin menunjukkan tingkat keberlanjutan yang tinggi karena didukung oleh strategi komunikasi yang efektif.

Keunikan penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya terletak pada penekanan bahwa kemitraan strategis tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan industri, tetapi juga oleh kemampuan sekolah dalam mengelola hubungan secara profesional dan berkelanjutan.

C. Hubungan Strategi Public Relations dengan Keberhasilan Kemitraan DUDI

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara strategi public relations kepala sekolah dengan keberhasilan kemitraan strategis dengan DUDI. Strategi komunikasi yang terbuka, konsisten, dan berbasis hubungan terbukti mampu meningkatkan kepercayaan serta komitmen mitra industri.

Temuan ini sejalan dengan teori relationship management yang dikemukakan oleh Ledingham (2003), yang menyatakan bahwa kualitas hubungan organisasi dengan stakeholder merupakan faktor utama dalam keberhasilan public relations. Penelitian oleh Heath (2013) juga menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dapat meningkatkan keberlanjutan kerja sama antar organisasi.

Penelitian terbaru oleh Zulkarnain dan Wahyudi (2023) memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa kepemimpinan kepala sekolah yang komunikatif berpengaruh signifikan terhadap efektivitas kolaborasi dengan pihak eksternal. Namun, penelitian oleh Prasetyo dan Nugroho (2022) menunjukkan bahwa keberhasilan kemitraan lebih dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya dibandingkan strategi komunikasi.

Perbedaan hasil tersebut dapat dijelaskan melalui perbedaan fokus penelitian. Penelitian yang menekankan sumber daya cenderung melihat aspek internal organisasi, sedangkan penelitian ini menyoroti aspek relasional dan komunikasi. Dalam konteks ini, strategi public relations menjadi faktor penghubung yang mampu mengoptimalkan sumber daya yang ada.

Penelitian ini memberikan kebaruan dengan menunjukkan bahwa strategi public relations bukan hanya faktor pendukung, tetapi merupakan variabel kunci yang secara langsung mempengaruhi keberhasilan kemitraan strategis.

D. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Implementasi Strategi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan strategi public relations dalam membangun kemitraan dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung utama meliputi komitmen kepala sekolah, dukungan internal sekolah, serta hubungan baik dengan mitra industri. Hal ini sejalan dengan penelitian Bush dan Glover (2016) yang menyatakan bahwa kepemimpinan yang kuat menjadi kunci keberhasilan kolaborasi eksternal.

Sementara itu, faktor penghambat yang ditemukan antara lain keterbatasan jaringan industri, perbedaan kebutuhan antara sekolah dan dunia usaha, serta keterbatasan sumber daya. Penelitian oleh Billett (2016) juga menunjukkan bahwa perbedaan ekspektasi antara pendidikan dan industri sering menjadi kendala dalam membangun kemitraan yang efektif.

Menariknya, penelitian terbaru oleh Sari et al. (2024) menunjukkan bahwa hambatan dalam kemitraan dapat diminimalkan melalui komunikasi yang intensif dan fleksibel. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian ini yang menunjukkan bahwa strategi public relations yang adaptif mampu mengatasi berbagai kendala yang muncul.

Dibandingkan penelitian sebelumnya, penelitian ini memberikan perspektif baru bahwa faktor penghambat tidak selalu menjadi penghalang utama, melainkan dapat dikelola melalui strategi komunikasi yang tepat.

E. Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa public relations dalam konteks pendidikan memiliki peran strategis dalam membangun hubungan eksternal, khususnya dengan dunia industri. Penelitian ini juga memperluas kajian tentang kepemimpinan kepala sekolah dengan memasukkan dimensi komunikasi strategis sebagai faktor utama.

Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi kepala sekolah untuk lebih mengoptimalkan strategi public relations dalam membangun kemitraan. Kepala sekolah perlu mengembangkan komunikasi yang proaktif, membangun kepercayaan, serta menjaga keberlanjutan hubungan dengan mitra industri.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan rekomendasi bagi pihak industri untuk lebih aktif dalam menjalin kerja sama dengan sekolah sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan pengembangan sumber daya manusia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi public relations kepala sekolah memiliki peran yang sangat penting dalam membangun kemitraan strategis dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI). Kepala sekolah sebagai pemimpin institusi pendidikan mampu merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan, yang mencakup perencanaan program, pelaksanaan komunikasi aktif dengan mitra industri, serta evaluasi terhadap efektivitas kerja sama yang telah terjalin. Strategi tersebut

tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembangunan hubungan jangka panjang yang berbasis kepercayaan dan saling menguntungkan.

