STRATEGI HUMAS DALAM UPAYAMENJAGA DAN MENINGKATKAN REPUTASI SEKOLAH (STUDI KASUS DI SMK ANTONIUS SEMARANG)

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh
Nilam Sari Agustine
NIM 7101413069

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2017

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripi pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 18 Agustus 2017

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Ade Rustiana
NIP. 196801021992031002

Pembimbing

Nina Oktarina, S. Pd., M. Pd.
NIP. 197810072003122002

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Senin

Tanggal : 4 September 2017

Penguji I

Dr. Muhsin, M. Si

NIP. 195411011980031002

Penguji II

Ismiyati , S. Pd., M. Pd.

NIP. 198090220050120 02

Penguji III

Nina Oktarina, S. Pd., M.Pd.

NIP. 197810072003122002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Warsono, MM.

NIP. 195601031983121001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nilam Sari Agustine

NIM : 7101413069

Tempat Tanggal Lahir: Pemalang, 16 Agustus 1995

Alamat : Ds. Cibelok, Kec. Taman, Kab. Pemalang

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 16 Agustus 2017

Nilam Sari Agustine
NIM. 7101413069

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah". (Thomas Alva Edison)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya tulis ini untuk orang-orang yang menyayangiku dan mendukungku:

1. Almamaterku Universitas Negeri Semarang.
2. Kedua orang tua ku Alm. Bapak Suraji dan Ibu Sumiyati tercinta serta Kakakku Nila Ayu Wijiarti yang selalu memberikan dorongan, dukungan dan do'a.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *"Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus SMK Antonius Semarang)"* sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana di Fakultas Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran, Universitas Negeri Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan studi di Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Wahyono, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan pelaksanaan penelitian.
3. Dr. Ade Rustiana, M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perijinan pelaksanaan penelitian.
4. Nina Oktarina, S.Pd., M.Pd., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran kepada penyusun selama penyusunan skripsi ini.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

5. Bapak Ibu dosen dan seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya selama penyusun menempuh pendidikan di Universitas.
6. Drs. G. Eko Djumino, M.Si., selaku Kepala Sekolah SMK Antonius Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan penelitian.
7. Drs. Happy Nugroho, selaku Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas yang telah menyediakan waktu serta memberikan arahan dan bimbingan dalam pelaksanaan penelitian.
8. Guru dan Karyawan, serta Peseta Didik SMK Antonius Semarang yang telah bersedia menjadi responden dalam pengambilan data penelitian ini.
9. Sahabatku Nurchasanah, Naf'a, Tian, Vera, Ihda (rumpi) yang selalu memberikan semangat, dorongan, memberikan masukan dan penjelasan selama berjalannya penyusunan skripsi ini, belajar arti persaudaraan pada diri kalian semua.
10. Semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT melimpahkan balasan atas segala kebaikan yang telah diberikan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Semarang, Agustus 2017

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Nilam Sari Agustine
NIM. 7101413069

SARI

Agustine, Nilam Sari. 2017. "*Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK Antonius Semarang)".*Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing : Nina Oktarina, S. Pd.,M. Pd.

Kata kunci: Strategi, humas, reputasi, sekolah

Reputasi adalah akibat dari serangkaian tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi yang dibangun dari waktu ke waktu bersifat tidak tetap yang akan menghasilkan kepercayaan publik atau masyarakat kepada organisasi tersebut. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti Adanya ketidakstabilan naik turunnya penerimaan peserta didik mengharuskan humas SMK Antonius Semarang untuk lebih keras lagi dalam menjaga dan membangun reputasi sekolah. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui strategi humas dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang, (2) kendala yang dihadapi dalam menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang, serta (3) upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang.

Jenis penelitian ini adalah dekriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Analisis data yang digunakan yaitu mengumpulkan data, mereduksi data, kemudian disajikan untuk menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang yaitu mempromosikan sekolah ke SMP-SMP di kota semarang, melakukan kegiatan bakti sosial dan menjalin relasi yang baik dengan dunia usaha/dunia industri. Kendala yang sering dihadapi berasal dari dalam sekolah dan luar sekolah, dari dalam sekolah adalah pendanaan dan siswa, dari luar sekolah adalah persaingan dengan sekolah lain. Upaya yang dilakukan mengarahkan siswa agar berperilaku baik di luar sekolah, berkoordinasi dengan yayasan untuk meminta bantuan, meningkatkan kualitas input dan output sekolah.

Simpulan dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan humas dalam meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang sudah cukup baik dan efektif, namun terdapat kendala-kendala yang menghambat usaha yang sudah dilakukan oleh humas. Saran yang dapat diberikan yaitu: 1) Penambahan media dalam kegiatan promosi, menggunakan media cetak seperti koran, majalah atau tabloid. 2) Pihak sekolah khususnya humas harus melakukan pendekatan terhadap siswa-siswa yang bermasalah, kemudian melakukan pendekatan dengan mitra sekolah yang merasa kecewa dengan perilaku buruk siswa saat magang, agar dikemudian hari kejadian seperti ini tidak terulang dikemudian hari.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

ABSTRACT

Agustine, Nilam Sari. 2017. *"Public RelationStrategies in Maintaining and Improving School Reputation (Case Study in SMK Antonius Semarang)".* Final Project. Department of Economics Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor: Nina Oktarina, S. Pd., M. Pd.

Keywords: Strategy, public relations, reputation, school.

Reputation is the result of some actions taken by person or organization constructed time by time that are not fixed which will bring public or community trust to the organization. Based on early observation done by the researcher the unstable students acceptance requires the publik relation of SMK Antonius Semarang to be harder in maintainging and building school reputation. The purposes of this research were: (1) to know the public relation strategies in maintaining and improving the reputation of SMK Antonius Semarang, (2) the obstacles un maintaining and improving the reputation of SMK Antonius Semarang, (3) efforts are made to overcome obstacles in maintaining and improving the reputation of SMK Antonius Semarang.

The research was descriptive research by using qualitative approach. The data collection method in this research used observation, documentation, and interview. The data analysis used is collecting data, reducing data, drawing conclusion.

The result of the research showed that the strategies used in improving the reputation fo SMK Antonius Semarang were promoting the school to junior high schools in Semarang, doing social services, and establishing good relations with businesses or industries world. The obstacles often faced were from inside and outside of school. The obstacles from inside school were funding and students, while from outside school was competition with other schools. The efforts done were: directing students to behave well outside school, coordinating with the foundation for helps, improving the quality of input and output school.

The conculsion of the research is the strategies done by public relation in improving the reputation of SMK Antonius Semarang is good and effective enough, but there are some obstacles that obstruct the efforts done by public relation. The suggestions given: 1) Adding media in promotion activities by using print media including newspaper, magazine, or tabloid. 2) The school especially public relation must do an approach to the students who get problems, and do an approach with school partners who feel disapointed with students' bad behavior during apprentices so there is no bad incidents in future.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

PENGESAHAN KELULUSAN ..... **iii**

PERNYATAAN ..... **iv**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **v**

PRAKATA ..... **vi**

SARI ..... **viii**

ABSTRACT ..... **ix**

DAFTAR ISI ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

1. BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1.Latar Belakang Masalah Penelitian 1

1.2. Cakupan Masalah Penelitian 14

1.3. Pertanyaan Penelitian 14

1.4. Tujuan Penelitian 15

1.5. Kegunaan Penelitian 15

1.7. Orisinalitas Penelitian 16

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA **17**

2.1. Humas 17

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Halaman

2.1.1. Pengertian Strategi 17

2.1.2. Pengertian Humas 17

2.1.3. Tugas Humas 19

2.1.4. Tujuan Humas 20

2.1.5. Media Humas 22

2.1.6. Strategi Humas 22

2.1.7. Peran Humas 24

2.1.8. Hambatan Humas 26

2.3. Reputasi 28

2.3.1. Pengertian Reputasi 28

2.3.2. Faktor-Faktor Pembangun Reputasi 29

2.4. Kerangka Teoritis 32

2.5. Kerangka Berpikir 36

3. BAB III METODE PENELITIAN 40

3.1. Pendekatan dan Desain Penelitian 40

3.2. Fokus dan Lokus Penelitian 41

3.3. Sumber Data Penelitiian 41

3.4. Teknik Pengumpulan Data 43

3.5. Teknik Keabsahan Data 46

3.6. Teknik Analisis Data 50

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 54

4.1.Hasil Penelitian 54

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Halaman

4.1.1. Deskripsi Lokasi Penelitian 54

4.1.2.Deskripsi Data Temuan Penelitian 55

4.1.2.1.Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi 55

4.1.2.2. Kendala Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi 71

4.1.2.3.Upaya Humas dalam Mengatasi Kendala dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi 76

4.2. Pembahasan 79

4.2.1. Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi 79

4.2.2. Kendala Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi 93

4.2.3. Upaya Humas dalam Mengatasi Kendala dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi 97

5. BAB V PENUTUP 101

5.1.Simpulan 101

5.2. Saran 103

DAFTAR PUSTAKA 104

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1.1 Daftar Prestasi SMK Antonius..... 9

Tabel 2.4.1 Penelitian Terdahulu 32

Tabel 4.2.1.1 Mitra Kerja SMK Antonius..... 93

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1.1 Penerimaan Peserta Didik Baru SMK Antonius 6

Gambar 1.1.2 Tingkat Kelulusan SMK Antonius..... 8

Gambar 4.2 Kerangka Berpikir..... 39

Gambar 3.6.1 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi 51

Gambar 4.1.1.1 Cara-cara Promosi SMK Antonius..... 59

Gambar 4.1.1.2 Skema Strategi Humas 71

Gambar 4.2.1.1 Struktur Organisasi BKK SMK Antonius..... 90

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Surat Keputusan Dosen Pembimbing 106

Lampiran 2. Surat Ijin Observasi 107

Lampiran 3. Surat Ijin Penelitian 108

Lampiran 4. Surat Tanda Bukti Observasi 109

Lampiran 5. Surat Tanda Bukti Penelitian 110

Lampiran 6. Profil SMK Antonius 111

Lampiran 7. Daftar Prestasi SMK Antonius 115

Lampiran 8. Pedoman Wawancara Observasi Awal 117

Lampiran 9. Transkip Wawancara Awal 118

Lampiran 10. Kisi-kisi Instrumen Penelitian 129

Lampiran 11. Pedoman Dokumentasi, Wawancara, dan Observasi 136

Lampiran 12. Transkip Wawancara Penelitian 146

Lampiran 13. Reduksi dan MatrixData Hasil Wawancara Penelitian..... 214

Lampiran 14. Lembar Hasil Observasi 262

Lampiran 15. Tanggal Pelaksanaan Observasi dan Penelitian..... 267

Lampiran 16. Dokumentasi Penelitian 270

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian

Pendidikan di suatu negara mempunyai peranan yang sangat penting untuk menjamin kelangsungan hidup bangsa, karena pendidikan merupakan wahana untuk meningkatkan dan mengembangkan potensi dirisehingga sumber daya manusia yang berkualitas dapat dicapai. Pada masa mendatang menurut Suyanto dalam Nasution (2010:2) "pendidikan merupakan investasi manusia (*human investmen*) penting yang harus dirancang dan dibiayai secara lebih memadai, agar sumber daya manusia Indonesia mampu tumbuh dan bersaing dengan bangsa lain". Oleh karena itu proses dan pembangunan pendidikan harus merupakan upaya sadar dari pemerintah dan masyarakat yang perlu dilakukan secara terus-menerus tanpa henti, guna menciptakan generasi-generasi muda yang cerdas.