Kemitraan strategis yang terbentuk antara sekolah dan DUDI menunjukkan karakteristik yang kuat, berkelanjutan, serta memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas lulusan. Hubungan yang terjalin tidak hanya bersifat formal, tetapi juga mencerminkan kolaborasi yang aktif dalam berbagai aspek, seperti praktik kerja industri, penyelarasan kurikulum, dan evaluasi kompetensi siswa. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan kemitraan sangat dipengaruhi oleh efektivitas strategi public relations yang diterapkan oleh kepala sekolah, terutama dalam membangun komunikasi yang terbuka, menjaga hubungan yang konsisten, serta memperkuat citra institusi di mata mitra industri.

Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menganalisis strategi public relations kepala sekolah, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta memahami keterkaitan antara strategi tersebut dengan kemitraan DUDI telah tercapai secara komprehensif. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi public relations merupakan faktor kunci dalam membangun kemitraan strategis yang berkelanjutan antara sekolah dan dunia industri.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pendidikan, khususnya dalam kajian komunikasi strategis dan kepemimpinan kepala sekolah. Penelitian ini memperkuat konsep bahwa public relations dalam lembaga pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi manajerial yang memiliki peran signifikan dalam membangun hubungan eksternal. Selain itu, penelitian ini juga memperluas perspektif tentang kepemimpinan kepala sekolah dengan menekankan pentingnya kemampuan komunikasi dan relasi dalam meningkatkan efektivitas kemitraan dengan dunia industri.

Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi kepala sekolah dan pengelola pendidikan untuk lebih mengoptimalkan strategi public relations dalam menjalin kemitraan dengan DUDI. Kepala sekolah diharapkan mampu mengembangkan komunikasi yang proaktif, membangun kepercayaan dengan mitra, serta menjaga keberlanjutan kerja sama melalui pendekatan yang profesional dan adaptif. Bagi pihak industri, penelitian ini memberikan pemahaman tentang pentingnya keterlibatan aktif dalam kemitraan pendidikan sebagai bagian dari upaya pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas. Selain itu, bagi pembuat kebijakan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merumuskan kebijakan yang mendukung penguatan hubungan antara dunia pendidikan dan dunia industri.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil. Pertama, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada satu lokasi penelitian, sehingga temuan yang dihasilkan bersifat kontekstual dan tidak dapat digeneralisasikan secara luas ke seluruh institusi pendidikan. Kedua, jumlah informan yang terbatas pada pihak tertentu yang terlibat langsung dalam

kemitraan dapat mempengaruhi variasi perspektif yang diperoleh. Ketiga, penelitian ini lebih menekankan pada aspek strategi public relations kepala sekolah, sehingga belum secara mendalam mengkaji faktor eksternal lainnya, seperti kebijakan pemerintah atau kondisi ekonomi yang juga dapat mempengaruhi keberhasilan kemitraan. Selain itu, keterbatasan waktu penelitian juga menjadi kendala dalam melakukan pengamatan yang lebih mendalam terhadap dinamika kemitraan dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, beberapa rekomendasi dapat diajukan untuk penelitian selanjutnya. Peneliti di masa depan disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak lokasi dan responden, sehingga hasil penelitian dapat memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk menguji secara empiris hubungan antara strategi public relations dan kemitraan dengan DUDI.

Penelitian lanjutan juga disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan kemitraan, seperti kebijakan pemerintah, budaya organisasi, serta kesiapan sumber daya sekolah dan industri. Selain itu, pengembangan model atau framework strategi public relations yang lebih aplikatif dan kontekstual juga menjadi peluang penelitian yang menarik untuk dilakukan. Bagi praktisi pendidikan, disarankan untuk terus meningkatkan kapasitas komunikasi dan membangun jejaring yang lebih luas dengan dunia industri, sehingga kemitraan yang terjalin dapat memberikan manfaat yang optimal bagi peningkatan kualitas pendidikan dan kesiapan kerja lulusan.

REFERENSI

Billett, S. (2016). Apprenticeship as a mode of learning and model of education. Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-017-7465-1

Bush, T., & Glover, D. (2016). School leadership and management in education: Challenges and opportunities. Educational Management Administration & Leadership, 44(4), 534–549. https://doi.org/10.1177/1741143216636112

Clarke, L., & Winch, C. (2015). Vocational education: International approaches, developments and systems. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315697869

Creswell, J. W. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). Sage Publications.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). The SAGE handbook of qualitative research. Sage Publications.