Pendidikan dan pengajaran dapat diperoleh melalui lembaga yang formal ataupun non formal. Pada hal ini contohnya sekolah, sekolah merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mempunyai suatu kekuatan untuk memenuhi proses pembelajaran peserta didik dan mengantarkan peserta didik menuju cita-cita yang diharapkan. Sekolah sangat dirasa penting keberadaannya untuk masyarakat. Sekolah tidak hanya dikatakan baik jika dilihat dari segi prestasi dan keunggulan saja tapi bagaimana dari segi pelayananya terhadap publik. Sekolah dikatakan baik ketika sekolah tersebut mampu meyakinkan masyarakat untuk percaya dan mau menggunakan jasa dari sekolah tersebut. Jika sekolah mampu

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

meyakinkan masyarakat maka masyarakat akan memberikan kepercayaan kepada sekolah tersebut. Dunia pendidikan semakin berkembang saat ini, banyaknya pesaing sekolah yang saling berkompetisi dalam menarik perhatian masyarakat. Dari hal inilah humas sangat dibutuhkan keberadaannya dalam membangun dan mempertahankan citra positif guna membentuk reputasi sekolah yang baik.

Carfi dalam Iriantara (2011:102) mengatakan"reputasi dan kepercayaan adalah segalanya. Berdasarkan reputasi itulah dapat memutuskan untuk memandang penting atau bernilai sesuatu untuk diperoleh dengan menggunakan sumber daya yang langka yakni waktu, uang atau bahkan adakalanya diri sendiri. Reputasi dapat diartikan sebagai kepercayaan atau pandangan umum bahwa seseorang atau sesuatu itu memiliki karakteristik". Reputasi merupakan aset penting bagi organisasi karena kepercayaan publik dibangun berdasarkan reputasi. Reputasi bukanlah sesuatu yang tetap. Adakalanya reputasi tersebut meningkat dan adakalanya menurun. Untuk itu diperlukan adanya upaya-upaya pemeliharaan reputasi.

Reputasi sebuah organisasi tidak cukup dijaga hanya dengan menjalin hubungan baik dengan media massa lalu berkomunikasi dengan publik, melainkan juga oleh tindakan organisasi sendiri yang menunjukan komitmen untuk menjalankan tanggung jawab. Reputasi pada dasarnya nama baik, semua orang, semua organisasi, bahkan semua perusahaan juga membutuhkan nama baik. Karena nama baik itulah mereka dipercaya oleh orang, organisasi, atau perusahaan lain. Dari hal tersebut dapat dilihat eratnya keterkaitan antara reputasi dengan kepercayaan. Karena pada dasarnya reputasi merupakan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

suatu penilaian terhadap suatu organisasi yang di dalamnya melekat kepercayaan dari khalayak.

Nasution (2010:11) mengemukakan"humas adalah fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya, atau dengan kata lain antara lembaga pendidikan dengan publik internal (dosen/guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa), dan publik eksternal (orang tua mahasiswa/orangtua siswa, masyarakat dan institusi luar)". Humas sebagai mediator antara organisasi dan publik yang bukan hanya menyampaikan informasi melainkan juga mendengarkan apa yang disampaikan publik, humas sebagai mediator juga bisa menjalankan peran berkomunikasi dan bernegosiasi dengan publik, mencari solusi bila terjadi konflik kepentingan di antara publik atau antara publik dan organisasi, serta mengembangkan saling pemahaman dan saling menghormati.

NSPRA (*National School Public Relation Association*) dalam Iriantara(2013:19)

> "Humas pendidikan adalah salah satu fungsi manajemen yang terencana dan sistematis yang membantu memperbaiki program-program dan layanan-layanan organisasi pendidikan. Humas bergantung pada proses komunikasi dua arah yang komprehensif pada dan dari publik internal dan publik eksternal dengan tujuan mengembangkan pemahaman yang lebih baik terhadap peran, sasaran, pencapaian dan kebutuhan organisasi. Program-program humas pendidikan membantu dalam menafsirkan sikap publik, mengidentifikasi dan membantu merumuskan kebijakan."

Agar tujuan dapat tercapai maka dibutuhkan strategi yang tepat agar sesuai dengan yang diharapkan. Begitu juga dengan kegiatan humas yang membutuhkan strategi dalam menjalankan sesuatu. Ruslan (2014:134) mengatakan "strategi

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

humas adalah *alternative* optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas".

Sekolah menengah kejuruan (SMK) adalah pendidikan pada jenjang pendidikan menengah yang mengutamakan pengembangan pengetahuan siswa untuk melaksankan jenis pekerjaan tertentu. Peraturan Pemerintah Nomor 29 pasal 3 ayat 2 Tahun 1990 "pendidikan menengah kejuruan mengutamakan penyiapan siswa untuk memasuki untuk memasuki lapangan kerja serta mengembangkan sikap profesional". Sesuai dengan bentuknya, SMK menyelenggarakan program-program pendidikan yang disesuaikan dengan jenis-jenis lapangan kerja. SMK memiliki peran penting dalam menyiapkan peserta didik agar siap bekerja, baik bekerja secara mandiri (wiraswasta) maupun mengisi lowongan pekerjaan yang ada serta membekali siswa untuk mengikuti pendidikan lebih lanjut sesuai dengan program keahliannya.

SMK Antonius Semarang beralamatkan di Jalan Teuku Umar No.16, Kel. Jatingaleh Kec. Candisari adalah lembaga pendidikan formal yang berada dibawah naungan Yayasan Budi Luhur yang berdiri pada tanggal 5 januari 1969. SMK Antonius merupakan SMK katholik swasta kejuruan bidang bisnis manajemen yang terakreditasi A. Sekolah ini memiliki program-program keahlian diantaranya akuntansi, administrasi perkantoran, manajemen pemasaran, dan jurusan multimedia yang baru dibuka pada tahun 2014. Sekolah ini menerapkan Kurikulum 2013 pada Tahun Ajaran 2016/2017 untuk jenjang kelas X, sedangkan kelas XI dan XII masih menggunakan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP).

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Berdasarkan hasil wawancara awal yang peneliti lakukan pada tangga 24 Februari 2017 pukul 10.00 WIB dengan Bapak Happy Nugroho selaku humas SMK Antonius Semarang di ruangan wakasek humas SMK Antonius Semarang, ada banyak hal yang dilakukan oleh bidang kehumasan untuk menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah.

> "Strategi yah, emm oke yang jelas eee katakanlah ini kami untuk menjaga agar SMK Anatonius tetap eksis, tadi saya sampaikan bahwa kami akan mensosialisasikan SMK Antonius di depan anak-anak ketika PPDB, tentunya tim kami akan memberikan informasi sebenar mungkin, sebaik mungkin yah kalau baik tapi tidak benar ya omong kosong yah. Kami punya gedung yang megah ada liftnya yah omong kosong yah, ya yang kami punyai akan kami sampaikan tentunya kami sudah mempunyai semua yang sudah dibutuhkan oleh sekolah yang katakanlah baik. Kami punya Lab dan sebagainya, kami punya lapangan olahraga, kami punya ruang guru yang cukup tertata dengan baik, kemudian kami punya ruang kelas yang baik. Memang ruang kelas kami tidak ber AC, tapi paling tidak kami sudah punya cukup kipas angin banyak, kalau Lab kan jelas harus ber AC, jadi kami mencoba menyampaikan kepada masyarakat apa yang kami punyai bukan apa yang tidak kami punyai kami takut untuk menyampaikan. Karena toh mereka nanti kalau kesini tentunya akan menanyakan, "loh pak, dulu bapak kok pada saat presentasi kok ada ini ternyata kok tidak", kan kita malu, jadi kami menjaga *image* bahwa memang ya sekolah kami seperti ini, tentunya juga ya ada kekurangannya, nah kekuragannya ini tentunya tidak akan kami sampaikan kepada anak-anak biar mereka kalau kesini tau sendiri, umpanya kok WCnya/ kamar mandinya kurang bersih, yah kami kan gak mungkin ngomong sama mereka, begitu. Kemudian kami juga menjalin hubungan yang baik dari semua pihak baik publik internal warga SMK Antonius maupun publik eksternal yaitu orang tua murid, DU/DI, dan masyarakat". (W.WH)

Pernyataan Bapak Happy juga diperkuat oleh Ibu Cristin, salah satu guru administrasi perkantoran SMK Antonius Semarang pada hari jum'at, 24 Februari 2017 pukul 12.40 WIB di ruang guru.

> "emm ohh iya nanti kami akan membantu Pak Happy dalam presentasi di SMP-SMP mbak itu terkait promosi sekolah ya, nanti dibulan-bulan Mei nanti, eeem iya Mei heeh Mei kalau tidak salah, ini kami akan melakukan kegiatan promosi kaitannya dengan penerimaan peserta didik baru gitu. Itu

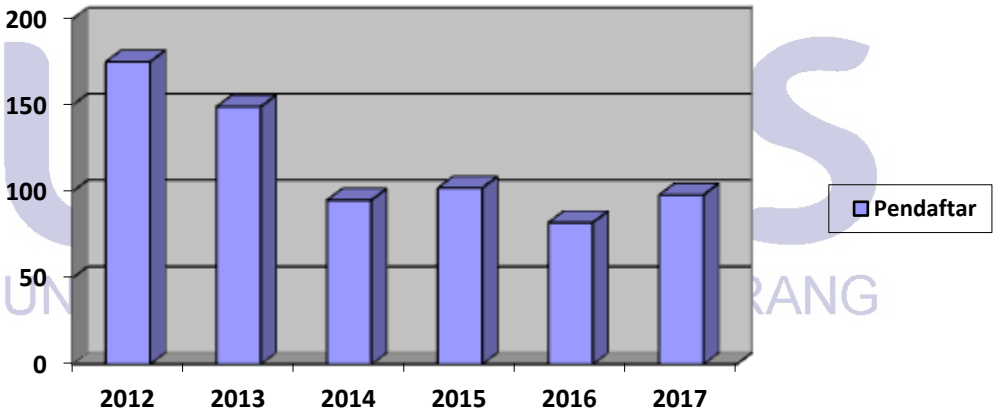
UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

salah satu cara kami mengenalkan sekolah ke masyarakat nanti juga ada pemasangan spanduk, brosur dan banyak nanti". (W.GAP)

Kegiatan lain yang dilakukan humas untuk menyebarkan informasi terkait sekolah adalah promosi ke berbagai SMP di kota semarang, humas berkunjung ke tiap SMP untuk mempromosikan sekolah melalui presentasi guna manarik minat siswa untuk bersekolah di SMK Antonius Semarang. Berikut pernyataan Bapak Happy mengenai strategi dalam mempromosikan sekolah:

"kaitannya dengan PPDB jelas kami membuat brosur, membuat poster. Kalau brosur kan kami berikan ke anak-anak, kalau poster kami pasang di mading, kemudian kami juga spanduk, yang rencananya kami nanti, ini belum kami pasang karena kami sekolah khatolik paling tidak ada 3 gereja yang akan kami pasangi yaitu daerah banyumanik, kemudian karang panas, kemudian yang satu lagi gereja sategral yang ada dikalisari itu kalau yang spanduknya kalau brosur akan kami bagikan ke anak-anak. Tidak hanya 12 sekolah yang kami akan presentasi tapi temen-temen yang, kadang sekolah negeri mereka tidak mengijinkan kita untuk berpresentasi tapi mereka juga cukup membantu membagikan brosur itu dalam rangka memperkenalkan sekolah kami". (W.WH)

Berikut tabel penerimaan peserta didik di SMK Antonius Semarang yang mendukung pernyataan Bapak Happy sebagai salah satu hasil usaha program humas mempromosikan sekolah:



Gambar 1.1.1Penerimaan Peserta Didik SMK Antonius Semarang
(sumber: Tata Usaha SMK Antonius Semarang)

Berdasarkan Gambar 1.1.1 Penerimaan Peserta didik SMK Antonius Semarang untuk enam tahun terakhir mengalami keadaan fluktuasi/ tidak stabil. Hal ini dapat dilihat dari data penerimaan peserta didik untuk enam tahun terakhir yaitu: tahun 2012 sebanyak 175 peserta didik, tahun 2013 sebanyak 149 peserta didik, tahun 2014 sebanyak 95 peserta didik, tahun 2015 sebanyak 102 peserta didik, sedangkan tahun 2016 sebanyak 82, kemudian pada tahun 2017 pendaftar meningkat menjadi 98 peserta didik. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa minat masyarakat untuk mendaftar di SMK Antonius Semarang mengalami penurunan yaitu pada tahun 2014 kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2015 dan mengalami penurunan pada tahun 2016 dan untuk tahun 2017 SMK Antonius presentase pendaftar mengalami peningkatan kembali. Adanya ketidakstabilan naik turunnya penerimaan peserta didik mengharuskan humas SMK Antonius Semarang untuk lebih keras lagi dalam menjaga dan membangun reputasi sekolah.

Peran humas salah satunya adalah menjalin hubungan yang baik dengan publik, salah satunya publik eksternal yaitu masyarakat dan mitra kerja. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Happy selaku Waka Humas pada tanggal 24 Februari 2017 pukul 10.00, salah satu strategi humas dalam upaya memperoleh citra yang positif ialah

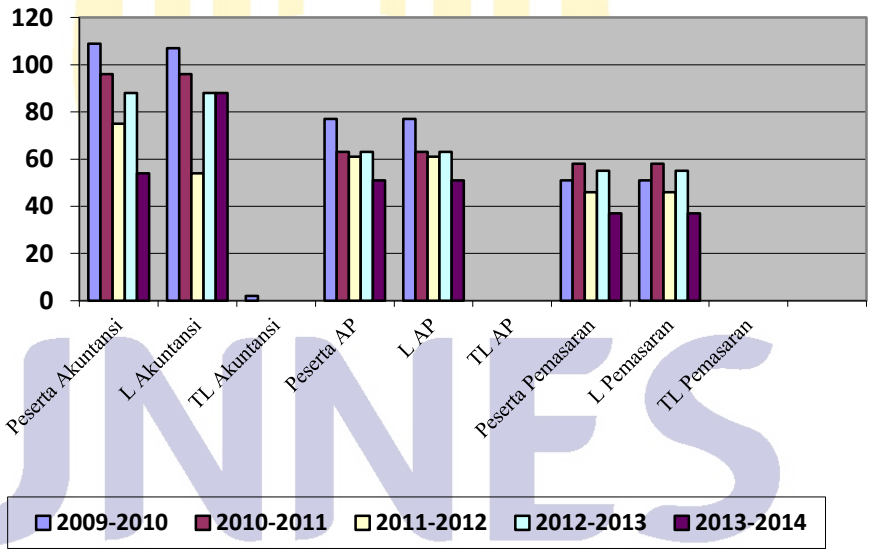
> "Emm iya kaitannya dengan kerja bakti humas bekerjasama dengan kesiswaan, beberapa hari yang lalu eh sorry beberapa bulan yang lalu kami mengadakan aksi sosial yaitu dengan membagikan, karena kami kan juga mempunyai program aksi paskah, jadi karena sekolah kami sekolah khatolik tentunya hal-hal yang berbau khatolik kami utamakan. Pada saat paskah itu kami mempunyai aksi membagikan bingkisan kepada orang-orang yang kami anggap tidak mampu disekitar sekolah, kemudian juga kami berikan kepada adik-adik kami SMP Fransicus yang kurang mampu. Kemudian bakti sosial, kami juga pernah ke salah satu pasar di sana di jatingaleh kami

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

juga pernah bersih-bersih disana, gitu kaitanya yang ditanyakan oleh mbak tadi". (W.WH)

Humas berperan penting dalam mengembangkan reputasi sekolah, pihak sekolah ikut turut serta dalam membantu keberhasilan program-program yang menjadi tugas humas disekolah khususnya SMK Antonius Semarang. Strategi humas yang dilakukan bukan hanya mempromosikan sekolah saja akan tetapi humas beserta pihak-pihak sekolah yang terkait terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pendidikan baik tenaga pendidik maupun peserta didik agar menciptakan output lulusan yang berkualitas, sehingga lembaga pendidikan tersebut mempunyai citra yang positif di lingkungan masyarakat sekitar dan mampu bersaing dengan sekolah lain.

Berikut adalah Grafik tingkat kelulusan di SMK Antonius Semarang :



Gambar 1.1.2 Tingkat Kelulusan SMK Antonius Semarang
(Sumber: Tata Usaha SMK Antonius Semarang)

Keterangan : L = LULUS

TL= TIDAK LULUS

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Berdasarkan Gambar 1.1.2 tingkat kelulusan di SMK Antonius Semarang mengalami kenaikan setiap tahunnya. Hal ini dibuktikan pada tingkat kelulusan SMK Antonius Semarang mulai dari tahun 2009 pada jurusan akuntansi yang tidak lulus sebanyak 2 siswa dan dari jurusan lain seperti admnistrasi perkantoran dan pemasaran 100 % lulus. Kemudian untuk tahun-tahun selanjutnya tingkat kelulusan di SMK Antonius Semarang tiap tahun lulus 100%. Berdasarkan tingkat kelulusan yang di peroleh SMK Antonius setiap tahunnya membuktikan bahwa input SMK Antonius mempunyai kualitas yang baik.

SMK Antonius mempunyai keunggulan sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan reputasi dimata masyarakat, Bapak Happy menuturkan keunggulan SMK Antonius pada tanggal 24 Februari 2017 :

> "Kami punya prestasi, tahun ini kami mempunyai prestasi untuk lomba keterampilan siswa. Cuma memang tahun ini kami tidak juara 1 ya bu ya, gugur ya. Juara berapa bu? 2 ya bu ya? Karena kami punya banyak prestasi jadi kami lupa. Nanti mbak bisa lihat didepan mbak, kami sudah tampilkan fotonya didepan mbak".

Berikut daftar prestasi SMK Antonius sebagai pendukung pernyataan Bapak Happy selaku Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas:

Tabel 1.1.1. Daftar prestasi SMK Antonius Semarang

No	Jenis/Nama Kegiatan/Perlombaan	Prestasi yang dicapai	Tahun Ajaran	Tingkat/Level
1	LKS Pemasaran	Juara II	Tahun 2012/2013	Kota Semarang
2	Band Competition Yamaha	Juara III	Tahun 2012/2013	Kota Semarang
3	LKS Adiministrasi Perkantoran	Juara III	Tahun 2013/2014	Kota Semarang
4	LKS Akuntansi	Peringkat IV	Tahun 2013/2014	Kota Semarang
5	LKS Pemasaran	Juara I	Tahun	Kota

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

			2014/2015	Semarang
6	LKS Administrasi Perkantoran	Juara II	Tahun 2014/2015	Kota Semarang
7	LKS Akuntansi	Peringkat VI	Tahun 2014/2015	Kota Semarang
8	LKS Administrasi Perkantoran	Peringkat VI	Tahun 2015/2016	Kota Semarang
9	LKS Akuntansi	Peringkat V1	Tahun 2015/2016	Kota Semarang
10	LKS Pemasaran	Juara I	Tahun 2015/2016	Kota Semarang
11	Lomba Menulis Cerita Inspiratif	Harapan III	Tahun 2015/2016	SLTA Sederajat
12	Competition Dance Dies Natalis UNAKI	Juara I	Tahun 2016/2017	SLTA Sederajat
13	Dance Competition UNNES	Juara Terbaik	Tahun 2016/2017	SLTA Sederajat
14	Dance Competition UNIKA	Juara II	Tahun 2016/2017	SLTA Sederajat
15	Panca Lomba/Atletik	Juara I	Tahun 2016/2017	Kota Semarang
16	LKS Akuntansi	Juara III	Tahun 2016/2017	Kota Semarang
17	LKS Administrasi Perkantoran	Juara II	Tahun 2016/2017	Kota Semarang
18	Dance Competition USM	Best Dancer	Tahun 2016/2017	SLTA Sederajat
19	Panca Lomba/Atletik	Juara I	Tahun 2017/2018	Kota Semarang