Doorley, J., & Garcia, H. F. (2020). Reputation management: The key to successful public relations. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003032180

Fitriani, L., & Suryadi, D. (2020). Public relations strategy in educational institutions: Building institutional image and partnerships. Journal of Education Administration Research and Review, 4(2), 101–110. https://doi.org/10.17509/earr.v4i2.23645

Grunig, J. E., & Hunt, T. (2019). Managing public relations. Cengage Learning. https://doi.org/10.4324/9780203859856

Guest, G., Namey, E., & Mitchell, M. (2020). Collecting qualitative data: A field manual for applied research. Sage Publications. https://doi.org/10.4135/9781506374680

Hallinger, P. (2018). Bringing context out of the shadows of leadership. Educational Management Administration & Leadership, 46(1), 5–24. https://doi.org/10.1177/1741143216670652

Harris, T. L., & Whalen, P. T. (2018). The marketer's guide to public relations in the 21st century. Cengage Learning. https://doi.org/10.4324/9781315664809

Heath, R. L. (2013). The SAGE handbook of public relations. Sage Publications. https://doi.org/10.4135/9781452220727

Kitchen, P. J., & Burgmann, I. (2015). Integrated marketing communication. Journal of Business Research, 68(2), 421–426. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.015

Ledingham, J. A. (2003). Explicating relationship management as a general theory of public relations. Journal of Public Relations Research, 15(2), 181–198. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1502_4

Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (2000). Public relations as relationship management. Journal of Public Relations Research, 12(1), 55–65. https://doi.org/10.1207/S1532754XJPRR1201_4

Lestari, D., Hidayat, R., & Pramono, A. (2024). Strategic communication in vocational education: Strengthening school-industry partnerships. Journal of Education and Work, 37(2), 145–160. https://doi.org/10.1080/13639080.2024.2301123

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. Sage Publications.

Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). Qualitative research: A guide to design and implementation. Jossey-Bass.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook. Sage Publications.

Nasution, Z., & Ananda, R. (2021). Leadership role of school principals in strengthening external partnerships. Educational Management Administration & Leadership, 49(6), 1023–1038. https://doi.org/10.1177/1741143220905032

OECD. (2021). Strengthening the governance of skills systems: Lessons from OECD countries. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/3a4bb6ea-en

Patton, M. Q. (2015). Qualitative research & evaluation methods (4th ed.). Sage Publications.

Prasetyo, A., & Nugroho, S. (2022). School-industry collaboration management in vocational education. Journal of Technical Education and Training, 14(3), 45–58. https://doi.org/10.30880/jtet.2022.14.03.005

Rahmawati, Y., Sutopo, B., & Widiyanto. (2021). Industry partnership in improving student competencies in vocational schools. International Journal of Instruction, 14(4), 897–912. https://doi.org/10.29333/iji.2021.14451a

Sari, M., Kurniawan, D., & Putra, A. (2024). Communication adaptability in educational leadership: Overcoming partnership barriers. International Journal of Educational Management, 38(1), 75–89. https://doi.org/10.1108/IJEM-08-2023-0392

Sari, M., & Kurniawan, D. (2023). Communication strategies of school leaders in stakeholder engagement. International Journal of Educational Management, 37(5), 1120–1135. https://doi.org/10.1108/IJEM-11-2022-0456

Smith, R. D. (2020). Strategic planning for public relations (5th ed.). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003032357

Suharno, S., Pambudi, N. A., & Harjanto, B. (2022). Link and match policy in vocational education: Challenges and opportunities. Journal of Vocational Education & Training, 74(3), 412–428. https://doi.org/10.1080/13636820.2021.1958654

Widodo, T., & Hidayat, N. (2023). Bridging the gap between education and industry needs in Indonesia. Asia Pacific Education Review, 24(1), 55–68. https://doi.org/10.1007/s12564-022-09745-3

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods. Sage Publications.

Yoto, Y., Widiyanti, W., & Solichin, M. (2022). Partnership model between vocational schools and industry in Indonesia. Journal of Technical Education and Training, 14(1), 88–99. https://doi.org/10.30880/jtet.2022.14.01.009

Zulkarnain, W., & Wahyudi, A. (2023). School leadership and collaboration effectiveness with industry partners. International Journal of Learning, Teaching and Educational Research, 22(7), 234–248. https://doi.org/10.26803/ijlter.22.7.13