Keunggulan yang lain di katakan oleh Ibu Cristin selaku guru admnistrasi perkantoran pada tanggal 24 Februari 2017 pukul 12.40, beliau mengatakan:

> "Keunggulan SMK Antonius dalam membangun reputasi sekolah sekarang ini memang kami itu lebih menitik beratkan eee tugas di BKK yah, jadi humas kami arahkan pengembangan BKK, saat ini saya tugasi untuk bisa mencapai lembaga atau instansi-instansi yang nantinya bisa menampung output dari luar selama ini memang kami punya jalinan alumni yang bisa merekrut, justru dengan instansi-instansi lain kita sudah punya kerja sama dengan alumni, jadi kalau alumni itu mau rekruiment tenaga kerja, atau mempunyai informasi tenaga kerja menghubungi pihak sekolah jadi nanti siswa atau alumni antonius ini ada pekerjaan disini bisa atau tidak, seperti itu. Jadi kita sudah mempunyai ikatan alumni yang bisa membantu ikut penyaluran tenaga kerja, itu yang sekarang masih kita galakan seperti

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

itu. Yah jadi outputnya paling tidak ada yang terserap, alumni juga bertanggung jawab terhadap adik-adik kelas". (W.GAP)

Dapat disimpulkan bahawa strategi yang dilakukan humas dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah adalah yang pertama, menggunakan media, Waka Humas SMK Antonius Semarang menggunakan beberapa media untuk mengenalkan sekolah kepada masyarakat antara lain dengan menggunakan spanduk, brosur, poster, dan banner. Kemudian humas juga akan berkomunikasi langsung dengan masyarakat pada kegiatan penerimaan peserta didik baru yaitu dengan melakukan presentasi di SMP-SMP sekitar semarang. Kedua, kegiatan sosial, humas dibantu oleh semua unit yang ada di SMK Antonius dalam kegiatan-kegitan sosial. Kegiatan sosial ini dimanfaatkan humas untuk mempererat hubungannya dengan masyarakat luar. Kegiatan sosial yang dilakukan antara lain: membagikan bingkisan pada hari paskah kepada orang-orang yang kurang mampu, dan bersih-bersih disekitar pasar jatingaleh. Ketiga, kegiatan internal sekolah meliputi bidang akademik yaitu berusaha meningkatkan prestasi SMK Antonius di setiap mengikuti berbagai lomba, serta dalam kegiatan sarana prasarana pendidikan, sekolah berupaya merenovasi dan memperbaiki gedung dan fasilitas lainnya yang menunjang pendidikan. Keempat, SMK Antonius bekerjasama dengan BKK untuk menyalurkan lulusan, saat ini SMK Antonius bekerjasama dengan alumni untuk membantu peserta didik dalam hal perekrutan tenaga kerja dan informasi-informasi terkait lowongan pekerjaan. Kemudian SMK Antonius juga bekerjasama dengan DU/DI.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Strategi yang direncanakan humas tidak menjamin reputasi SMK Antonius Semarang tetap baik, adapun hambatan yang terjadi dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah. Pak Happy mengatakan beberapa hamabatan yang terjadi dalam usahanya menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah.

> "Pertama masalah pendanaan, sekarang ini memang kitalagi prihatin ditulis gapapa. Prihatin karena ya bebarapa sebab, yang jelas ya masalah pendanaan, karena promosi itu biayanya ya itu luar biasa sementara pendanaan tidak begitu baik jadi menurut saya kendala utamanya ya disitu, yang kedua tadi saya menyampaikan kita kendala ya karena sekolah negeri yang setiap tahun saya tidak tahu persis tapi saya bisa melihat ada sekolah negeri yang setiap tahun saya tidak tahu persis tapi saya bisa melihat ada sekolah yang nambah kelas lagi, nambah kelas lagi. Otomatis kan jumlah muridnya yang mungkin bisa kami tarik karena orangtua pingin di negeri sementara di negeri memberi kesempatan artinya mereka sekolah disana."(W.WH)

Hal lain yang menjadi kendala dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah ditambahkan oleh Pak Happy sebagai berikut:

> "ya paling ya kadang-kadang anak bolos lah itu mereka kompalin, kami tetap menangani karena setiap sabtu anak-anak harus kembali kesini, jadi mereka kami beri eee apa namanya teguranlah kalau memang sudah kebangeten ya tidak segan-segan kami tarik. Jujur kami sudah menarik 2 anak ya karena memang sudah eee dari pada mereka memalukan sekolah kita ya kita tarik, kita tempatkan disekitar ini SMA atau SMP maupun nanti disini."(W.WH)

Hal yang sama diungkapkan oleh ibu Cristin pada tanggal 24 Februari 2017, beliau mengatakan:

> "Yang susah itu anak ya mba, kadang bikin masalah waktu magang. Yah yang namanya anak-anak ya beda-beda mbak, emm kadang suka gak masuk pas magang kadang seneng melanggar peraturan waktu kerja malah *nyelonong* keluar, paling ya nanti tempat magang yang *complain* akhirnya kita yang bertindak". (W.GAP)

Berdasarkan wawancara yang dikatakan oleh informan dapat disimpulkan bahwa kendala-kendala yang menghambat humas dalam menjaga dan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

meningkatkan reputasi sekolah antara lain kendala yang pertama mengenai pendanaan, banyak biaya yang harus dikeluarkan oleh sekolah khususnya dalam hal ini yang bertanggung jawab humas dalam melakukan promosi sekolah. Dalam kegiatan promosi banyak mengeluarkan biaya yang tidak sedikit. Kedua, kendala yang disebabkan oleh siswa, siswa adalah salah satu faktor yang mampu membuat reputasi sekolah buruk karena siswa mampu merusak reputasi yang tadinya baik menjadi buruk di mata masyarakat, seperti halnya saat siswa magang atau prakerin. Siswa sering membolos, tidak mengerjakan tugas dari perusahaan dan kurang sopan santun dalam berperilaku. Ketiga, Kendala yang terakhir ialah persaingan dengan sekolah negeri yang terus menambah kelas baru, hal ini menyebabkan peserta didik yang sudah mendaftar mengundurkan diri dan beralih ke negeri, humas selalu mengupayakan agar terus meningkatkan kualiatas sekolah dan fasilitas yang dibutuhkan SMK Antonius agar terus berkembang dan bersaing dengan sekolah lain.

Strategi yang dilakukan oleh humas akan berdampak pada reputasi sekolah. Hal ini juga didukung penelitian dari Nurma Hermawati (2016) yang menyatakan "strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah kadang terkendala oleh banyak faktor, diantarnya faktor intern dan faktor ekstern. Adapun kendala-kendala yang menghambat yaitu faktor dari dalam kurangnya guru untuk mengikuti pelatihan dalam program-program yang sudah direncanakan untuk meningkatkan reputasi, siswa magang yang berulah di tempat kerja. Faktor luar itu sendiri persaingan dengan sekolah lain. Humas beserta pihak sekolah berusaha agar sekolah mampu meningkatkan dan mempertahankan reputasi sekolah".

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Dari hasil observasi dan wawancara awal memperlihatkan bahwa hubungan yang baik dengan masyarakat merupakan salah satu strategi paling utama yang berpengaruh terhadap reputasi sekolah. Hal ini membuat peneliti ingin melakukan pengkajian lebih dalam mengenai strategi yang dilakukan humas SMK Antonius Semarang yang membuat sekolah tetap diakui keberadaannya dan menjaga reputasi yang positif di masyarakat meskipun banyak isu-isu yang kurang baik. Begitupun peran humas dalam mengembangkan reputasi sekolah tidak selalu berjalan dengan mulus, pasti ada faktor-faktor yang menghambat dan upaya apa yang dilakukan humas dalam mengatasi hal tersebut. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka peneliti terdorong untuk mengetahui dan melakukan penelitian tentang **"STRATEGI HUMAS DALAM UPAYA MENJAGA DAN MENINGKATKAN REPUTASI SEKOLAH (STUDI KASUS DI SMK ANTONIUS SEMARANG)".**

1.2. Cakupan Masalah Penelitian

Mengingat luas dan kompleksnya permasalahan yang ada serta keterbatasan tenaga dan waktu, maka penelitian ini difokuskan pada strategi humas dalam mengembangkan reputasi sekolah, menjelaskan mengenai strategi humas dalam mempromosikan sekolah, menjelaskan strategi humas dalam bekerjasama dengan mitra sekolah maupun masyarakat sekitar, kemudian menjelaskan strategi-strategi yang direncanakan humas guna menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat. Serta menjelaskan apa saja hambatan dan upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut dalam menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan cakupan masalah tersebut dapat dibuat pertanyaan penelitian, sebagai berkut :

1. Bagaimana strategi humas dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang ?
2. Apa saja kendala yang terjadi dalamupaya humas menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan humas mengatasi kendala dalam menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan cakupanmasalah tersebut, tujuan yangingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi humas dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh humas dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang.
3. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh humas untuk menangani kendala dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang.

1.5. Kegunaan Penelitian

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Manfaat-manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi ilmu pengetahuan khususnya tentang strategi humas dalam upaya manjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan dan pengalaman.

b. Bagi Universitas Negeri Semarang

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya.

c. Bagi sekolah

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak sekolah untuk tetap menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang.

1.6 Orisinilitas Penelitian

Kebaruan atau orisinalitas dari penelitian yang dilakukan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah fokus penelitian dilakukan peneliti yaitu menggali strategi apa yang perlu direncanakan humas kedepan dalam meningkatkan reputasi yang sudah mulai menurun di SMK Antonius Semarang, bukan hanya meningkatkan saja akan tetapi cara menjaga agar reputasi yangsudah diperoleh tersebut tetap stabil dan dipertahankan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Selain itu lokasi penelitian yang dipilih yaitu di SMK Antonius Semarang. Sekolah yayasan swasta yang cukup terkenal pada tahun 90-an, yang dimana belum pernah ada yang meneliti terkait strategi humas di SMK tersebut.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Strategi Humas

2.1.1 Pengertian Strategi

Adnan Putra dalam Ruslan (2014:133) "strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*panning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manjamen".

Effendi (1999:33) "strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan". Ruslan (2014:134) "strategi humas adalah alternative optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas".

2.1.2 Pengertian Humas

Humas merupakan alat untuk menyebarkan informasi dan gagasan, bisa antara organisasi ke masyarakat ataupun sebaliknya. Kegiatan humas berperan penting dalam setiap lembaga atau organisasi lainnya termasuk pada lembaga pendidikan. Pada kenyataannya semakin berkembangnya era globalisasi humas sangat dibutuhkan di lembaga pendidikan, bukan hanya perguruan tinggi saja akan tetapi disetiap sekolah pasti mempunyai humas. Humas berperan untuk menciptakan kerja sama atau hubungan yang baik dengan masyarakat. Tidak bisa dipungkiri sekarang masyarakat lebih kritis memilih sekolah yang terbaik untuk

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

anaknya. Sikap masyarakat seperti itu menuntut lembaga pendidikan untuk tetap menjaga dan meningkatkan reputasi yang positif lembaganya di mata masyarakat.

Nasution (2010:11) mengemukakan humas adalah "fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya, atau dengan kata lain antara lembaga pendidikan dengan publik internal (dosen/guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa), dan publik eksternal (orang tua mahasiswa/orangtua siswa, masyarakat dan institusi luar)". NDEA dalam Iriantara (2013:18) mendefinisikan "humas sekolah sebagai seni dan ilmu untuk membangun hubungan dengan publik. Program-program kehumasan sangat penting, untuk memperbaharui dan meningkatkan dukungan publik terhadap sekolah."

Ngalim Purwanto dalam Suryosubroto (1998:19-20) menjelaskan "hubungan antara sekolah dengan masyarakat mencakup hubungan sekolah dengan sekolah lain, sekolah dengan pemerintah setempat, sekolah dengan instansi atau jawatan lain, dan sekolah dengan masyarakat umum".

NSPRA (*National School Public Relation Association*) dalam Iriantara(2013:19)

> "Humas pendidikan adalah salah satu fungsi manajemen yang terencana dan sistematis yang membantu memperbaiki program-program dan layanan-layanan organisasi pendidikan. Humas bergantung pada proses komunikasi dua arah yang komprehensif pada dan dari publik internal dan publik eksternal dengan tujuan mengembangkan pemahaman yang lebih baik terhadap peran, sasaran, pencapaian dan kebutuhan organisasi. Program-program humas pendidikan membantu dalam menafsirkan sikap publik, mengidentifikasi dan membantu merumuskan kebijakan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa humas sekolah adalah salah satu fungsi manajemen yang membantu membangun hubungan

anatara sekolah baik dengan publik internal maupun eksternal melalui komunikasi dua arah yang bertujuan untuk mencapai visi dan misi sekolah dan menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat secara berkesinambungan. Adanya bidang humas di sekolah menunjukkan tersedianya jembatan penghubung antara *stakeholder* atau pihak yang berkepentingan dengan pendidikan di sekolah dengan pihak sekolah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi humas adalah suatu rencana khusus yang diperlukan humas untuk mencapai suatu tujuan.Agar tujuan dapat tercapai maka dibutuhkan strategi yang tepat agar sesuai dengan yang diharapkan. Begitu juga dengan kegiatan humas yang membutuhkan strategi dalam menjalankan sesuatu.

2.1.3. Tugas Humas

Suryosubroto (1998:22) yang menjadi tugas pokokatau beban kerja humas suatu organisasi/lembaga adalah:

a. Memberikan informasi dan menyampaikan ide (gagasan) kepadamasyarakat atau pihak-pihak lain yang membutuhkannya. Menyebarluaskan informasi dan gagasan-gagasan itu agar diketahui maksud atau tujuan serta kegiatan-kegiatannya, termasuk kemungkinan di petik manfaatnya oleh pihak-pihak di luar organisasi.
b. Membantu pimpinan yang karena tugas-tugasnya tidak dapat langsung memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak yang memperlukannya.
c. Membantu pimpinan mempersiapkan bahan-bahan tentang permasalahan dan informasi yang akan disampaikan atau yang menarik perhatian masyarakat pada saat tertentu. Dengan demikian pimpinan selalu siap dalam memberikan bahan-bahan informasi yang terbaru.
d. Membantu pimpinan dalam mengembangkan rencana dan kegiatan lanjutan yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat (*public service*) sebagai akibat dari komunikasi timbal balik dengan pihak luar. Hal ini ternyata menumbuhkan harapan atau penyempurnaan polecy atau kegiatan yang telah dilakukan oleh organisasi.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Menurut Rumanti (2005:39) 5 pokok tugas PR sehari-hari sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan, serta kegiatan yang dilakukan.
2. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.
3. Memperbaiki citra organisasi.
4. Tanggung jawab sosial.
5. Komunikasi.

Ruslan (2014:23) menyebutkan ruang lingkup tugas PR dalam suatu organisasi/lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :

1. Membina hubungan ke dalam (*public internal*)

   Public internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.
2. Membina hubungan keluar (*public eksternal*)

   Public eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

2.1.4. Tujuan Humas

Sutisna dalam Iriantara (2013:28) merumuskan tujuan humas sekolah adalah:

1. Mengembangkan pemahaman tentang maksud-maksud dan sasaran-sasaran dari sekolah.
2. Menilai program sekolah dalam kata-kata kebutuhan-kebutuhan yang terpenuhi.
3. Mempersatukan orang tua murid dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik.
4. Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya pendidikan sekolah dalam era pembangunan.
5. Membangun dan memelihara kepercayaan terhadap sekolah.
6. Memberitahu masyarakat tentang pekerjaan sekolah.
7. Mengarahkan bantuan dan dukungan bagi pemeliharaan dan peningkatan program sekolah.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Sedangkan menurut NSPRA (*National School Public Relations Association*) dalam Iriantara (2013:30) tujuan humas di sekolah antara lain :

1. Mendorongpemahaman yang lebih baikatas peran, tujuan, prestasi dan kebutuhan organisasi.
2. Mengidentifikasi dan membantu menyusun kebijakan dan prosedur kepentingan publik.
3. Mendorong keterlibatan dan menyampaikan informasi yang bisa membuahkan pemahaman dan dukungan publik.

Mulyasa dalam Iriantara (2013:30) melihat tujuan hubungan antara sekolah dan masyarakat dari perspektif masing-masing, dari perspektif sekolah, hubungan sekolah dengan masyarakat itu bertujuan untuk :

1. Memelihara kelangsungan hidup sekolah
2. Meningkatkan mutu pendidikan di sekolah
3. Memperlancar kegiatan belajar-mengajar
4. Memperoleh bantuan dan dukungan dari masyarakat dalam rangka perkembangan dan pelaksanaan program-program sekolah.

Sedangkan Mulyasa dalam Iriantara (2013:30) menambahkan dari perspektif masyarakat, hubungan antara masyarakat dan sekolah bertujuan untuk:

1. Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat
2. Memperoleh kemajuan sekolah dalam memecahkan berbagai permasalahan yang dihadapi masyarakat
3. Menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan dan perkembangan masyarakat
4. Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang terampil dan makin meningkat kemampuannya.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa humas disekolah pada dasarnya sama yaitu mewujudkan visi dan misi sekolah. Menyampaikan informasi terkait sekolah yang dibutuhkan masyarakat. Membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat khususnya orang tua siswa. Serta mencari bantuan dan dukungan dari masyarakat dalam perkembangan dan pelaksanaan program-program sekolah.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.1.5. Media Humas

Kuswantoro (2015:77) media eksternal yang digunakan humas dalam membantu kegiatan publikasi :

1. Internet, komunikasi dengan audien di seluruh dunia dengan kekuatan mengirim pesan seketika ke publik dan menerima pesan dalam waktu 24 jam.
2. Koran, alat utama dalam sistem informasi.
3. Majalah, serangkaian media komunikasi yang bervariasi untuk menjangkau audien.
4. Radio, menawarkan berbagai kemunginan publisitas yang luas.
5. Televisi.

Suryosubroto (1998:32) Media dan alat kegiatan humas dibagi menjadi dua hal yaitu kata-kata tercetak dan kata-kata lisan, yaitu sebagai berikut :

1. Kata-kata tercetak antara lain: majalah, pedoman, surat, surat kabar, buklet, papan pengumuman, poster, reklame, iklan.
2. Kata-kata lisan antara lain: rapat, pertemuan, dan konferensi, film dan slide, televisi, pameran, open house, sandiwara dan wayang, dan radio.

2.1.6. Strategi Humas

Nasution (2010:27-28) untuk menentukan strategi kegiatan humas pada lembaga pendidikan yang akan dilakukan terlebih dahulu yaitu memperhitungkan hal-hal sebagai berikut :

1. Apa “tujuan” yang hendak dicapai sesuai dengan perencanaan yang telah diperhitungkan dengan baik oleh pihak-pihak yang terlibat dalam manajemen lembaga pendidikan,
2. Kemudian “strategi” apa dan bagaimana yang dipergunakan dalam perencanaan,
3. Setelah itu apa “program kerjanya” yang akan dilakukan dan dijabarkan sesuai langkah-langkah yang telah dijadwalkan,
4. Terakhir adalah menentukan “anggaran” atau “dana” yang sudah dipersiapkan serta “daya” sebagai pendukung yang bersifat khusus.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Ruslan (2014:142) humas berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara humas dengan khalayak sebagai sasaran untuk mewujudkan tujuan bersama. Fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan atau strategi humas :

1. Strategi operasional
   Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau dari kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat di media massa. Artinya pihak humas bekemampuan untuk mendengar, dan bukan hanya sekedar mendengar mengenai aspirasi masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan tertentu.
2. Pendekatan persuasif dan edukatif
   Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbale balik) dengan menyebarkan informasi dan organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.
3. Pendekatan tanggung jawab sosial humas
   Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditunjukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasarannya (masyarakat), namun untuk memeproleh keuntungan bersama.
4. Pendekatan kerjasama
   Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun hubungan ke luar (*eksternal relation*) untuk meningkatkan kerja sama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi intansi yang diwakilinya agar diterima oleh atau mendapat dukungan masyarakat. Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya, dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap positif bagi kedua belah pihak.
5. Pendekatan koordinatif dan integratif
   Fungsi humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/institusinya. Tetapi peranannya lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional dibidang politik, ekonomi, sosial dan budaya (Poleksosbud) dan Hankamnas.

Nova (2011:52) mengemukakan Strategi *Public Relations* atau yang lebih dikenal dengan Bauran PR adalah sebagai berikut:

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1. *Publications*
   Setiap fungsi dan tugas Public Relations atau Humas adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik. Dalam hal ini tugas Humas adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pers/wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga/organisasi yang diwakilinya.
2. *Event*
   Merancang sebuah event atau program acara yang bertujuan untukmemperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri kepublik, dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik.
3. *News* (Menciptakan Berita)
   berupaya menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, *bulletin*, dan lain lain. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulisuntuk menciptakan publisitas.
4. *Community Involvement* (Kepedulian Pada Komunitas)
   Keterlibatan tugas sehari-hari seorang PR adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations / human relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.
5. *Inform or image* (memberitahukan atau meraih citra)
   Ada dua fungsi utama dari *public relations*, yaitu memberikan informasi kepada publik, atau menarik perhatian, sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif.
6. *Lobbying and Negotiations* (Melobi dan Bernegosiasi)
   Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PR. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan (*deal*) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan.
7. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)
   Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas *Public Relations* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan di mata public.

2.1.7. Peran Humas

Peranan humas menurut *Dozier & Broom* dalam Ruslan (2014:20) dapat dibedakan menjadi empat, yaitu:

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1. Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)
   Praktisi humas yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi untuk dapat membantu mencarikan solusi yang tepat atas masalah hubungan dengan publik *(public relationship)* yang sedang atau akan dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan.

2. Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)
   Praktisi humas harus dapat berperan sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengar apa yang menjadi harapan serta keinginan publiknya dan sebaliknya, sehingga dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.
3. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator)*
   Peran humas adalah untuk membantu pimpinan perusahaan baik sebagai penasehat (*adviser)* hingga dalam proses pengambilan keputusan/tindakan eksekusi dalam mengatasi persoalan yang terjadi secara rasional dan profesional.
4. Teknisi Komunikasi (*Communications Technician*)
   Peranan ini menjadikan humas sebagai *journalist in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau biasa dikenal dengan *methode of communication in organization.*

Sedangkan peran humas di lembaga pendidikan menurut Nasution (2010:24) sebagai berikut:

1. Membina hubungan harmonis kepada publik internal (dalam lingkungan lembaga pendidikan, seperti: dosen/guru, tenaga administrasi dan siswa) dan hubungan kepada publik eksternal (di luar lembaga pendidikan, seperti orang tua siswa dan di luar lembaga pendidikan).
2. Membina komunikasi dua arah kepada publik internal (dosen/guru, karyawan dan mahasiswa/siswa) dan publik eksternal (lembaga luar/instansi, masyarakat dan media massa) dengan menyebarkan pesan, informasi dan publikasi hasil penelitian dan berbagai kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan pimpinan.
3. Mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada di lembaga pendidikan maupun yang ada di masyarakat.
4. Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang terdapat di dalam masyarakat.
5. Bersikap terampil dalam menerjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan dengan baik.

Nasution (2010:23) mengemukakan ada tiga alasan yang mendasar pentingnya peran humas pada lembaga pendidikan ke depan, antara lain sebagai berikut:

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1. Pengelolaan lembaga pendidikan masa yang akan datang semakin otonom, sehingga pimpinan selalu menghasilkan kebijakan yang terkait dengan kelembagaannya. Dalam hal ini diperlukan suatu bagian yang dengan

intensif dan terprogram mensosialisasikan kebijakan tersebut kepada masyarakat baik di tingkat internal maupun eksternal.

2. Persaingan yang sehat dan dinamis antar sesama lembaga pendidikan dalam merebut animo calon mahasiswa/siswa untuk menimba ilmu di lembaga pendidikan tersebut, sehingga dituntut agar diperlukan unit kerja yang mengelola dan memberi informasi dengan citra yang positif.
3. Perkembangan media massa di daerah semakin meningkat, baik media televisi swasta lokal (daerah), radio maupun media cetak, khususnya, yang sudah pasti selalu mencari informasi yang aktual di perguruan tinggi, untuk itu perlu membina hubungan yang harmonis dengan media massa tersebut agar informasi atau berita-berita tentang lembaga pendidikan selalu baik dan positif.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa peranan humas di lembaga pendidikan adalah sebagai berikut:

1. Humas di lembaga pendidikan berperan mengidentifikasi dan menganalisis opini yang berkembang baik di dalam lembaga pendidikan maupun di masyarakat.
2. Humas di lembaga pendidikan berperan sebagai penghubung komunikasi antara pihak sekolah/lembaga pendidikan dengan masyarakat/publik.
3. Humas di lembaga pendidikan berperan membina hubungan yang harmonis antara publik *intern*, publik *ekstern* dengan media masa sehingga dapat menciptakan dan membangun reputasi yang positif.

2.1.8. Hambatan-Hambatan Humas

Setiap usaha yang dilakukan dengan tujuan untuk mempengaruhiperilaku dan keputusan seseorang, tidak sepenuhnya bisa diterima oleh publiksesuai dengan yang dihendaki, hambatan itu pasti ada.

Menurut Suhandang (2004:57) hambatan terhadap usaha persuasi humas dapat berupa:

1. Faktor kebisingan *(noise factor*), hambatan yang berupa suara-suara yang mengganggu jalannya komunikasi sehingga pesan komunikasi tidak bisa diterima sebagaimana mestinya.
2. Faktor semantik, hambatan yang berupa pemakaian kata-kata atau istilah yang menimbulkan salah paham atau pengertian.
3. Faktor interes (kepentingan), hambatan yang berupa kepentingan yang berbeda-beda yang dapat membuat seseorang atau orang banyak lebih bersikap selektif dalam hal penghayatan atautanggapan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

4. Faktor motivasi, hambatan ini berupa motivasi yang berbeda-beda yang dapat mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kekuranganya.
5. Faktor prasangka, hambatan terhadap berlangsungnya komunikasi sebab orang yang memiliki prasangka belum apa-apa sudah bersikapwas-was dan menentang komunikator atau pembicara yang hendak melancarkan komunikasi.

Selain itu beberapa hambatan yang perlu menjadi program pemikiran humas menurut Suhandang (2004:238), antara lain:

1. Ke dalam
   a. Meningkatkan efisiensi tenaga buruh atau pegawai sebagai sumber daya manusia.
   b. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan buruh atau pegawai.
   c. Memelihara kekompakan kerja serta menyalurkan kreativitas pegawai.
   d. Ikut mengawasi dan menjaga perusahaan dari gangguan-gangguan penyelewengan.
   e. Menggerakkan para pegawai agar memberikan pelayanan kepada publik dengan sebaik-baiknya.
2. Ke luar
   a. Memelihara hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat (publik) terutama dengan publik di sekitar perusahaan berada.
   b. Mengajak masyarakat untuk mau menjadi minded terhadap hasil produksi perusahaan.
   c. Memperluas pasaran hasil produksi perusahaan.
   d. Membina kepercayaan dan simpati masyarakat terhadap kegiatan perusahaan (publisitas, propaganda atau periklanan).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa hambatan persuasikegiatan humas memiliki dua sifat yaitu, hambatan obyektif seperti gangguan dan rintangan yang tidak sengaja dilakukan oleh pihak lain dan hambatan secara subyektif yang meliputi hambatan yang sengaja dibuat oleh pihak lain sehingga menimbulkan gangguan terhadap usaha persuasi.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Sedangkan hambatan dalam pelaksanaan aktivitas atau kegiatan humas di dalam mencakup usaha peningkatan kualitas SDM agar lebih efektif dan efisien dalam melaksanakan tugas, serta hambatan dari luar yang berhubungan dengan

publik internal dengan memelihara hubungan yang harmonis serta usaha menumbuhkan kepercayaan dan simpati dari publik eksternal.

2.3. Reputasi

2.3.1 Pengertian Reputasi

Iriantara (2013:93) "Reputasi merupakan aset penting bagi setiap organisasi, karena kepercayaan publik dibangun berdasarkan reputasi". Dalam lingkungan organisasi yang sedang dan terus mengalami perubahan, berbagai hal bisa menjadi penyebab rusaknya reputasi. Karena pada dasarnya reputasi bersifat tidak tetap dan mengalami perubahan, maka dari hal tersebut humas harus mampu mengubah pandangan publik yang terpengaruh dengan isu-isu negatif yang berkembang dilingkungan sekitar. Pada masa sekarang banyak sekolah unggul yang mengedepankan kualitas mutu pendidikan dan kualitas output atau lulusan sekolah yang mampu bersaing dengan lulusan dari sekolah lain, sehingga sekolah tersebut memperoleh citra positif di mata masyarakat. Dari citra positif yang diperoleh mampu dikembangkan dan dijaga maka sekolah akan memperoleh reputasi yang baik.

Guy Jubb dalam Iriantara (2013:91) menjelaskan "reputasi adalah perwujudan konsep citra dan nilai sebuah organisasi, sehingga dengan sendirinya terkait erat dengan konsep tanggung jawab organisasi itu. Dengan demikian, reputasi merupakan akibat dari serangkaian tindakan yang dilakukan oleh organisasi".

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

> *Chartered Institute of Public Relations* (CIPR) dalam Butterick (20012:8) mengatakan *Public Relations* adalah tentang reputasi, hasil dari apa yang anda lakukan, apa yang anda katakana, dan apa yang orang lain katakan tentang anda. Praktik PR adalah disiplin ilmu yang bertugas menjaga

> reputasi dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman dan dukungan, serta memengaruhi opini dan perilaku. Kegiatan ini merupakan usaha yang terencana dan berkesinambungan untuk membangun dan mempertahankan niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan publiknya.

Fombrum dalam Iriantara (2013:92) merumuskan reputasi sebagai"persepsi atas representasi tindakan-tindakan yang sebelumnya dilakukan satu institusi dan prospek institusi itu pada semua konstituen utamanya dibandingkan dengan pesaing-pesaing instituisi itu".

> *The Chartered Institue Of Management Accountants* dalam Iriantara (2013:93) mengatakan bahwa "nama/merek/identitas tidaklah sama dengan reputasi. Nama atau merek dibuat organisasi untuk simbolisasi serangkaian nilai, dalam citra ada kepercayaan dan dalam reputasi ada trust. Kepercayaan biasanya didasari oleh kinerja dan pengalaman organisasi. Sedangkan trust yang terkait dengan reputasi dilandasi oleh nilai-nilai bersama seperti etika, integritas, kejujuran, serta maksud dan tujuan mulia antara organisasi dan publiknya".

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa reputasi adalah persepsi dari masyarakat atas tindakan-tindakan yang dilakukan organisasi. Reputasi bersifat tidak tetap dari waktu ke waktu, untuk menjaga reputasi suatu organisasi perlu mengatasi isu-isu yang tersebar dilingkungan untuk mempertahankan reputasi.

2.3.2. Faktor-Faktor Pembangun Reputasi

Ada beberapa faktor yang terlibat dalam membangun reputasi di suatuorganisasi atau lembaga. Butterick (2012:65) menjelaskan faktor-faktortersebut, yaitu :

1. Kualitas barang atau jasa
   Hal tersebut benar-benar penting, apabila kualitas barang atau jasa yang dihasilkan tidak cukup baik, maka tidak ada satu pun aktivitas humas yang dapat dilakukan untuk membangun reputasi.
2. Hubungan dengan pelanggan dan mendengarkan pendapat pelanggan
   Apabila organisasi atau lembaga tidak memperlakukan pelanggannya secara baik, maka pelanggan atau pengguna jasa dari organisasi atau lembaga tersebut akan beralih ke yang lain.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

3. Kepemimpinan yang kuat, struktur dan kultur organisasi
   Semua hal tersebut menjadi penting tidak hanya untuk anggota organisasi atau lembaga melainkan juga untuk masyarakat diluar organisasi atau menggunakan jasa organisasi atau lembaga tersebut
4. Reputasi, gaya, dan visi kepemimpinan dari pemimpin
   Dari beberapa penelitian, dinyatakan bahwa reputasi, gaya dan visi kepemimpinan dari seorang pemimpin berpengaruh terhadap terciptanya reputasi suatu organisasi atau lembaga.
5. Membangun profil media
   Organisasi atau lembaga perlu mengidentifikasi media mana saja yang paling berpengaruh terhadap penyampaian informasi yang akurat kepada masyarakat sehingga informasi yang disampaikan kepada masyarakat dapat diterima dan dipahami dengan baik.
6. Relasi dengan warga masyarakat
   Suatu organisasi atau perusahaan akan mendapatkan masalah ketika tidak mempunyai hubungan yang baik terhadapa masyarakat, khususnya masyarakat disekitar lingkungan organisasi atau lembaga. Begitu juga sebaliknya, ketika suatu organisasi atau lembaga mempunyai hubunganyang baik dengan masyarakat, maka reputasi yang baik akan menyebar dengan begitu cepatnya.

Reputasi memang aset organisasi atau lembaga yang strategis.Dalam pandangan Marcellis Warin, N.d. dan Toedoresco dalam Iriantara(2013:92) ada beberapa yang dipandang sebagai pendorong reputasi, yaitu:

> "(1) mutu layanan, (2) lingkungan kerja, (3) tingkat inovasi, (4) gaya kepemimpinan, (5) kinerja finansial. Dalam konteks lembaga pendidikan, mutu layanan itu akan terkait dengan mutu pengelolaan, proses pembelajaran, pembelajaran, dan mutu lulusannya. Selain itu, lingkungan kerja yang menunjukkan lingkungan pendidikan dan pembelajaran jugaakan menopang peningkatan reputasi lembaga pendidikan. Kepemimpinan di lembaga pendidikan itu juga akan membantu memperbaiki, mempertahankan dan meningkatkan reputasi. Karya inovatif seperti inovasi dalam metode pembelajaran, inovasi karya siswa atau guru juga akan membantu meningkatkan reputasi sekolah. pada akhirnya, kinerja financial sekolah juga akan menentukan reputasi sekolah itu".

Sedangkan Weber Shandwick dan Reputation Institute dalam Butterick (2012:62) mengemukakan ada 6 elemen inti yang membentuk bangun perusahaan antara lain :

1. Tanggung jawab

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Mendukung tujuan mulia, menunjukan tanggung jawab lingkungan, dan tanggung jawab sosial.

2. Komunikasi
   Ditandai dengan keterbukaan, pengungkapan secara penuh dan terbuka untuk dialog.
3. Barang dan jasa
   Menawarkan kualitas dan inovasi yang berkelas tinggi, serta kepuasaan pelanggan.
4. Bakat
   Memberikan hadiah kepada karyawan secara adil, keberagamaan latar belakang karyawan yang menunjukan kemampuan untuk menarik dan mempertahankan staf.
5. Matriks keuangan
   Melampaui para pesaing dan menunjukan stabilitas keuangan serta nilai investasi jangka panjang.
6. Kepemimpinan
   Dibangun oleh CEO dan tim senior, menunjukan kepemimpinan yang baik dan perilaku etis.

Fombrun dan Foss dalam irantara (2013:95) menunjukan 5 prinsip penting yang harus diperhatikan dalam membangun reputasi antara lain :

1. Distingtif
   Reputasi yang tinggilah yang membuat sebuah lembaga memiliki posisi yang distingtif dalam benak pemangku kepentigan.
2. Fokus
   Reputasi yang kokoh bisa diraih jika lembaga fokus terhadap satu tema tertentu dalam komunikasi dan tindakannya.
3. Konsisten
   Reputasi yang kokoh juga bisa diraih bila lembaga itu konsisten dalam komunikasi dan tindakannya terhadap kelompok pemangki kepentingannya.
4. Identitas
   Reputasi yang baik diperoleh bila langkah atau tindakan yang dilakukan lembaga itu sejalan dengan prinsip identitas yang dipandang miliknya.
5. Transparasi
   Reputasi yang kokoh bisa dicapai bila lembaga tersebut menunjukan keterbukaannya dalam menjalankan segala urusannya.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa hal pokok yang harus ada dan secara bersama-sama dapat membangun reputasi yaitu kualitas barang dan jasa dari organisasi, komunikasi dua arah antara

organisasi dengan publik yang mampu membangun sebuah hubungan yang nantinya akan menguntungan bagi organisasi dan kepemimpinan, media sebagai alat bantu yang digunakan sebagai pembangun reputasi, gaya kepemimpinan yang ada di sebuah organisasiakan mempengaruhi bagaimana reputasi organisasi tersebut di mata masyarakat, serta menjalin hubungan yang baik agar masyarakat menaruh kepercayaan kepada organisasi.

2.4. Kerangka Teoritis

Penelitian terdahulu digunakan sebagai pembanding dan referensidalam menyusun skripsi. Hal ini dilakukan agar pembaca mengetahui perbedaan dan persamaan antar skripsi. Adapun penelitian terdahulu dijelaskan dalam tabel berikut:

Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.4.1. Penelitian terdahulu

No	Nama Pengarang	Judul Penelitian	Hasil	Perbedaan
1	Nurma Hermawati (2016)	Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK PL Tarcisius Semarang)	Berdasarkan hasil penelitian menunjukan bahwa strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah kadang terkendala oleh banyak faktor, diantarnya faktor intern dan faktor ekstern. Adapun kendala-kendala yang	Perbedaan penelitian ini adalah dilihat dari variabel fokus penelitian terletak pada strategi humas dalam meningkatkan reputasi dengan tujuan penelitian untuk mengetahui kedudukan humas disekolah, strategi apa yang digunakan humas dalam meningkatkan reputasi sekolah, serta kendala yang

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

			menghambat yaitu faktor dari dalam kurangnya guru untuk mengikuti pelatihan dalam program-program yang sudah direncanakan untuk meningkatkan reputasi, siswa magang yang berulah di tempat kerja. faktor luar itu sendiri persaingan dengan sekolah lain. Humas beserta pihak sekolah berusaha agar sekolah mampu meningkatkan dan mempertahankan reputasi sekolah.	dihadapi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah. Dengan strategi yang dilakukan humas SMK PL Tarcisius Semarang antara lain mempromosikan sekolah ke SMP-SMP, melakukan kegiatan bakti sosial di lingkungan sekolah, mengikuti kegiatan keagamaan di lingkungan sekolah, mengkomunikasikan keunggulan SMK PL Tarcisius Semarang kepada masyarakat serta menjalin relasi dengan orang tua siswa dan dunia usaha/dunia industri.
2	Eka Nodyawati (2011)	Peran Humas dalam Rangka Mempertahankan Reputasi SekolahFavorit (StudiKasus di	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peneliti memaparkan bagaimanaperan humas di SMA Negeri 3 Surakarta dalam mempertahanka	Perbedaan penelitian ini adalah dilihat dari variabel terfokus pada peran humasdalam mempertahankan reputasi di sekolah favorit dengan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

		SMANegeri 3 Surakarta)	n reputasinya sebagai sekolah favorit. Peran yang sudah dilakukan antara lain, sebagaijembatan komunikasi antara pihak sekolah denganpublik, mengelola opini negatif yang berkembang yang dapat merusak citra SMA Negeri 3 Surakarta dan meningkatkan kualitas sumber daya guru dengan memberikan subsidi pendidikan lanjut.	tujuan untuk mengetahui bagaimana peran humas dalam mempertahankan reputasi SMANegeri 3 Surakarta sebagai sekolah favorit, peran yang sudah dilakukanantara lain, sebagai jembatankomunikasi antara pihak sekolah dengan publik, mengelola opini negatif yang berkembang yang dapat merusak citra SMA Negeri 3 Surakarta dan meningkatkan kualitas sumber daya guru dengan memberikan subsidi pendidikan lanjut.
3	Enny Rohmatin Mustika Sari (2013)	Strategi Humas dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik SMK PGRI 1 Porong Sidoarjo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua metode yang digunakan, yaitu metode langsung dan tidak langsung. Metode langsung, guru melakukan	Perbedaan penelitian ini adalahdilihat dari variabel peneliti fokus pada strategi humas dalam upaya meningkatkan penerimaan peserta didik, tujuan penelitianuntuk mengetahui strategi

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

			promosi dengan mendatangi rumah-rumah sekitar sekolah sedangkan metode tidak langsung melalui media cetak, yaitu brosur dan spanduk.	apa yang dilakukan humas dalammeningkatkan penerimaanpeserta didik, strategi kerjasama, strategi pencitraan dan strategi promosi. Strategi humas yang dilakukan humas ada dua metode yang digunakan untuk meningkatkan penerimaan peserta didik. Pertama metode langsung, guru melakukan promosi dengan mendatangirumah-rumah dan smp-smp untuk melakukan promosi. Kedua, metode tidak langsung, humas melakukan promosi melalui media cetak dengan membagikan brosur dan memasang spanduk

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.5. Kerangka Berpikir

Uma Sekaran dalam bukunya *Business Research* (1992) dalam (Sugiyono, 2016: 91) mengemukakan bahwa, kerangka berfikir merupakan model konseptual

tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir menjadi alur pikir yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian pada suatu lembaga pendidikan/sekolah. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini, berkembangnya lembaga pendidikan dituntut untuk bersaing dengan lembaga pendidikan yanglain baik dari negeri maupun swasta, kini setiap sekolah mempunyai keunggulan-keunggulan yang mampu menarikperhatian publik. Publik saat ini semakin pandai memilih sekolah yang dinilai tepat untuk menyekolahkan anaknya.

Peran dan fungsi humas adalah membangun dan menjaga relasi dengan publik-publik organisasi. Oleh sebab itu, humas bertugas menjaga relasi untuk mencapai kemasalahatan bersama organisasi dan publik-publiknya. Relasi dikembangkan menggunakan komunikasi dengan saling tukar menukar informasi yang tepat dan relavan yaitu dilakukan dengan dialog terbuka dan saling percaya. Sejalan dengan peran dan fungsi humas sebagai pembangun dan pemelihara relasi Ruslan (2014:134) menyatakan “strategi humas adalah *alternative* optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas”.

SMK Antonius Semarang membutuhkan strategi-strategi yang akan dilakukan untuk saat ini dan yang akan datang dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah. Untuk mendapatkan kepercayaan dari publik, sekolah harus mengedapan kebutuhan masyarakat/publik yaitu humas harus mampu mengelola informasi, opini publik dengan baik, menjaga dan membina

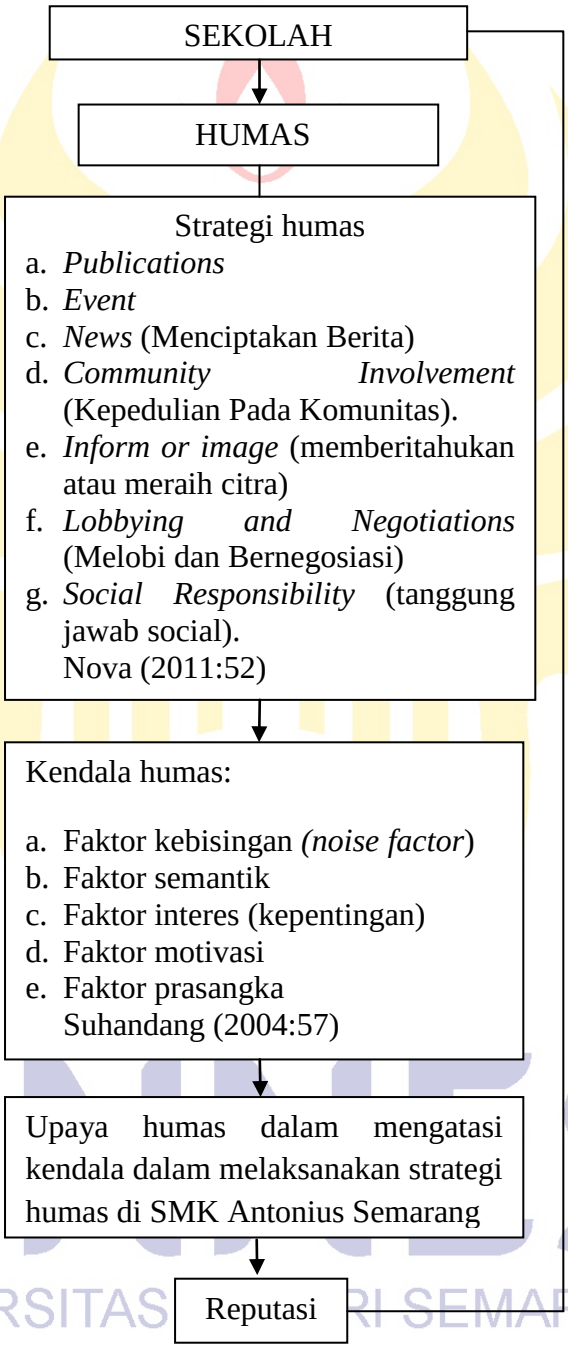
UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

hubungan yang harmonis dengan publik internal (dosen/guru, karyawan dan mahasiswa/siswa) maupun publik eksternal (orang tua mahasiswa/orang tua siswa, masyarakat dan instansi lain) bukan hanya menjaga dan membina hubungan yang baik saja, sekolah juga perlu mengedepankan kualitas seperti daru segi pelayanan kepada masyarakat khususnya wali murid, murid dan kualitas tenaga kependidikan yang harus ditingkatkan agar menciptakan output lulusan yang berkualitas juga, sehingga lembaga pendidikan tersebut mempunyai citra yang positif di lingkungan masyarakat sekitar dan mampu bersaing dengan sekolah lain.

Reputasi dibangun dengan kepercayaan publik terhadap suatu organisasi, dalam penyebaraan informasi maupun penyampaiannya humas menggunakankomunikasi sebagai mediator. Kejujuran dalam penyebaran sutau informasi sangat dibutuhkan. Misalkan sekolah harus menginformasikan sesuai dengan keadaan yang dimiliki sekolah tidak melebih-lebihkan, jika informasi yang disampaikan kepada masyarakat tidak sesuai kenyataan maka kepercayaan masyarakat pada sekolah dapat hilang. Jika kepercayaan itu hilang maka masyarakat akan menilai buruk sekolah. Untuk mendapatkan kepercayaan tersebut humas merencanakan kegiatan-kegiatan sosial hingga program-program yang akan direncanakan kedepannya sebagai pencitraan untuk nama baik sekolah.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Berdasarkan uraian di atas, kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.5.1. Kerangka Berfikir

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

PENUTUP

5.1 Simpulan

Simpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan Wakil Kepala Sekolah bidang Humas di SMK Antonius dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah yaitu : (1) Menjalin hubungan dengan berbagai pihak, diantaranya orang tua siswa, dunia usaha/dunia industri, alumni dan masyarakat, (2) memanfaatkan media untuk pencitraan dan kegiatan promosi dengan memasang spanduk, menyebarkan brosur, melakukan *talkshow* di TV swasta, presentasi di SMP-SMP sekitar Kota Semarang, dan membuka stand-stand di SMK Negeri terkait, (3) meningkatkan kualitas guru dengan mengikuti pelatihan dan seminar, (4) meningkatkan prestasi sekolah di setiap perlombaan, (5) melakukan kegiatan bakti sosial di lingkungan sekitar sekolah, (6) bekerjasama dengan BKK menyalurkan lulusan SMK Antonius agar langsung bekerja.
2. Kendala-kendala yang menghambat upaya humas SMK Antonius dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah antara lain kendala yang berasal dari intern: Pendanaan dan dari SDM (Sumber Daya Manusia). pendanaan sangat penting bagi sekolah dalam melakukan kegiatan-

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

kegiatan yang direncanakan humas misalnya dalam kegiatan promosi, humas membutuhkan biaya dalam penggunaan media cetak dan media eletronik yang mambantu humas dalam kegiatan prosmosi sekolah. Kemudian kendala lain disebabkan oleh siswa sendiri, siswa berperilaku kurang baik saat magang yang membuat mitra sekolah kecewa. Kendala ekstern yang menghambat yaitu persaingan dengan sekolah lain yang semakin berkembang, kemudian suara-suara yang mungkin sumbang yang menyebarkan isu-isu yang tidak benar yang mungkin memang sengaja dihembuskan untuk menjatuhkan sekolah.

3. Upaya-upaya yang dilakukan oleh Wakil Kepala Sekolah bidang Humas dalam mengatasi kendala-kendala dalam menjaga dan meningkatkan reputasi antara lain upaya dalam mengatasi penghambat intern yaitu terkait pendanaan, humas dan semua komponen sekolah berusaha dengan cara mendapatkan murid sebanyak-banyaknya dan berkoordinasi dengan yayasan terkait keuangan sekolah. Kemudian hambatan yang disebabkan oleh siswa, humas berusaha untuk mengarahkan dan terus memantau agar siswa tidak melakukan perbuatan yang dapat merusak nama baik sekolah. Upaya untuk mengatasi hambatan ekstern yaitu dengan peningkatan kualitas SDM SMK Antonius Semarang, meningkatkan kualitas guru dan karyawan, meningkatkan mutu pelayanan secara maksimal terhadap publik. Kemudian untuk mengkal isu-isu negatif humas dan sekolah berupaya

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

untuk meluruskan dan memberikan penjelasan kepada publik agar isu-isu negatif dan tidak benar tentang sekolah.

5.2 Saran

Saran yang dapat penulis rekomendasikan dalam penelitian ini diantara lain sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan humas dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah harus lebih ditingkatkan misalnya dalam kegiatan promosi sekolah akan lebih baik jika menambah media dalam promosi, misal media cetak menggunakan koran, majalah atau tabloid.
2. Semua pihak harus berusaha untuk menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah bukan hanya bidang kehumasan, semua komponen sekolah harus saling bekerjama dalam mencapai tujuan tersebut. Pihak sekolah khususnya humas harus melakukan pendekatan terhadap siswa-siswa yang bermasalah, kemudian melakukan pendekatan pula dengan mitra sekolah yang merasa kecewa dengan perilaku buruk siswa saat magang, agar dikemudian hari kejadian seperti ini tidak terulang dikemudian hari.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

Butterick, Keith. (2012). *Pengantar Public Relation: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchjana. (1999). *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Hermawati,Nurma.(2016). "*Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus Di SMK PL Tarcicius Semarang) Tahun 2016*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Iriantara, Yosal. (2011). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____. (2013). *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: PT RemajaRosdakarya.

Kuswantoro, Agung. (2015). *Hubungan Masyarakat*. Semarang: Fastindo.

Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nasution, Zulkarnain. (2010). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*.Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.

Nodyawati, Eka. (2011). "*Peran Humas dalam Rangka Mempertahankan Reputasi Sekolah Favorit (Studi Kasus di SMA Negeri 3 Surakarta) Tahun 2010/2011*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Ilmu Pendidikan UniversitasSebelas Maret.

Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Press

Peraturan Pemerintah No 29 Tahun 1990

Rumanti, Maria A. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: PT Grasindo

Ruslan, Rusady.(2014). *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi: Konsepsi danAplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sari, Enny Rohmatin Mustika. (2013). "*Strategi Humas Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik SMK PGRI 1 Porong Sidoarjo*. Skripsi. Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Sugiyono. (2016). Metode *Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.*

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Suhandang, Kustadi. (2004). *Public Relations Perusahaan*. Bandung: yayasan Nuasa Cenderia.

Suryobroto, B. (1998). *Humas Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: PT. Mitra Gama Widya.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG