



**STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF
SEKOLAH TERHADAP MINAT SISWA MEMILIH JURUSAN
OTOMATISASI TATA KELOLA PERKANTORAN DI SMK PGRI 01
SEMARANG**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Negeri
Semarang**

Oleh

Muhammad Fadhil Abdul Qodir

NIM 7101415346

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Hari : Rabu

Tanggal : 12 Februari 2020

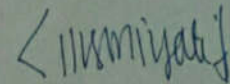
Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si.
NIP.198201302009121005

Dosen Pembimbing



Ismiyati, S. Pd., M, Pd.
NIP.198009022005012002

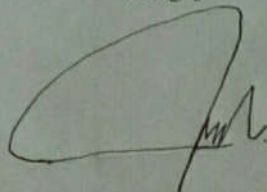
PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : Rabu

Tanggal : 12 Februari 2020

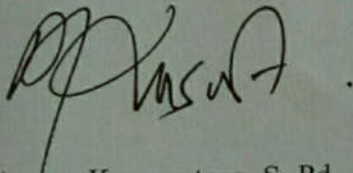
Penguji I



Hengky Pramusinto, S. Pd., M. Pd.

NIP.198010142005011001

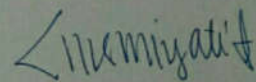
Penguji II



Agung Kuswanto, S. Pd., M. Pd.

NIP. 198211072015041001

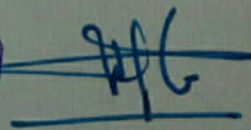
Penguji III



Ismiyati, S. Pd., M. Pd.

NIP. 198009022005012002

Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.d.

NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Fadhil Abdul Qodir

Nim : 7101415346

Alamat : Jalan Stasiun Sumpiuh No 25, Kab Banyumas

Menyatakan skripsi ini yang saya tulis benar – benar hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat pada skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini Hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Semarang, 10 februari 2020

Muhamad fadhil abdul qodir



NIM. 7101415346

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Pengetahuan adalah senjata yang paling hebat untuk mengubah dunia “ - Nelson Mandela

“Life is like riding a bicycle. To keep your balance, you must keep moving “ - Albert Einstein

Persembahan

Kupersembahkan skripsi ini

Untuk :

1. Almamaterku
Universitas Negeri
Semarang
2. Keluargaku Bapak H.
Edi Sunarto, Ibu Diah
Widiastuti, dan adikku
Ahmad Faris Toha,
3. Keluarga besar, sahabat
– sahabatku, dan
kawan kawan
seperjuangan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat hidayah serta inayahnya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang” dalam rangka menyelesaikan pendidikan S1 untuk mencapai gelar sarjana pendidikan di Universitas Negeri Semarang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam prakayta ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof.Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., selaku Rektor Universitas Negeri Semarang
Atas kesempatan yang diberikan, penulis dapat menuntut ilmu dan menempuh pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, Mba., Ph,D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah mengesahkan skripsi ini.
3. Ahmad nurkhin, S.Pd., M,Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Ismiyati selaku dosen pembimbing saya yang dengan sabar membantu, mengarahkan, dan membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
5. Dosen Penguji 1 Hengky Pramusinto, S. Pd., M. Pd
6. Dosen Penguji 2 Agung Kuswanto, S. Pd., M. Pd.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, bimbingan dan motivasi selama penulis studi di Universitas Negeri Semarang
8. Bapak H. Edi Sunarto dan Ibu Diyah Widiastuti yang telahh memberikan dukungan, baik berupa materi dan moral selama studi saya di Universitas Negeri Semarang
9. Teman saya cindi exsanti yang telah memberikan semangat, motivasi dan saran agar cepat menyelesaikan skripsi ini

10. Teman-teman fungsionaris HIMA PE 2016 dan 2017 yang telah memberikan pengalaman berharga bagi saya selama studi di Universitas Negeri Semarang.
11. Teman-teman seperjuangan rombel Pendidikan Ekonomi Administrasi Perkantoran b 2015
12. SMK PGRI 01 Semarang yang telah bersedia menerima saya untuk penelitian
13. Semua pihak yang telah membantu proses terselesaikannya skripsi ini

Harapannya dengan penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan harapannya skripsi ini dapat menjadi referensi untuk pengembangan penelitian lain dalam lingkup topik strategi humas meningkatkan citra sekolah .

Semarang, 10 februari 2020

Muhamad fadhil

SARI

Muhamad Fadhil Abdul Qodir, 2020, “Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang”. Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Pembimbing

Kata Kunci : Strategi Humas, Citra Sekolah

Citra adalah sesuatu yang abstrak (intangible) dan tidak dapat diukur dalam ukuran nominal tertentu. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti terkait kepercayaan yang cukup tinggi dari masyarakat terhadap SMK PGRI 01 Semarang dalam waktu saat ini dengan semakin ketatnya persaingan dengan sekolah negeri ataupun swasta di Kota Semarang. Sehingga SMK PGRI 01 Semarang perlulah menjaga dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui strategi humas di SMK PGRI 01 Semarang, (2) kendala yang ditemukan dalam meningkatkan citra di SMK PGRI 01 Semarang, dan (3) upaya yang dilakukan di SMK PGRI 01 Semarang dalam mengatasi masalah serta meningkatkan citra sekolah.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara. Analisa data yang digunakan adalah mengumpulkan data, mereduks data, kemudian disaikan untuk menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi humas dalam meningkatkan citra SMK PGRI 01 Semarang yaitu (1) publikasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan yang ada di sekolah (2) menjalin komunikasi yang positif dengan pihak luar (3) sekolah berperan sebagai good image maker dengan cara meningkatkan prestasi peserta didik. Kendala yang sering dihadapi berasal dari dalam yaitu Pola koordinasi tidak terjalin dengan baik, Humas belum dianggap sebagai bagian yang berperan penting, SDM humas tidak profesional. Upaya yang dilakukan mengarahkan peserta didik berperilaku baik dan lebih berprestasi, mengintensifkan koordinasi supaya terjalin dengan baik.

Simpulan penelitian ini adalah strategi yang dilakukan humas dalam meningkatkan citra SMK PGRI 01 Semarang sudah cukup baik serta efektif, meskipun tetap ada kendala - kendala yang ditemukan yang dapat menghambat usaha yang dilakukan humas untuk meningkatkan citra sekolah. Saran yang dapat diberikan yaitu : 1) Membuat struktur pengurus humas tetap 2)Pengurus humas seharusnya lulusan berlatarbelakang kehumasan, 3) Memperbaiki koordinasi antar pengurus supaya terjalin lebih baik, dan bekerja sesuai jobdesk masing-masing.

ABSTRACT

Muhamad Fadhil Abdul Qodir, 2020, "Public Relations Strategy in improving the school's positive image of students' interest in choosing office administration majors in SMK PGRI 01 Semarang". Thesis Department of Economic Education Faculty of Economics, Semarang State University. Mentor

Keywords: Public Relations Strategy, School Image

Image is something abstract (intangible) and cannot be measured in certain nominal sizes.. high levels of society against SMK PGRI 01 Semarang in the current time with increasingly intense competition with public or private schools in the city of Semarang. So that the PGRI 01 Semarang Vocational School needs to be aware of and increase public trust. The objectives of this study are (1) to find out the public relations strategy in SMK PGRI 01 Semarang, (2) the obstacles found in improving the image in SMK PGRI 01 Semarang, and (3) the efforts made at SMK PGRI 01 Semarang in overcoming \ problems and improve the image of the school.

This type of research is descriptive using a qualitative approach. Data collection methods used in this study were observation, documentation, and interviews. Analysis of the data used is collecting data, reducing data, then presented to draw conclusions.

The results of this study indicate that the public relations strategy in improving the image of SMK PGRI 01 Semarang, namely (1) publication through various media about activities or activities in schools (2) establishing positive communication with outsiders (3) the school acts as a good image maker with how to improve student achievement. Constraints that are often encountered come from within, namely the coordination pattern is not well established, PR has not been considered as an important part, HR is not professional. Efforts are made to lead students to behave well and to achieve more, intensify coordination so that they are well established.

The conclusion of this research is the strategy of public relations in improving the image of SMK PGRI 01 Semarang is quite good and effective, although there are still obstacles that can be found that can hamper the efforts made by public relations to improve the image of schools. Suggestions that can be given are: 1) Creating a permanent public relations management structure 2) Public relations management should be graduates with public relations background, 3) Improve coordination between management so that they are better intertwined, and work according to their respective jobdesk,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	vii
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Cakupan Masalah.....	11
1.3 Rumusan masalah.....	11
1.4 Pertanyaan wawancara.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Manfaat teoritis.....	13
1.8 Manfaat Secara Praktis.....	13
1.9 Orisinalitas Penelitian.....	13
2. Kajian pustaka.....	14
2.1 Hubungan Masyarakat (Humas).....	14
2.1.1 Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas).....	14
2.1.2 Ciri-Ciri Humas.....	15
2.1.3 Fungsi Humas.....	16
2.1.4 Asas-Asas Humas.....	19
2.1.5 Ruang Lingkup Humas.....	23
2.1.6 Tugas Humas.....	28
2.1.7 Strategi Humas.....	34
2.1.8 Media Humas.....	39
2.1.8.1 Media Internal.....	41
2.1.8.2 Media Eksternal Humas.....	44

2.10	2.2	Kerangka Teoritis.....	52
2.11	2.3	Kerangka Berpikir.....	62
3. METODE PENELITIAN.....			57
3.1		Pendekatan dan Desain Penelitian.....	72
3.2		Fokus dan Lokus Penelitian.....	72
3.3		Sumber Data Penelitian.....	73
3.4		Teknik Pengumpulan Data.....	73
	3.4.1	Wawancara	73
	3.4.2	Dokumentasi.....	74
3.5		Teknik Keabsahan Data.....	74
	3.5.1	Derajat Kepercayaan (<i>Credibility</i>).....	75
	3.5.2	Keteralihan (<i>Transferability</i>).....	76
	3.5.3	Kebergantungan (<i>Dependability</i>).....	77
	3.5.4	Kepastian (<i>Confirmability</i>).....	77
3.6		Teknik Analisis Data.....	78
	3.6.1	<i>Data Reduction</i> (Reduksi Data).....	78
	3.6.2	<i>Data Display</i> (Penyajian Data).....	79
	3.6.3	<i>Conclusion Drawing/Verification</i>	79
4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....			80
4.1		Deskripsi Lokasi Penelitian.....	80
	4.1.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	80
	4.1.2	Visi dan Misi.....	80
	4.1.3.	Tugas dan Fungsi.....	81
	4.1.4	STRUKTUR ORGANISASI.....	82
4.2		Hasil Penelitian.....	83

4.2.1	Publication.....	83
4.2.2	Event.....	84
4.2.3	News.....	85
4.2.4	Community involnment.....	86
4.2.5	Inform or image.....	87
4.2.6	Lobbying or negotiations	88
4.2.7	Social responcibility.....	88
4.3	Pembahasan.....	89
4.3.1.	STRATEGI HUMAS.....	90
4.3.2.	Kendala Strategi Humas.....	92
4.33.	Upaya Strategi Humas	94
5.	PENUTUP.....	96
5.1.	Simpulan.....	96
5.2.	Saran.....	97

Daftar lampiran

Lampiran 1 surat izin penelitian	98
Lampiran 2 surat izin observasi.....	99
Lampiran 3 surat keterangan selesai penelitian.....	100
Lampiran 4 profil sekolah	101
Lampiran 5 Data Ruang.....	103
Lampiran 6 Data Prestasi Sekolah	104
Lampiran 7 Daftar Pertanyaan wawancara.....	105
Lampiran 8 Tanggal Pelaksanaan Penelitian.....	108
Lampiran 9 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	109
Lampiran 10 Instrumen Penelitian.....	114
Lampiran 11 Transkrip Wawancara.....	117
Lampiran 12 Lampiran Analisi Data.....	142
Lampiran 13 Foto kegiatan	158

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	52
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir	70

BAB I

PEDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pendidikan merupakan suatu sarana dalam upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Pada era globalisasi saat ini semua bangsa berkompetisi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya agar mampu bersaing di pasar bebas. Dalam kompetisi tersebut, pendidikan mempunyai peranan sangat penting dan strategis karena pendidikan merupakan salah satu wadah untuk menciptakan kualitas sumber daya manusia. Pendidikan sendiri merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, mulai lahir hingga lanjut usia manusia senantiasa belajar terhadap lingkungan disekitarnya.

Humas memiliki peranan penting dalam setiap lembaga karena humas menjadi salah satu strategi dalam membentuk citra lembaga baik citra positif maupun citra negatif. Dalam hal membentuk citra suatu lembaga, humas biasanya memiliki relasi yang luas. Setiap lembaga pastilah ingin memiliki citra positif di mata masyarakat. Respon terhadap pencitraan suatu lembaga dapat dilihat dari persepsi, realitas, dan opini pada lembaga tersebut. Sudah tentu bukan hal yang mudah untuk mendapatkan citra yang baik di masyarakat, semua itu membutuhkan waktu serta usaha untuk mewujudkannya. Adanya hambatan, peluang, dan tantangan harus mampu dikelola dengan baik oleh semua pihak lembaga. Seorang humas berperan dalam menangani pencitraan suatu lembaga mampu memberikan gagasan yang cemerlang demi peningkatan reputasi mendatang. Strategi yang tepat dan bermanfaat merupakan sarana mencapai citra yang diinginkan.

Humas pada dasarnya merupakan sebuah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang ataupun organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih dukungan publik selain definisi yang dikemukakan

oleh Cutlip, Allen H Centre dan Glen M Broom, Frank Jefskin juga mengemukakan definisi humas yang memperlihatkan pengertian humas yang tidak hanya sebagai mesin pembentuk citra dalam sebuah perusahaan ataupun instansi. Public Relations practice is the planned and sustained effort to establish and maintain goodwill and mutual understanding between an organization and its publics (Jefskin, 1997).

Dari pengertian tersebut, humas menjalankan fungsi manajemen dengan ciri kegiatan yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi dan lembaga umum dan swasta dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka terkait cara mengevaluasi opini publik dengan tujuan untuk sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan guna memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien dengan kegiatan penerangan yang berencana dan tersebar luas.

Humas memang tidak dapat menghindari posisinya yang berada di antara publik internal dan juga eksternal. Maka, humas harus mampu membentuk hubungan yang harmonis dengan publik internal maupun eksternal.

Untuk hubungan dengan publik internal dikenal dengan istilah *internal relations* ketika semua aktivitas humas ditujukan kepada publik internal yang terdiri dari orang-orang yang terkait langsung di perusahaan yaitu karyawan, keluarga karyawan, pemegang saham sampai eksekutif puncak.

Adapun *external relations* adalah aktivitas yang ditujukan kepada pihak eksternal seperti kalangan pers, Pemerintah, dan masyarakat di luar perusahaan yang memerlukan informasi atau penerangan melalui aktivitas publisitas oleh Humas.

Citra adalah pencapaian tujuan dari kegiatan PR. Pengertian citra adalah sesuatu yang abstrak (intangible) dan tidak dapat diukur dalam ukuran nominal tertentu. Ibarat angin yang bertiup maka citra mempunyai wujud yang dapat dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti tanggapan yang positif

maupun negatif seperti sinis yang khususnya datang dari publik (mitra kerja) dan masyarakat pada umumnya. Citra diri kita dilihat oleh orang lain, oleh karena itu kita bias mempromosikan diri kita sendiri melalui CV atau profil yang dapat diperlihatkan ke public, karena membangun citra bukanlah narcissism. Buatlah kesan yang berbeda pada saat orang lain membaca citri diri kita dan buatlah seproporsional mungkin maksudnya tidak dilebih-lebihkan karena harus sesuai dengan kapasitas dan kompetensi kita sendiri jangan pernah berbohong dan menjadi sosok diri orang lain, yang paling penting dalam membangun citra diri janganlah meremehkan atau menghina orang lain.

Lebih mendalam lagi David J Schwartz (1996) dalam bukunya „The Magic of Thingking Big” merangkaikan beberapa hal untuk peningkatan kualitas citra pribadi seseorang antara lain :

1. Percaya anda dapat berhasil, maka andapun akan benar-benar berhasil (Berpikir sukses, jangan berpikir gagal; ingatkan diri anda secara teratur bahwa anda lebih baik daripada yang anda kira; percaya besar)
2. Sembuhkan diri anda dari dalih, penyakit kegagalan.
3. Bangun kepercayaan dan hancurkan ketakutan (depositokan hanya pikiran positif dalam bank ingatan anda, miliki paandangan seimbang mengenai orang lain, kembangkan sikap penuh pengertian, duduklah selalu dikursi yang paling depan, biasakan mengadakan kontak mata, berjalan 25 % lebih cepat, tersenyum lebar)
4. Ingat berpikir besar selalu memberikan imbalan (jangan mengidap kompleks imperioritas, gunakan kosakata pemikir besar, bentangkan visi anda, dapatkan pandangan besar mengenai pekerjaan anda dan jangan berpikir tentang hal-hal yang sepele)
5. Bagaimanakah berfikir dan bermimpi secara kreatif (percaya bahwa sesuatu dapat dilakukan, jangan biarkan tradisi melumpuhkan pikiran anda, bertanyalah pada diri sendiri setiap hari : ”bagaimanakah saya dapat bekerja dengan lebih baik?”, bertanyalah pada diri sendiri,

:bagaimanakah saya dapat bekerja lebih banyak?”, praktikan bertanya dan mendengarkan dan bentangkan pikiran anda)

Citra sekolah adalah kesan yang kuat yang melekat pada seseorang, sekelompok orang atau tentang suatu insitusi, Citra sekolah dalam hal ini dapat dibedakan menjadi citra sekolah unggulan dan non unggulan dimana definisi sekolah yang memiliki citra sebagai sekolah yang unggul memunculkan konsep pengertian sekolah unggulan. Secara struktural *public relations* merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan/organisasi, dan bukan merupakan fungsi yang terpisah dari sistem manajemen suatu perusahaan/organisasi. Hal ini bisa dibuktikan bahwa humas/PR dalam upaya menyelenggarakan komunikasi timbal balik antar organisasi/lembaga dengan publiknya tersebut dapat menentukan sukses tidaknya dalam upaya meraih citra positif. Citra positif lembaga pada publik akan mempengaruhi tercapainya visi, misi dan tujuan lembaga, karena publik akan lebih mempercayai lembaga tersebut dan akan mendukungnya secara sukarela. Menurut Ruslan (2002: 28-29) terdapat empat garis besar aktivitas utama humas yaitu sebagai: *communicator, relationship, back up management, dan good image maker*.

Kemajuan teknologi juga ikut mendukung dalam keberhasilan kegiatan humas. Penggunaan media humas dapat membantu mempromosikan dan meningkatkan pemasaran suatu produk dan jasa, menjalin komunikasi berkesinambungan, meningkatkan kepercayaan publik, dan meningkatkan citra baik perusahaan atau organisasi (Rumanti 2004: 118). Ada banyak media yang dapat digunakan humas dalam mendukung kegiatannya, seperti media cetak maupun media elektronik. Contoh dari media cetak sendiri dapat berupa koran, majalah, brosur, pamflet *billboard* dan lain sebagainya. Sedangkan untuk media elektronik, contohnya seperti televisi, radio, *handphone* dan juga internet (website *e-mail* dan media sosial).

APA ITU STRATEGI?

J L Thompson (1995) mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir, hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi. Strategi yang luas untuk keseluruhan organisasi dan strategi kompetitif untuk masing-masing aktifitas, Sementara itu, strategi fungsional mendorong secara langsung strategi kompetitif. Bennett (1996) menggambarkan strategi sebagai arah yang dipilih organisasi untuk diikuti dalam mencapai misinya Mintzberg menawarkan lima kegunaan dari kata strategi, yaitu :

1. Sebuah rencana – suatu arah tindakan yang diinginkan secara sadar
2. Sebuah cara – suatu manuver spesifik yang dimaksudkan untuk mengejar lawan atau kompetitor.
3. Sebuah pola – dalam suatu rangkaian tindakan
4. Sebuah posisi - suatu cara menempatkan organisasi dalam sebuah lingkungan

Kusnadi dan Agustina Hanafi (1999:326-328) menyarankan untuk memperhatikan dan mempertimbangkan isu dibawah ini dalam mengkomunikasikan strategi.

Sifat kandungan strategi. Makin-luas dan cepat informasi strategis tersebut maka makin besar pula kemungkinan strategi tersebut untuk sampai pada pesaing. Oleh karena itu, ada baiknya bila strategi tidak dikomunikasikan secara terbuka. Tindakan ini diperlukan agar strategi tidak bocor sebelum diimplementasikan.

Dampak politis dari strategi. Ketika strategi diimplementasikan, bisa saja pihak-pihak yang tadinya mendukung akhirnya menjadi penentang. Namun pada umumnya, bila manajer puncak ikut dalam perumusan strategi, maka implementasi strategi tidak mengalami penyimpangan yang cukup berat bilapun terjadi penyimpangan terjadi, maka ada dua kemungkinan penyebabnya; (a) lingkungan eksternal terlalu kuat dan belum teranalisis secara benar dan menyeluruh, dan (b) terjadi konspirasi antara orang dalam dan perusahaan pesaing

Harapan yang diinginkan dari implementasi strategi. Publikasi strategi akan memberi alat evaluasi pada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Publikasi tersebut dapat juga meningkatkan dan membatasi harapan atas masa depan organisasi yang dapat meningkatkan kualitas manajemen. Itu sebabnya, maka publikasi strategi bisa juga menjadi introspeksi dengan menunjukkan apa yang akan dicobakan atau bagaimana sebaiknya tujuan yang telah dirumuskan tersebut.

Dampak motivasi dan strategi. Strategi bisa berdampak positif atau negatif karena itu, dalam mengumumkan strategi, sebaiknya harus dipertimbangkan dengan baik, sehingga pengumuman tersebut tidak akan menghantam balik organisasi.

Dampak keputusan organisasi. Strategi kerap perlu dipahami secara bertahap atas posisi organisasi, operasional organisasi, dan rencana pencapaian tujuan. Dengan diumumkan strateginya, berarti sudah menutup dan menghentikan perumusan strategi karena akan mulai memasuki implementasi strategi. Namun, menutup dan menghentikan formulasi itu tak selalu diinginkan

Strategi humas atau aspek-aspek pendekatan humas atau PRO dalam menjalankan tanggung jawab dan fungsinya untuk menciptakan iklim yang kondusif antara perusahaan dengan publiknya untuk tujuan bersama adalah sebagai berikut :

1. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan program kemasyarakatan (*sociologi approach*), melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat di berbagai media masa. Artinya pihak humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (*listening*), dan bukan hanya sekedar mendengar (*hear*) mengenai aspirasi yang ada di dalam masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut.

2. Pendekatan persuasif dan edukatif

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan menggunakan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya.

3. Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Menumbukan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasarnya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

4. Pendekatan kerjasama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (*internal relations*) maupun hubungan keluar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerjasama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilkannya agar diterima aatau mendapat dukungan dari masyarakat (publik sasarnya). Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (*community relations*), dan untuk memperoleh opini publik sert perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak.

5. Pendekatan koordinatif dan integratif

Untuk memperluas peranan PR di masyarakat, maka fungsi humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga atau institusinya. Tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan keetahanan nasional di bidang politik, ekonomi, sosial budaya (Poleksosbud) dan Hamkamnas. (Ruslan, 2014:143-144)

Keberadaan humas menjadi sangat penting dan diharapkan dapat membantu pimpinan sekolah yaitu kepala sekolah dan Wakil kepala sekolah dalam menyampaikan dan menyebarkan informasi dalam bidang akademik maupun non akademik kepada publik, baik internal maupun eksternal agar tujuan dan visi sekolah dapat tercapai. Untuk mendukung visi sekolah tersebut, humas SMK PGRI 01 Semarang mempunyai strategi yaitu dengan mendorong pada reputasi melalui kegiatan publikasi.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti di SMK PGRI 01 Semarang menunjukkan bahwa strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah masih belum optimal. Wawancara dengan bu septi selaku guru Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang pada tanggal 13 februari 2019 menyatakan bahwa minat siswa dalam memilih jurusan Administrasi perkantoran jika dilihat dari segi antusias siswa sebenarnya sudah cukup baik bahkan cenderung meningkat dalam 3 tahun terakhir, bahkan untuk peminat administrasi perkantoran di smk pgri lebih banyak dibanding peminat jurusan akuntansi, itu disebabkan karena siswa berpikir kalau Administrasi Perkantoran lebih gampang dibanding Akuntansi yang penuh akan hitungan, sebenarnya itu bagus untuk Administrasi perkantoran karena peminat makin banyak tapi mereka juga harus berpikir mana siswa yang benar-benar berkompeten dan pas sesuai bakatnya untuk masuk AP atau hanya sekedar ikut-ikutan teman maka dari itu sekolah menyediakan tes khusus untuk menentukan peserta didik ini layak masuk AP atau Akuntansi, tapi strategi dan peran humas belum optimal. Ini dikarenakan kurangnya lahan untuk mengembangkan fasilitas sekolah, banyaknya pesaing di lingkungan sekitar, dan karena jurusan di smk pgri Cuma ada 2 yaitu administrasi perkantoran dan akuntansi.

Kedua, humas SMK PGRI 01 Semarang memanfaatkan kemajuan teknologi dengan mengikuti perkembangan tren yaitu menggunakan media sosial sebagai media penyebaran informasi seperti *instagram*, *facebook*, *website* dan lain sebagainya, karena anak muda sekarang menginginkan media yang simple, cepat, dan praktis. Ketiga, di samping media-media elektronik tersebut, humas SMK

PGRI juga menggunakan media cetak seperti koran dan juga brosur. Koran digunakan untuk memuat berita-berita yang bersifat panjang.

Sejauh ini berdasarkan informasi dari narasumber target dari humas SMK PGRI 01 Semarang sudah 80% tercapai. Hanya saja terdapat banyak masalah yang ditemui seperti minimnya anggaran yang diterima oleh humas, serta kurangnya kerja sama dari siswa, . Selain masalah anggaran, kurangnya kerja sama dari siswa juga menjadi masalah sendiri, mengingat siswa sebagai *stakeholder* utama humas. Berita yang menjadi prioritas humas yaitu prestasi siswa, namun siswa dalam mengadakan kegiatan-kegiatan kurang konfirmasi sehingga terkadang ada beberapa kegiatan yang tidak *terpublish*.

Berdasarkan hasil wawancara kepada salah satu guru SMK PGRI 01 Semarang yaitu Pak Sahrul beliau mengatakan : selaku pelaku media diperoleh informasi bahwa mereka mengakui bahwa penggunaan media baik *online* dan *offline* sudah berjalan dengan baik namun belum terlalu maksimal, mereka jarang memperbaharui tampilan media sosial dan tidak selalu *mengupdate* informasi-informasi terbaru, menurut mereka belum terlalu maksimal, seperti penjelasan dari informan seperti ini :

“media promosinya website ada, instagram, pamflet, brosur, kemudian ada MMT pohon, spanduk, iya itu saja sih.”

“Kemarin itu kebetulan saya bertugas di pembagian brosur pada saat di SMK kita sudah tidak bisa apa-apa. Saya langsung lari ke SMA, saya langsung membagi tugas kepada anggota-anggota Bapak/Ibu guru untuk ke SMA menyebarkan brosur. Karena memang benar yang ke SMA lebih banyak mungkin 2 kali lipat, karena saya membagi brosur di SMA-SMA yang biasanya sedikit itu malah sekarang jadi banyak sekali. Di SMA 10 saja sampai habi 300 brosur padahal biasanya juga tidak sampe segitu”

Berdasarkan hasil wawancara dengan 3 siswa pada tanggal 10 februari 2019 menunjukkan bahwa meningkatnya peminat siswa memilih jurusan Administrasi perkantoran dikarenakan motivasi siswa dalam memilih jurusan Administrasi Perkantoran dikarenakan mereka menganggap bahwa jurusan Administrasi Perkantoran lebih mudah dibandingkan jurusan Akuntansi. Siswa

antusias dalam memilih jurusan ap, namun siswa juga ada yang merasa salah mengambil jurusan dikarenakan mereka kurang mengetahui dengan baik apa itu Administrasi perkantoran yang mereka ketahui Administrasi Perkantoran hanya menulis seperti salah satu kutipan wawancara berikut ini :

1. Mengapa Anda lebih memilih jurusan Administrasi Perkantoran dari pada jurusan Akuntansi?

Jawab : lebih mudah pelajarannya

2. Apakah Anda mengetahui Administrasi Perkantoran itu apa?

Jawab : administrasi perkantoran itu menulis seperti menjadi sekretaris

Kurang optimalnya motivasi belajar siswa akan membuat rendahnya prestasi belajar siswa. Jika motivasi belajar siswa rendah dan sekolah tidak mampu untuk mengatasi masalah ini maka akan menghambat tercapainya kinerja sekolah dan mengancam kelangsungan sekolah. Sekolah swasta dalam menyediakan jasa pendidikan perlu meningkatkan mutu pendidikan dengan meningkatkan motivasi siswanya untuk belajar. Motivasi belajar siswa yang tinggi akan menghasilkan karakter positif bagi siswa dan sekolah swasta serta tak luput munculnya citra yang baik dan memikat kepercayaan masyarakat untuk bersekolah di sekolah swasta terutama jurusan administrasi perkantoran.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka saya tertarik untuk meneliti tentang Humas dengan judul Strategi Humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang

1.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengidentifikasi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah guna meningkatkan minat siswa memilih program Administrasi Perkan\toran di Smk pgri 01

Semarang ini sudah dijalankan dengan baik sesuai dengan yang mereka harapkan walaupun ada beberapa kendala terkait PPDB tahun ini karena adanya sistem zonasi di sekolah sekolah negeri, mereka harus merubah strategi PPDB tahun lalu dengan yang baru supaya bisa mencapainya target mereka yaitu 5 kelas, 3 kelas untuk Ap dan 2 kelas untuk Akuntansi, sekolah dalam menentukan siswa baru ini bisa masuk Administrasi Perkantoran / Akuntansi mereka melakukan tes kepada siswa baru pada saat hari ke 3 mos mereka diberi waktu untuk mengerjakan soal, setelah itu baru bisa ditentukan siswa ini kemampuannya ada di Akuntansi / Administrasi Perkantoran itu dilakukan juga untuk lebih mendonngkrak prestasi sekolah yang akhir-akhir ini menurun

Disiplin dalam belajar siswa kurang, hal ini ditunjukkan dengan jawaban siswa saat diwawancarai bahwa mereka hanya mengetahui Administrasi Perkantoran hanya sekilas saja tidak / belum mengetahui secara mendalam

1.2 Cakupan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan diketahui banyak faktor yang mempengaruhi minat siswa. Agar pembahasan tidak terlalu meluas, dan sesuai dengan bidang kajian maka peneliti membatasi penelitian ini pada Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran di smk PGRI 01 Semarang

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- Bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra positif guna meningkatkan minat siswa memilih AP di smk PGRI 01 Semarang ?
- Apa saja kendala yang dihadapi humas SMK PGRI 01 Semarang?
- bagaimana cara humas dalam mengatasi masalah tersebut?

1.4 Pertanyaan wawancara

1. Bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra positif SMK PGRI 01 Semarang?
2. Apa masalah yang dihadapi humas dalam meningkatkan citra positif itu sendiri?
3. Bagaimana cara menghadapi masalah itu?
4. Bagaimana jumlah peminat jurusan administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang dalam 3 tahun terakhir, meningkat atau menurun?
5. faktor apa yang mempengaruhi ?
6. di smk PGRI ini lebih banyak peminat **AP** atau **AKT**?
7. Berapa jumlah siswa yang mendaftar dan diterima dari jurusan ap di SMK PGRI?

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang dikemukakan adalah:

1. Untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan citra positif SMK PGRI 01 SEMARANG
2. Untuk mengetahui kendala kendala yang dihadapi humas SMK PGRI 01 Semarang dan bagaimana cara mengatasinya

1.6 MANFAAT PENELITIAN

1.6.1 Manfaat teoritis

Menambah pengetahuan yang dapat digunakan sebagai acuan di bidang penelitian humas. Bagi lembaga akademik diharapkan dapat memberikan masukan dalam pengembangan dan pengetahuan terutama di bidang kehumasan

1.6.2 Manfaat secara praktis

1. Bagi siswa

Bahan refleksi atas sinkronisasi terkait materi yang di dapatkan di bangku sekolah baik teori maupun praktik untuk diterapkan dalam realita yang ada

2. Bagi SMK PGRI 01 Semarang

Bahan masukan dan umpan balik terkait dengan materi penelitian yang diambil untuk perbaikan pengelolaan di ranah pendidikan

3. Bagi masyarakat

Untuk menambah informasi tentang sekolah sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam memilih sekolah menengah kejuruan untuk pendidikan lanjutan

1.7 Orisinalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penelitian sebelumnya tentang peran humas dalam meningkatkan citra positif universitas negeri semarang yang ditulis oleh Erviana Erma .

Kebaruan penelitian yang akan dilakukan ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada pengembangan variabel bebasnya. Adapun variabel bebas penelitian ini adalah strategi humas. Variabel-variabel tersebut dikembangkan sesuai dengan keadaan sekarang yang dapat mempengaruhi minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hubungan Masyarakat (Humas)

2.1.1 Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas)

Istilah hubungan masyarakat atau *public relations* pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat, Thomas Jefferson, pada tahun 1807. Pada waktu itu yang dimaksud dengan *public relations* adalah *foreign relations* atau hubungan luar negeri.

Menurut Cutlip (2007: 5) Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur individual dan organisasi yang punya kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan program aksi dalam rangka mendapatkan pemahaman dan penerimaan publik.

Sedangkan Suryosubroto (2001: 15) mengemukakan bahwa Humas adalah suatu kegiatan yang dilakukan bersama-sama antara lembaga dan masyarakat dengan tujuan memperoleh pengertian, kepercayaan, penghargaan, hubungan harmonis, serta dukungan (*goodwill*) secara sadar dan sukarela.

Berdasarkan pendapat para ahli tentang pengertian Humas diatas, dapat disimpulkan bahwa Humas merupakan suatu fungsi manajemen yang kegiatannya mengatur hubungan antara organisasi atau lembaga dengan publik (masyarakat)

dengan tujuan memperoleh saling pengertian, dan menjalin hubungan harmonis agar mereka dapat mendukung organisasi atau lembaga tersebut secara sukarela.

2.1.2 Ciri-Ciri Humas

Berfungsi tidaknya Humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukkan ciri-cirinya. Ciri-ciri Humas menurut Effendy (1999: 24) adalah sebagai berikut:

- Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik
- Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi
- Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik eksternal dan publik internal

Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

Menurut Ruslan (2002: 117) Humas mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

- Informasi atau pesan yang disampaikan harus berdasarkan pada kebutuhan atau kepentingan khalayak sebagai sasarannya.

- PR sebagai komunikator dan sekaligus mediator berupaya membentuk sikap, dan pendapat yang positif dari masyarakat melalui rangsangan atau stimulasi.
- Mendorong publik untuk berperan serta dalam aktivitas perusahaan/organisasi, agar tercipta perubahan sikap dan penilaian (perubahan dari situasi negatif diubah menjadi situasi yang positif).
- perubahan sikap dan penilaian dari pihak publik dapat terjadi maka pembinaan atau pengembangan terus menerus dilakukan agar peran serta tersebut terpelihara dengan baik.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas tentang ciri-ciri Humas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ciri-ciri Humas adalah sebagai berikut: (1) Humas sebagai komunikator antara organisasi dengan publik (masyarakat), dan (2) Humas membina hubungan harmonis dengan publik (masyarakat), agar mereka mau mendukung secara sukarela sehingga mempengaruhi tercapainya tujuan organisasi.

2.1.3 Fungsi Humas

Fungsi atau peranan adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh *public relations* sesuai dengan kedudukannya sebagai seorang *public relations*. Jadi, *public relations* dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.

Menurut Kriyanto (2012: 21) secara garis besar fungsi *public relations* adalah sebagai berikut:

- Memelihara komunikasi yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya (*maintan good communication*)
- Melayani kepentingan publik dengan baik (*serve public's interest*)
- Memelihara perilaku dan moralitas perusahaan dengan baik (*maintain good morals & manners*)

Sedangkan menurut Harlow dalam Ruslan (2002: 34-35) fungsi Humas adalah sebagai berikut:

Public relations sebagai *methode of communication*

PR/Humas merupakan rangkaian atau sistem kegiatan (*order or system of action*), melalui kegiatan komunikasi secara khas. Artinya, sebagai metode komunikasi terdapat makna bahwa setiap pimpinan dari sebuah organisasi bagaimanapun kecilnya dapat melaksanakan fungsi-fungsi *public relations*.

Public relations sebagai *state of being*

Dalam pengertian ini adalah perwujudan suatu kegiatan komunikasi yang “dilembagakan” kedalam bentuk biro, bagian, divisi atau seksi itulah dimaksudkan sebagai “*state of being*” dalam sistem manajemen kehumasan. Artinya terdapat orang yang memimpin atau pejabat humas suatu kelembagaan tertentu.

Menurut Cutlip (2007: 11) bagian-bagian dari fungsi humas mencakup aktivitas sebagai berikut:

- Hubungan Internal
- Publisitas
- *Advertising*
- *Press Agency*
- *Public Affairs*
- *Lobbying*
- Manajemen Isu
- Hubungan Investor
- Pengembangan

Bernay dalam Ruslan (2002: 20) menjelaskan bahwa humas mempunyai tiga fungsi utama, yaitu:

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung
3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Dari pemaparan fungsi humas tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan atau merupakan ciri khasnya yang dikaitkan dengan proses dan fungsi manajemen humas, yaitu sebagai berikut:

Menunjukkan kegiatan tertentu (*action*)

Kegiatan yang jelas (*activities*)

Adanya perbedaan khas dengan kegiatan lain (*different*)

Terdapat suatu kepentingan tertentu (*important*)

Adanya kepentingan bersama (*common interest*)

Terdapat komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*)

2.1.4 Asas-Asas Humas

Menurut Suryosubroto (2001: 23-25) untuk melaksanakan tugas-tugas secara efektif dan efisien, Humas harus memperhatikan asas-asas srbagai berikut:

Asas Objektif dan Resmi

Semua informasi atau berita yang disampaikan kepada masyarakat harus berupa suara resmi dari suatu instansi atau lembaga. Oleh karena itu, informasi yang disebarluaskan tidak boleh bertentangan dengan kebijaksanaan yang tengah dijalankan. Dalam hal ini penelitian dan pengontrolan kegiatan humas oleh atasan memegang peranan yang sangat penting agar terhindar dari kemungkinan pemberitaan yang tidak tepat atau merugikan.

Asas Organisasi yang Tertib dan Disiplin

Humas akan berfungsi apabila tugas-tugas pokok organisasi atau lembaga berjalan lancar, efektif, serta memiliki hubungan kerja ke dalam dan ke luar organisasi yang efektif pula. Situasi tersebut memungkinkan informasi atau berita yang disebarakan tidak berbeda dengan kenyataan.

Asas Mendorong Partisipasi

Informasi harus bersifat mendorong tumbuhnya minat masyarakat agar ikut berpartisipasi atau memberikan dukungan secara wajar. Oleh karena itu, informasi atau berita yang disampaikan kepada masyarakat tidak sekedar dilihat dari kepentingan organisasi, tetapi harus dilihat dari pihak penerima informasi.

Asas Kontinuitas Informasi

Humas harus berusaha agar masyarakat memperoleh informasi secara kontinu sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, masyarakat memiliki gambaran yang lengkap dan menyeluruh tentang keadaan atau masalah yang dihadapi suatu organisasi atau lembaga.

Asas Pemerhatian Respons Masyarakat

Respons yang timbul di kalangan masyarakat sebagai *feed back* harus mendapat perhatian sepenuhnya. Respons masyarakat dapat berbentuk saran, pendapat, kritik, keluhan dan pertanyaan. Semua respons itu harus disaring agar dapat digunakan untuk memperbaiki kegiatan-kegiatan dalam rangka memenuhi harapan masyarakat. Seorang pemimpin tidak boleh merasa takut atau menghindari respons masyarakat, terutama kritik. Berdasarkan respons

masyarakat tersebut, seorang pimpinan dapat memperoleh pengalaman baru yang mungkin belum pernah terpikirkan sebelumnya. Dengan demikian, di dalam humas terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan (lembaga) dan publiknya sehingga timbul opini publik yang menguntungkan badan atau lembaga tersebut.

Sedangkan menurut Syamsi dalam Suryosubroto (2001: 8-11), agar kegiatan Humas dapat dilaksanakan dengan baik, terdapat beberapa asas yang perlu diperhatikan, yaitu:

- Asas Pemberitaan Resmi dan Objektif

Pada dasarnya informasi yang diberikan oleh bagian humas adalah informasi resmi dari instansi. Oleh karena itu, informasi humas harus objektif dan tidak berlebihan.

- Asas Pemantauan Keberesan Intern Instansi

Sukses tidaknya pelaksanaan kegiatan humas ditentukan oleh baik tidaknya keadaan intern instansi bersangkutan. Hubungan baik dengan publik didasarkan pada pelaksanaan kegiatan yang baik pula dari instansi bersangkutan. Hubungan baik dengan publik didasarkan pada pelaksanaan kegiatan yang baik pula dari instansi sebagai suatu keseluruhan. Keberesan intern tersebut dapat menyangkut berbagai hal, misalnya disiplin, moral (akhlak), moril (dorongan/semangat kerja), serta cara dan prosedur kerja.

- Asas Pertimbangan dan Pengusahaan Dukungan Publik

Sebelum mengadakan kegiatan humas, kita harus mempertimbangkan terlebih dahulu berbagai kemungkinan dukungan publik karena kegiatan atau proyek yang dianggap bertentangan dengan kepentingan umum pasti memperoleh hambatan. Kegiatan yang diharapkan dapat memperoleh dukungan pun, kemungkinan besar harus didahului dengan usaha penyadaran publik tentang manfaat kegiatan humas. Hal itu dilakukan agar publik ikut mendukung dan menyukseskannya.

- Asas Pelaksanaan Hubungan

Apabila hubungan dengan publik sudah berjalan, usahakanlah hubungan tersebut dipertahankan dengan baik. Jangan sampai salah satu antara publik merasa kecewa sehingga memutuskan hubungan kerja sama.

- Asas Pemerhatian Opini Publik

Opini atau suara publik hendaknya diperhatikan dengan baik. Kritik-kritik, kelakuan-kelakuan, pertanyaan-pertanyaan, pendapat-pendapat, dan saran-saran membangun hendaknya diperhatikan pula. Meskipun pada awalnya hubungan mendapat dukungan penuh, dalam proses selanjutnya mungkin terjadi hal-hal kurang memuaskan, kurang tepat, atau bertentangan dengan kepentingan umum. Mungkin terdapat pula rasa memiliki (*sense of belonging*) dari publik sehingga mereka ingin memberikan saran-saran bagi penyempurnaan suatu instansi.

- Asas Peningkatan Mutu dan Kegiatan

Petugas harus memikirkan dan mengusahakan agar mutu kegiatan ditingkatkan sesuai dengan perkembangan instansinya. Peningkatan mutu tersebut dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kecakapan atau keahlian para petugas humas. Selain itu, dapat pula meningkatkan teknik penyajian agar tidak membosankan sehingga lebih menarik perhatian publik.

Kuswantoro (2015: 128-29) menyebutkan asas-asas Humas yaitu sebagai berikut:

Asas Pemberitaan Resmi, Objektif dan Aktual

informasi yang disampaikan berasal dari organisasi jadi bersifat resmi dan sesuai dengan keadaan sebenarnya dan juga terbaru

Asas Pemantauan Keberesan Intern Organisasi

Kelancaraan dalam melakukan kegiatan organisasi harus dilakukan secara disiplin sesuai tugas dan tanggung jawabnya, moral yang baik dapat menciptakan hubungan yang baik antar semua anggota instansi, moral yang sesuai dengan tanggung jawab pada tugasnya, dan aturan yang dapat dijalankan agar tercapainya tujuan organisasi.

Asas Pertimbangan dan Pengusahaan Dukungan Publik

Kegiatan atau informasi yang dikerjakan itu berhubungan dengan masyarakat maka organisasi/humas berusaha agar mendapat dukungan dan tanggapan dari publik juga.

Asas Keberlangsungan Hubungan

Hubungan yang telah dijalin antara humas dan masyarakat harus tetap dijaga dengan baik agar dapat memperlancar tujuan humas itu sendiri

Asas Pemerhati Opini Publik

Respon atau tanggapan yang baik ataupun yang buruk dari masyarakat harus diperhatikan untuk atau sebagai bahan perbaikan kegiatan humas

Asas Peningkatan Mutu dan Kegiatan

Dengan memperhatikan opini publik yang dapat memperbaiki kegiatan dan mutunya maka dapat meningkatkan partisipasi dan dukungan publik yang lebih baik.

Dari pendapat para ahli di atas mengenai fungsi Humas, dapat disimpulkan secara umum bahwa fungsi Humas yaitu :

Asas Objektif dan Resmi

Informasi yang disampaikan oleh Humas adalah resmi bersumber dari organisasi tersebut, dan bersifat apa adanya.

Asas Kelangsungan Hubungan

Humas harus tetap menjalin hubungan yang baik dan harmonis dengan publiknya (masyarakat), agar mereka tetap mendukung dan percaya kepada organisasi.

Asas Pemerhati Respon dan Opini Publik

Humas harus dapat memperhatikan respons yang diberikan oleh masyarakat baik itu berupa saran, masukan maupun kritik yang nantinya dapat dijadikan bahan masukan oleh organisasi. Seorang Humas juga harus mampu menjalin hubungan harmonis dengan publik agar tercipta opini publik yang positif.

2.1.5 Ruang Lingkup Humas

Kegiatan Humas yang dikonseptualisasi dan dioperasionalisasi oleh sebuah organisasi, meskipun pada hakikatnya mempunyai persamaan, dalam hal-hal tertentu memiliki perbedaan-perbedaan yang disebabkan oleh jenis organisasinya yang memang berbeda. Menurut Effendy (1999: 37-44) ruang lingkup humas berdasarkan ciri dan fungsinya yaitu sebagai berikut:

Hubungan Masyarakat Pemerintahan

Humas dalam pemerintahan dianggap sangat penting karena falsafah negara dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat, seperti yang dianut oleh negara demokrasi liberal seperti Amerika Serikat, membuat pelayanan kepada rakyat merupakan kewajiban utama. Rakyat turut mengawasi tindak-tanduk pemerintahan, apabila tidak sesuai dengan aspirasi rakyat, rakyat secara cepat mengkritiknya. Demikianlah, maka lembaga-lembaga pemerintahan dari tingkat pusat sampai tingkat daerah dilengkapi dengan bagian humas untuk mengelola informasi dan opini publik. Informasi mengenai kebijaksanaan pemerintah disebarkan seluas-luasnya, dan opini publik dikaji dan diteliti seefektif-efektifnya untuk keperluan pengambilan keputusan dan penentuan kebijaksanaan berikutnya.

Hubungan Masyarakat Perusahaan

Istilah perusahaan disini mengandung makna yang luas, berarti *business, company, firm, agency* dan lain-lain organisasi yang dengan manajemennya berusaha memperoleh keuntungan finansial. Oleh karena perusahaan merupakan organisasi yang memiliki kekhasan dalam sifat, fungsi, dan tujuannya, maka humas perusahaan mempunyai kekhasan pula, meskipun dalam aspek-aspek tertentu terdapat kesamaan dengan jenis-jenis humas lainnya.

Hubungan Masyarakat Internasional

Humas internasional menitikberatkan kegiatannya pada publisitas produksi. Humas internasional tidak saja dioperasikan oleh perusahaan-perusahaan dalam ruang lingkup multinasional bidang ekonomi, tetapi juga bidang politik. Berkembangnya teknologi dan kompleksnya masyarakat dunia merangsang para ahli humas untuk bersama-sama bergabung dalam suatu organisasi.

Sedangkan menurut Kriyanto (2012: 23-25) ruang lingkup pekerjaan *public relations* adalah sebagai berikut:

Publication & Publicity,

yaitu mengenalkan perusahaan kepada publik. Misalnya membuat tulisan yang disebarakan ke media, *newsletter*, artikel dan lainnya.

Events,

mengorganisasi event atau kegiatan sebagai upaya membentuk citra. Misalnya stasiun televisi SCTV menggelar acara *SCTV Award*. Program televisi yang dinilai masyarakat ngetop akan mendapat penghargaan dari SCTV.

News,

pekerjaan seorang *public relations* adalah menghasilkan produk-produk tulisan yang sifatnya menyebarkan informasi kepada publik, seperti *press release*, *newsletter*, berita dan lain-lain. Karena itu, dituntut menguasai teknik menulis (*public relations writing*)

Community Involvement,

public relations mesti membuat program-program yang ditujukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat sekitarnya. Misalnya Hotel Santika setiap memperingati HUT RI mengadakan perlombaan yang juga diikuti masyarakat sekitar hotel. *Public relations* juga diharapkan dapat memosisikan perusahaan sebagai bagian dari komunitas. Diharapkan akan muncul perasaan memiliki terhadap perusahaan (*sense of belonging*) dalam diri komunitasnya.

Identity-Media,

merupakan pekerjaan *public relations* dalam membina hubungan dengan media (pers). Sangat penting untuk memperoleh publisitas media. Media adalah mitra kerja abadi *public relations*. Media butuh *public relations* sebagai sumber berita dan *public relations* butuh media sebagai sarana penyebar informasi serta pembentuk opini publik.

Lobbying, public relations

sering melakukan upaya persuasi dan negosiasi dengan berbagai pihak. Keahlian ini tampak dibutuhkan misalnya, saat terjadi krisis manajemen untuk mencapai kata sepakat diantara pihak yang bertikai.

Social Investment,

pekerjaan *public relations* untuk membuat program-program yang bermanfaat bagi kepentingan dan kesejahteraan sosial. Contoh program public relations “Trans TV Peduli Aceh” yang memberikan bantuan dana dan pembuatan rumah bagi korban bencana Tsunami akhir 2004 lalu. Termasuk disini adalah program *Corporate Social Responsibility*.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas mengenai ruang lingkup humas, maka dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup humas meliputi: hubungan masyarakat pemerintah, perusahaan dan internasional dimana Humas mempunyai ruang lingkup pekerjaan yaitu publikasi mengenalkan perusahaan maupun produk kepada publik melalui berbagai media baik elektronik maupun cetak serta menjalin hubungan dengan pers. Menjalinkan hubungan dengan pers (media) menjadi sangat penting karena pers dapat menyebarkan informasi kepada publik dan dapat menciptakan opini publik.

2.1.6 Tugas Humas

Rumanti (2002: 39-42) menyebutkan lima tugas *public relations* sehari-hari adalah sebagai berikut:

Menyelenggarakan dan bertanggungjawab 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. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.

Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Karena mereka ikut menentukan kehidupan organisasi apabila kita tidak saling mengganggu, perlu diajak berunding, demi kebaikan semua pihak tak ada yang dirugikan.

Memperbaiki citra organisasi. Bagi *public relations* citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan seterusnya, tetapi terletak pada (1) bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi; (2) dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.

Tanggung jawab sosial. *Public relations* merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal dan pers.

Penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau publik yang ada hubungannya dan memerlukan informasi.

Komunikasi. *Public relations* mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral. Perlu juga untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepemimpinan, struktur organisasi.

Sedangkan Kriyanto (2012: 22-23) menyebutkan bahwa *public relations* adalah fungsi manajemen yang tugasnya adalah sebagai berikut:

Membantu memelihara dan menjaga komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dan publiknya

Mencakup manajemen masalah dan isu-isu

Membantu manajemen selalu memberikan informasi pada dan responsif terhadap opini publik

Mendefinisikan dan menekankan pada tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik

Membantu manajemen selalu mengikuti dan memanfaatkan perubahan

Melayani sistem pencegahan awal untuk mengantisipasi tren

Menggunakan riset dan teknik komunikasi yang beretika sebagai alat-alat pokok.

Ruslan (2016: 23) mengungkapkan bahwa ruang lingkup tugas *public relations* dalam sebuah organisasi/lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut:

Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

Membina hubungan ke luar (publik eksternal)

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

Berdasarkan pendapat para ahli diatas mengenai tugas Humas, maka dapat disimpulkan bahwa tugas Humas yaitu sebagai komunikator, dimana Humas menyebarkan informasi terkait organisasi kepada publik (masyarakat) melalui berbagai media baik media elektronik maupun media cetak dalam bentuk tulisan, gambar, video dan lain sebagainya. Selain itu Humas juga harus menjaga hubungan baik dengan publiknya baik itu internal maupun eksternal, agar mereka mau mendukung secara sukarela sehingga terbentuk opini publik positif dan meningkatkan citra organisasi.

2.1.7 Strategi Humas

Strategi humas dalam hal ini adalah suatu cara alternatif optimal yang dipilih untuk melaksanakan atau ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas. Di sekolah dikenal adanya kegiatan publisitas

keluar (eksternal) dan publisitas kedalam (internal) seperti yang dikemukakan oleh Suryosubroto (2012:25) berikut.

a) Kegiatan publisitas keluar (Eksternal)

Kegiatan ini selalu ditunjukkan kepada publik atau masyarakat diluar sekolah. Terdapat dua kegiatan yang dapat dilakukan, yakni kegiatan tidak langsung dan kegiatan langsung atau tatap muka. Kegiatan tidak langsung adalah kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat melalui perantaraan media tertentu, misalnya melalui televisi, radio, media cetak, pameran, dan penerbitan majalah. Kegiatan langsung atau tatap muka adalah kegiatan yang dilaksanakan secara langsung misalnya rapat dengan pengurus BP3 (badan Pembantu Penyelenggara Pendidikan), konsultasi dengan tokoh masyarakat, dan melayani kunjungan tamu.

1) Penyebaran informasi melalui televisi

Berhasil atau tidaknya penyebaran informasi melalui televisi sebagai media publisitas sekolah bergantung pada program yang telah disiapkan. Dalam program tersebut telah disusun hal hal atau pokok-pokok permasalahan yang akan disajikan kepada pemirsa. Oleh sebab itu penyampaian informasi melalui televisi memerlukan persiapan yang lebih matang daripada melalui radio karena tingkah laku pembicara dapat dilihat publik. Nada dan cara berbicara pun perlu diperhatikan. Selain itu pakaian harus serasi serta gerak dan sikap harus sopan. Dari proses penyebaran informasi melalui televisi akan diperoleh suatu keuntungan yang mana melalui televisi diharapkan semua program kegiatan

sekolah dapat dimengerti orang tua siswa dan masyarakat. Dengan demikian orang tua dan masyarakat bersedia mendukung serta berpartisipasi, baik partisipasi moral maupun materil.

Penyampaian informasi melalui media televisi dapat dilaksanakan dengan berbagai cara, antara lain ceramah, wawancara, cerama dengan alat peraga, diskusi, sandiwara, cerdas tangkas, dan kegiatan kesenian.

2) Penyebaran informasi melalui radio

Radio merupakan media yang sangat penting karena siarannya mampu menjangkau masyarakat luas. Oleh karena itu sekolah dapat memanfaatkan hal penting, seperti waktu pendaftaran siswa baru, kegiatan pendidikan yang dilakukan, atau data sekolah, dapat diinformasikan kepada masyarakat luas melalui radio. Berikut ini beberapa kebaikan penyiaran informasi melalui radio, diantaranya adalah teks yang akan disiarkan dapat dipersiapkan dengan baik sebelum waktu penyiaran, tidak dipengaruhi faktor komunikator, seperti sikap dan tingkah laku, dapat dibantu latar belakang musik, dan dapat melalui batas ruang, waktu, serta jangkauan yang luas.

3) Penyebaran informasi melalui media cetak

Media cetak adalah surat kabar, majalah, buletin, dan sebagainya. Dan semua itu disebut dengan pers. Dalam hubungan dengan kegiatan humas atau publisitas, pers dikatakan sebagai penyebar informasi yang berguna. Menyebarkan berita melalui media cetak mempunyai beberapa keuntungan,

diantaranya adalah dapat mencapai publik yang sangat luas, dapat secara mendadak dipelajari oleh publik bersangkutan, dan dapat diharapkan umpan balik dari publik yang jumlahnya sangat banyak.

Di samping terdapat beberapa keuntungan, media cetak juga mempunyai fungsi yang sangat luas. Di antaranya yaitu, fungsi menyiarkan informasi yang merupakan fungsi utama dari media cetak. Pada hakekatnya manusia membeli surat kabar karena merasa dirinya membutuhkan informasi mengenai berbagai hal atau peristiwa. Lalu fungsi berikutnya adalah fungsi mendidik, dalam media cetak fungsi mendidik bersifat implisit, antara lain berbentuk berita, artikel, tajuk rencana dan berita bergambar.

Media cetak juga berfungsi menghibur, media cetak mampu memberikan hiburan dan refershing bagi pembaca untuk mengimbangi berita berita yang berat serta untuk melemaskan ketegangan pikiran. Media cetak yang bersifat menghibur dapat berupa cerita pendek, teka teki, cerita bersambung, karikatur, dan sebagainya. Lalu fungsi yang terakhir adalah fungsi mempengaruhi. Dalam surat kabar, fungsi mempengaruhi secara implisit terdapat dalam berita, sedangkan secara eksplisit terdapat dalam tajuk rencana dan artikel.

4) Pelaksanaan Pameran di Sekolah

Pameran adalah sebuah arena atau ajang untuk mempertunjukkan hasil pekerjaan dan perkembangan siswa serta kemajuan sekolah kepada warga sekolah pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Persiapan yang perlu dilakukan untuk mengadakan pameran disekolah antara lain, pembuatan brosur, pembuatan

poster atau gambar, pembuatan rencana tertulis secara seksama dan terinci, pembelian barang atau bahan yang diperlukan untuk penyelenggaraan kegiatan, penyeleksian, pengaturan dan pemeliharaan bahan pameran, pengadaan latihan yang cukup bagi siswa yang akan menjadi petugas pameran.

5) Penerbitan majalah

Maksud diterbitkannya majalah atau buletin sekolah adalah agar semua karya dan kegiatan sekolah dapat ditunjukkan kepada masyarakat umum diluar sekolah. Majalah atau buletin tersebut dapat diisi dengan berita-berita sekolah atau artikel-artikel karya warga sekolah.

b) Kegiatan publisitas kedalam (Internal)

Kegiatan publisitas kedalam atau memberikan informasi kepada pihak lembaga/organisasi, Sasarannya adalah warga sekolah, yakni para guru, para tenaga administrasi, dan para siswa. Pada prinsipnya kegiatan internal bertujuan untuk memberi penjelasan tentang kebijaksanaan penyelenggaraan dan pengembangan sekolah, menampung saran dan pendapat warga sekolah yang berhubungan dengan pembinaan dan pengembangan sekolah, memelihara hubungan harmonis sehingga tercipta satu kerja sama antarwarga sekolah

Kegiatan internal dapat dibedakan atas kegiatan langsung yaitu dengan tatap muka dan kegiatan tidak langsung yaitu melalui media tertentu. Kegiatan langsung antara lain berupa rapat dewan guru, upacara sekolah, karyawisata atau rekreasi bersama, dan penjelasan lisan diberbagai kesempatan. Di samping adanya

kegiatan langsung atau tatap muka, juga terdapat kegiatan tidak langsung atau tanpa tatap muka, yakni Penyampaian informasi melalui surat edaran, penggunaan papan pengumuman sekolah, dan penggunaan majalah dinding.

Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa kegiatan humas disekolah, baik eksternal maupun internal, perlu mendapat perhatian istimewa dari kepala sekolah ataupun dari ketua yayasan. Selain itu, kegiatan humas dapat berjalan dengan baik dan meningkat apabila didukung oleh beberapa faktor, yakni adanya program dan perencanaan yang sistematis, tersedianya basis dokumentasi yang lengkap, tersedianya tenaga yang terampil, alat, sarana, dan dana yang memadai, serta adanya kondisi organisasi sekolah yang sehat. Tanpa didukung faktor-faktor tersebut, berbagai kegiatan humas disekolah tidak mungkin dapat dilaksanakan dengan baik dan menyeluruh.

Untuk menentukan strategi dalam kegiatan humas pada lembaga pendidikan, Nasution (2010:27) memaparkan bahwa yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah memperhitungkan apa tujuan yang hendak dicapai sesuai dengan perencanaan yang telah diperhitungkan dengan baik oleh pihak-pihak yang terlibat dalam manajemen lembaga pendidikan. Kemudian strategi apa dan bagaimana yang dipergunakan dalam perencanaan. Setelah itu apa program kerjanya yang akan dilakukann dan djabarkan sesuai langkah-langkah yang telah dijadwalkan. Terakhir adalah menentukan anggaran atau dana yang sudah dipersiapkan serta daya sebagai pendukung yang bersifat khusus.

Strategi humas dalam hal ini adalah suatu cara alternatif optimal yang dipilih untuk melaksanakan atau ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas. Guna mengkokohkan atau mendapat dukungan dari pimpinan agar strategi operasional humas mengenai sasaran dalam suatu tujuan lembaga pendidikan, tentu kegiatan humas secara operasional seharusnya berada di posisi yang sedekat mungkin dengan pimpinan lembaga pendidikan dan diharapkan kegiatan humas tersebut akan tercapai. Untuk melaksanakan strategi tersebut menurut Ruslan (2012:133) harus diupayakan dengan berbagai cara.

Cara tersebut yang pertama adalah menempatkan posisi humas dekat dengan pimpinan lembaga pendidikan agar humas mengetahui secara jelas dan rinci mengenai pola perencanaan, kebijakan, keputusan yang diambil, visi dan arah tujuan lembaga pendidikan yang bersangkutan, agar tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian pesan dan informasi yang berasal dari lembaga pendidikan kepada masyarakat. Lalu yang kedua humas dalam memeberikan informasi mewakili lembaga pendidikan tersebut dapat dipertegas tentang batas-batas wewenang dan tanggung jawab dalam memberikan keterangan. Sehingga humas akan selalu mengetahui informasi secara jelas mengenai pelaksanaan dari keputusan atau kebijaksanaan pimpinan lembaga tersebut. Kemudian yang ketiga pimpinan atau staf humas selalu diikutsertakan menghadiri setiap rapat atau pertemuan pada tingkat pimpinan agar dapat mengetahui secara langsung dengan tepat tentang latar belakang suatu proses perencanaan, kebijaksanaan, arah dan hingga tujuan organisasi yang hendak dicapai baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang.

Yang keempat, agar humas diberi fungsi koordinasi berhubungan secara langsung dan segera dengan pimpinan puncak, tanpa melalui perantara pejabat/bagian lain, sehingga fungsi kehumasan berlangsung secara optimal, antisipatif dan dapat melaksanakan berbagai macam perencanaan, peranan komunikasi atau dengan kewenangan yang ada mampu mengatasi berbagai masalah yang mungkin akan timbul tanpa diduga sebelumnya. Yang kelima, humas harus bertindak secara proaktif dan dinamis, serta fleksibel sebagai nara sumber atau mengatur saluran komunikasi baik kedalam maupun ke luar untuk menghindari sikap reaktif dalam menghadapi berbagai masalah atau tantangan yang bakal dihadapinya.

Yang keenam, humas berperan melakukan tindakan mulai dari memonitor, merekam, menganalisis, menelaah hingga mengevaluasi setiap reaksi *feed back*, khususnya dalam upaya penilaian sikap tindak serta mengetahui persepsi masyarakat sebagai suatu akibat yang ditimbulkan dari keputusan yang diambil dan kebijakan telah dijalankan oleh pihak lembaga pendidikan. Yang terakhir, humas dapat memberikan sumbangsaran, ide dan rencana atau program kerja kehumasan untuk memperbaiki atau mempertahankan nama baik, kepercayaan dan citra perusahaan terhadap publiknya, termasuk menjembatani atau menyasikan antara kebijaksanaan/keputusan pimpinan lembaga pendidikan dengan kepentingan dan keinginan masyarakat sekaligus upaya untuk memperoleh dukungan dan partisipasi dari masyarakat.

Berdasarkan strategi yang harus diupayakan oleh para praktisi, Mulyono (2008:218) menambahkan humas di lembaga pendidikan perlu menerapkan

beberapa pendekatan agar strategi tersebut bisa berjalan dengan lancar. Adapun pendekatan pendekatan tersebut yaitu pendekatan kemasyarakatan melalui mekanisme sosial budaya dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Lalu ada pendekatan persuasif yang mana dilakukan dengan komunikasi baik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik intern dan publik ekstern, baik bersifat mendidik, dan memberikan penerangan maupun pendekatan persuasif agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya. Selanjutnya ada pendekatan tanggung jawab sosial, dalam hal ini menumbuhkan sikap agar tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan untuk keuntungan sepihak dari publik sasarannya, tetapi memperoleh keuntungan bersama yang terampil dalam memadukan keuntungan dengan motivasi tanggung jawab sosialnya. Kemudian ada pendekatan kerjasama, yang mana dalam hal ini adalah membina hubungan yang harmonis antara lembaga pendidikan dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam maupun hubungan ke luar guna meningkatkan kerjasama. Setelah itu juga ada pendekatan koordinatif, dalam hal ini peranan humas lebih luas berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional.

Berkaitan dengan langkah-langkah pokok dari berbagai aspek pendekatan dan strategi komunikasi humas, dalam upaya menjalin berbagai hubungan dengan publik internal dan eksternal, dapat ditarik suatu pengertian yang mencakup peranan humas dari berbagai kegiatan dilapangan adalah menginformasikan, menerangkan, membujuk, atau mempengaruhi, mengundang dan meyakinkan.

2.1.8 Media Humas

Menurut Rumanti (2002: 118) media *public relations* adalah berbagai macam sarana penghubung yang dipergunakan seorang PR (mewakili organisasi) dengan publiknya, yaitu publik internal maupun publik eksternal untuk membantu pencapaian tujuan. Secara umum penggunaan media dalam kegiatan PR mempunyai beberapa tujuan:

Membantu mempromosikan dan meningkatkan pemasaran suatu produk dan jasa;

Menjalin komunikasi berkesinambungan;

Meningkatkan kepercayaan publik;

Meningkatkan citra baik perusahaan/organisasi

Untuk mendukung tujuan diatas, dikenal berbagai macam media yang dapat digunakan dalam kegiatan PR. Menurut Rumanti (2002: 118) secara garis besar media tersebut dapat dikelompokan sebagai berikut:

Media cetak, termasuk di dalamnya adalah *house journal*, surat kabar, majalah dan sebagainya

Broadcasting media, termasuk di dalamnya adalah radio, televisi

Special event (kegiatan-kegiatan khusus)

Media luar ruang, termasuk di dalamnya spanduk, papan reklame, poster dan lain-lain.

2.1.8.1 Media Internal

Cutlip (2007: 271-282) menyebutkan bahwa media internal humas terdiri dari: publikasi karyawan, *news letter*, surat, publikasi pidato, *position paper*, dan *backgrounders*, *bulletin board* dan pengumuman elektronik, komunikasi tatap muka dan selentingan kabar, *hotline*, rapat dan telekonferensi, presentasi video dan film serta display atau pameran.

Publikasi Karyawan

Publikasi karyawan tujuannya yaitu menjaga karyawan tetap mendapat informasi strategi dan tujuan organisasi, memberikan informasi yang dibutuhkan karyawan untuk menjalankan tugas mereka dengan baik, mendorong karyawan untuk memelihara dan memperkuat standar organisasi dalam komitmen pada peningkatan kualitas, meningkatkan efisiensi, meningkatkan pelayanan dan tanggung jawab sosial yang lebih besar, mengaku prestasi dan kesuksesan karyawan dan menciptakan peluang komunikasi dua arah dengan meminta umpan balik, pertanyaan, dan perhatian karyawan.

Newsletter

Newsletter adalah bentuk paling umum dari publikasi periodik karena sudah ada teknologi desktop *publishing* yang mudah dan murah, *newsletter* relatif mudah, murah, dan cepat untuk diproduksi. *Newsletter* memberikan informasi terbaru kepada karyawan tentang apa yang terjadi di departemen lain, informasi

harga saham, inisiatif manajemen, acara sosial dan amal, seminar khusus untuk karyawan dan sebagainya.

Surat

Surat dianggap lebih formal, langsung, personal dan lebih mahal daripada *e-mail*, dan karenanya akan mendapatkan perhatian yang lebih dari si penerima.

Sisipan dan Lampiran

Bentuk umum sisipan adalah "*payroll stuffer*" yang disisipkan dalam amplop atau faktur deposit. Sisipan adalah medium yang berharga untuk menarik dukungan dan menyampaikan pengumuman dan kabar penting. Salah satu keuntungan sisipan adalah pesan akan sampai langsung ke publik sasaran yang mungkin tertarik dengan pesan tersebut, tingkat penerimaan cukup tinggi dan pengiritan.

Publikasi pidato, *position paper* dan "*backgrounders*"

Mengirimkan pidato dan pernyataan pandangan secara elektronik melalui *website* adalah salah satu metode komunikasi dengan publik eksternal dan juga merupakan cara efektif untuk memberikan informasi kepada publik internal. *Paper position* dan *backgrounder* juga membantu karyawan memahami pendekatan baru dengan cepat dan mungkin mencegah mereka untuk menggunakan pendekatan lama guna memecahkan problem atau isu. Namun kelemahannya adalah informasi ini hanya akan dicari oleh publik yang memang menginginkannya.

Bulletin board dan pengumuman elektronik

Bulletin board merupakan ruang fisik yang menampilkan pengumuman tradisional dan pengumuman elektronik. *Bulletin board* menawarkan tempat publik yang bagus untuk memberikan informasi dengan pesan singkat. *Bulletin board* memberikan akses yang cepat untuk membuat melakukan pengumuman dan melawan rumor dari sumber internal dan eksternal. Posting internet adalah untuk penggunaan internal, karena hanya karyawan yang bisa mengakses internet. Internet dapat terdiri dari sistem *e-mail*, publikasi pedoman kebijakan elektronik untuk karyawan, *bulletin board* elektronik, dan berbagai sumber informasi seperti data proyek. Dengan menyediakan informasi dalam bentuk elektronik maka karyawan dapat mencari dokumen dengan menggunakan kata kunci tertentu.

Hotline

Hotline dipakai dalam hubungan internal untuk menyebarkan informasi dasar. *Hotline* dipakai karyawan untuk memberikan laporan tentang adanya kecurangan. Sistem *e-mail* anonim juga dipakai sebagai *hotline* “peringatan” dimana karyawan bisa melaporkan perbuatan curang untuk diteliti lebih lanjut.

Rapat dan telekonferensi

Rapat membuat orang berkumpul, memberikan kesempatan untuk bicara dan mendengar, dan merupakan metode komunikasi dua arah. Alasan utama

penggunaan telekonferensi adalah untuk menjangkau orang di banyak tempat pada saat yang bersamaan dengan pesan yang sama.

Presentasi video dan film

Video dan film diproduksi atau diperintahkan untuk diproduksi oleh organisasi demi tujuan penjualan, training atau *public relations*. Maksudnya yaitu untuk mengembangkan kesan, reaksi dan perilaku yang baik di mata pemirsanya.

Display atau pameran

Pameran berfungsi untuk mengawetkan kenangan organisasional dan sejarah organisasi dan *sense of identity* di kalangan publik internal dan juga untuk mendidik publik eksternal tentang organisasi.

2.1.8.2 Media Eksternal Humas

Cutlip (2007: 287) menyatakan ada lima media eksternal humas yaitu:

Internet

Internet merupakan revolusi komunikasi yang sangat luas dan mendalam. Dunia digital telah mengubah komunikasi di dalam organisasi dengan berbagai publik yang berbeda-beda. Dalam PR, internet adalah jalur informasi bebas hambatan.

Koran

Koran merupakan alat utama dalam sistem informasi. Ketika orang berpikir tentang publisitas, mereka secara naluriah menengok ke koran. Karena

beberapa alasan yang kuat, koran tetap menjadi dasar dari sebagian besar program informasi.

Majalah

Majalah memberikan informasi yang lebih tahan lama ketimbang koran. Pembaca majalah punya kesempatan untuk membaca, membaca ulang, mendiskusikan, dan mendebat informasi yang dikumpulkan dari sumber ini.

Radio

Radio menawarkan berbagai kemungkinan publisitas yang luas. Radio cocok untuk orang yang mobile. Radio memiliki kualitas sentuhan personal langsung, karena radio menggunakan ucapan lisan untuk menyampaikan pesannya.

Televisi

TV memberikan kemungkinan untuk memberitakan kejadian, dari video pendek 60 detik, sampai film dokumenter satu jam penuh, hingga menyiarkan kampanye selama beberapa minggu.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas tentang media humas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum media humas terdiri dari media elektronik dan juga media cetak. Media elektronik sendiri seperti: televisi, radio, internet (*website, email* dll). Sedangkan untuk media cetak sendiri seperti: koran, majalah, bulletin, papan pengumuman, brosur dan lain sebagainya.

Strategi humas nova (2011.54-55) adalah sebagai berikut :

1.Publications : Setiap fungsi dan tugas PR adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh public.

2.Event : Merancang sebuah event yang bertujuan untuk memperkenalkan produk & layanan perusahaan, mendekatkan diri ke public dan lebih jauh lagi dapat memengaruhi opini public. Contoh dari beberapa event itu adalah Calendar event, Special event dan Moment event.

3.News : (menciptakan berita) Berupaya menciptakan berita melalui press release, news letter, bulletin, dll. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

4.Community Involment : (kepedulian pada komunitas) Keterlibatan tugas sehari-hari seorang PR adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi / lembaga yang diwakilinya.

5.Inform or Image : (memberitahukan atau meraih citra) Ada 2 fungsi utama dari PR, yaitu memberikan informasi kepada public / menarik perhatian sehingga diharapkan dapat tercipta tanggapan citra yang positif.

6.Lobbying and Negotiation : (melobi dan bernegosiasi) Keterampilan untuk melob melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PR.

7. Social Responsibility : (tanggung jawab sosial) Mmemiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas PR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini meningkatkan citra perusahaan di mata public.

Oleh karena itu disinilah strategi humas untuk mengembalikan citra positif perusahaan tersebut

dengan strategi di bawah ini :

a. Penelitian

Hal paling utama adalah melakukan penelitian untuk memperoleh data, fakta lapangan mengenai citra perusahaan, persepsi, pandangan, dan opini public secara akurat serta tanggapan khalayak sebagai target sebagai sasaran mengenai kebikaksanaan, pelayanan, program kerja, aktivitas perusahaan.

b. Perencanaan

Jika sudah mendapatkan hasil laporan yang berupa data dan fakta dari penelitian, humas kemudian menyusun rencana kerja. Dalam hal ini rencana kerja disusun tidak berdasarkan pada keinginan yang dipaksakan dan irrasional. Perencanaan yang baik bersifat rasional, flexible, dan berkelanjutan. Tujuan dari perencanaan PR adalah :

1. Mengubah citra
2. Membentuk citra baru.
3. Memperkenalkan perusahaan

4. Meningkatkan community relations.
5. Menentukan partisipasi pemimpin dalam kehidupan masyarakat (public life).
6. Memberitahukan kegiatan penelitian.

Keberhasilan perencanaan tergantung pada keterampilan dan efisiensi praktisi PR. Salah satu faktor yang bisa dijadikan tolak ukur keberhasilan dari perencanaan tersebut adalah pembentukan opini, sikap, dan citra.

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan setelah rencana yang matang mendapatkan persetujuan dari semua pihak terkait. Pelaksanaan kerja merupakan kegiatan operasional dalam melakukan apa yang telah direncanakan. Pengembalian kepercayaan dan citra perusahaan dilakukan dengan menggabungkan tenaga kerja, alat-alat, informasi, waktu, tempat, dan uang. Pelaksanaan ini dikatakan sukses apabila tujuan telah tercapai. Dalam hal ini berbagai cara dan teknik digunakan diantaranya yaitu pendekatan terhadap pegawai (internal public) dan pendekatan kepada umum (eksternal public). Untuk mengembalikan kepercayaan publik dan citra perusahaan diutamakan pendekatan kepada umum karena menyangkut pandangan masyarakat secara luas. Ada beberapa instrument yang dilakukan praktisi PR dalam melaksanakan membentuk citra lembaga dalam perusahaan diantaranya :

- Publisitas merupakan komunikasi kepada publik melalui media massa atau langsung face to face, dan tidak memerlukan suatu bayaran, baik dari pihak komunikator (PR) maupun dari pihak media massa yang

bersangkutan. Dalam membangun citra lembaga instrument ini sering digunakan, terutama jika lembaga tersebut sedang dalam permasalahan finansial (deficit).

- Periklanan

periklanan merupakan suatu kegiatan yang terkait dengan dua bidang kehidupan manusia sehari-hari, yakni ekonomi dan komunikasi. Dengan iklan citra suatu perusahaan bisa menjadi lebih baik. Iklan hanya menyebutkan sisi positif perusahaan. Iklan yang terus menerus yang ditayangkan dapat mempengaruhi pola perilaku, pandangan, serta kepercayaan masyarakat.

- Demonstrasi

Adalah sesuatu yang bisa mempercepat pengaruh terhadap khalayak sasaran serta meningkatkan citra yaitu demonstrasi. Dalam hal ini penglihatan, pendengaran, dan pemikiran publik bisa terkonsolidasi seketika sehingga menimbulkan penilaian yang bisa mendorong ke arah tindakan publik yang positif. Terutama pandangan atau image akan lebih baik terlihat oleh khalayak

- Propaganda

Agar publik menerima apa yang disodorkan serta mau menanamkan citra yang positif dan timbul kepercayaan, perusahaan dan petugas PR hendaknya melakukan propaganda. Propaganda merupakan kegiatan persuasif untuk mempengaruhi seseorang, suatu kelompok, atau orang banyak dengan dasar-dasar psikologis agar menerima suatu ide yang pada waktu tertentu belum tentu di terima.

- Pameran

Salah satu cara yang menarik untuk menanamkan citra positif pada perusahaan adalah dengan melakukan pameran. Tujuan utama dari pameran adalah mengundang publik untuk mengenal, melihat, dan mengerti akan hal-hal mengenai perusahaan, terutama sekali hasil dari produksinya.

d. Penilaian (Evaluation)

Penilaian ini tahap dimana pemeriksaan terhadap program dan rencana yang dapat dilakukan. Tahap ini berguna untuk mengetahui permasalahan yang harus diperhatikan lebih lanjut.

Krisis kepercayaan dalam perusahaan sangat penting bagi perusahaan berarti peran humas atau PR sangat penting bagi perusahaan. Dalam peranannya, PR ini mempunyai metode untuk menangani krisis kepercayaan dan menurunkannya citra. Strategi ini terdiri dari beberapa tahap yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian. Citra perusahaan terletak pada praktisi PR. Sebaiknya praktisi PR bekerjasama dengan praktisi lain secara koordinasi, integratif, antisipatif, dan solutif untuk menjaga citra perusahaan. Selain itu praktisi PR harus tetap bertahan menjaga citra perusahaan dalam keadaan apapun. Nah itu artikel yang aku share ke kalian semoga bermanfaat.

Kendala yang dihadapi humas :

Pertama, pola koordinasi bagian Humas dengan bagian lain tidak terjalin dengan baik. Hal ini akan menyebabkan tidak terintegrasinya antara program

Humas dengan program bagian lain di lingkungan pemerintahan. Seharusnya program yang ada di Humas harus saling mendukung dengan program yang ada di bagian lain tersebut. Jadi apabila public ingin mendapatkan sebuah informasi tentang kebijakan pemerintah maka bagian Humaslah yang akan memberikan informasi tersebut. Dengan demikian, ketika ada masalah di suatu bagian yang menyangkut citra sebuah organisasi pemerintahan, maka Humaslah yang akan maju ke depan dalam menjawab setiap keinginan public dengan informasi yang diperoleh dari bagian yang terkena masalah tersebut. Karena secara universal, Humas adalah corong informasi bagi sebuah lembaga, artinya, informasi yang dikeluarkan oleh lembaga hanya boleh keluar dari satu pintu, yaitu Humas. Hal ini untuk menjaga bias dan keambiguan atas informasi yang dikeluarkan oleh lembaga. Dengan demikian, setiap pengambil kebijakan dalam lembaga harus memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada Humas atas kebijakan yang dikeluarkannya, yang kemudian akan diinformasikan kepada publik.

Kedua, kedudukan Humas dalam struktur suatu kelembagaan yang belum berarti. Humas oleh sebagian pemerintahan daerah belum dianggap sebagai bagian yang sangat berperanan penting. Humas hanya dianggap sebagai pelengkap dalam struktur sebuah organisasi pemerintah. Tidak berperannya Humas di suatu pemerintahan lebih disebabkan oleh karena kewenangan yang diberikan sangat terbatas dan juga SDM Humas sendiri yang tidak berkompetensi. Ada anggapan bahwa Humas adalah tempat buangan atau pegawai yang tidak terpakai di tempat lain. Padahal, secara struktural, fungsi humas dalam organisasi merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari suatu kelembagaan atau

organisasi. Seharusnya kedudukan Humas terkait langsung dengan fungsi top manajemen. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila langsung berada dibawah pimpinan atau mempunyai hubungan langsung dengan pemimpin tertinggi (pengambil keputusan) pada organisasi/instansi bersangkutan.

Ketiga, SDM Humas yang tidak profesional atau penempatannya tidak sesuai kompetensinya. Bagian Humas tak mungkin dapat melaksanakan tugas dengan baik jika SDM-nya tidak dibenahi. Padaintinya, SDM Humas terutama praktisi atau pranata Humas harus piawai dalam melakukan negosiasi atau melakukan teknik melobi dan sebagainya. Pemangku jabatan sebagai Humas seharusnya bukan orang buangan yang asal dicomot dari fungsi lain untuk menduduki jabatan Humas. Jabatan Humas harus dijabat oleh orang yang benar-benar profesional, bukan diciptakan by accident tapi by design.

2.1 2.2 Berdasarkan Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, diantaranya dapat dilihat pada tabel 2.1 dibawah ini.

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Kurnia Setiyo Rini,	Peran Humas dalam Meningkatkan	Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa	Penelitian terdahulu sama-sama	Penelitian terdahulu meneliti tentang

	<p>Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetya Widodo (2017)</p>	<p>Citra Universitas Tribhuwana Tunggadewi</p>	<p>humas berperan dalam mempertahankan citra positif Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Kegiatan yang dilakukan oleh humas tersebut adalah dengan cara memperbaiki dari dalam secara internal maupun dari luar eksternal, mulai dari menjalin hubungan baik dengan relasi Unitri, sesama pegawai, mahasiswa dan</p>	<p>meneliti tentang cara meningkatkan citra positif di suatu instansi</p>	<p>peran humas dalam meningkatkan citra positif perguruan tinggi, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti berfokus pada strategi humas dalam meningkatkan citra positif di suatu instansi</p>
--	---	--	--	---	---

			<p>OB UNITRI.</p> <p>Sedangkan secara eksternal humas menjalin hubungan baik dengan media dan juga masyarakat sekitar. Selain itu humas memblow up kegiatan prestasi mahasiswa ke publik melalui media dari mulai seluruh jawa dan di luar jawa. Hambatan yang dialami humas dalam mempertahankan citra UNITRI yaitu minimnya dana, minimnya</p>		
--	--	--	--	--	--

			sarana dan prasarana serta kurangnya SDM yang berkompeten di bidang PR.		
2	Erma Ervina (2016)	Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Universitas Negeri Semarang	Peran humas dalam meningkatkan citra positif UNNES sangat kompleks dan tidak sedikit. Peran tersebut antara lain: sebagai pelaksana kegiatan publikasi mengenai informasi akademik maupun non akademik , sebagai fasilitator komunikasi antara UNNES dengan	Penelitian terdahulu sama-sama mempunyai fokus penelitian yang sama yaitu pada kesamaan meningkatkan citra positif di sebuah instansi	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu, penelitian terdahulu lebih fokus pada bagaimana peran humas dalam meningkatkan citra positif Universitas Negeri Semarang, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti berfokus pada strategi

			<p>lingkungan internal maupun eksternal dan memberikan pelayanan terhadap informasi yang sudah dipublikasi.</p> <p>Hambatan yang dihadapi humas UNNES dalam mempertahankan citra terbagi menjadi dua yaitu hambatan internal dan hambatan eksternal.</p> <p>Hambatan internal terkait dengan SDM dan fasilitas, sedangkan hambatan eksternal terkait</p>		<p>humas dalam meningkatkan citra positif di suatu instansi</p>
--	--	--	--	--	---

			dengan kurangnya kepedulian masyarakat dan mahasiswa terhadap informasi yang telah dipublikasikan.		
3	Dedi Herdiana dan Khoiruddin (2016)	Peran dan Strategi Humas dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam	Humas perguruan tinggi islam di Kota Bnadung berupaya menjalankan tugasnya sebagai mediator untuk menjembatani hubungan antar unsur perguruan tinggi masing-masing, karena humas di tiga perguruan tinggi tersebut memiliki	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama melakukan penelitian yaitu strategi humas dalam membentuk citra positif di suatu instansi	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu lebih fokus pada peran humas khususnya sebagai mediator dalam pembentukan citra perguruan tinggi, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada

			<p>kewenangan yang tidak sama. humas ketiga perguruan tinggi tersebut masih menempatkan hubungan internal sebagai bagian yang paling penting, karena diyakini hubungan internal akan sangat berpengaruh bagi terciptanya kampus yang kondusif, walaupun sebenarnya mereka juga tidak menafikan pentingnya hubungan</p>		<p>strategi humas meningkatkan citra dan meningkatkan peminat AP, penelitian terdahulu dilakukan di tiga perguruan tinggi, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti berfokus pada strategi humas dalam meningkatkan citra positif di suatu instansi</p>
--	--	--	--	--	--

			eksternal, terutama hubungan dengan media dan lembaga lain.		
4	Nurma Hermawati (2016)	Strategi Humas dalam meningkatkan reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK PL Tarcisius Semarang)	Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui kedudukan dan tugas humas di SMK PL Tarcisius Semarang. (2) Untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah. (3) kendala yang dihadapi humas. Jenis penelitian deskriptif dengan	Penelitian terdahulu sama-sama meneliti tentang cara meningkatkan citra positif di suatu instansi	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu lebih fokus pada strategi humas khususnya untuk meningkatkan citra sekolah saja, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi humas dalam meningkatkan citra sekaligus

			<p>pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi.</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian, reputasi SMK PL Tarcisius sudah baik meskipun ada beberapa kendala yang dapat merusak reputasi sekolah.</p>		<p>untuk meningkatkan peminat AP .</p>
5	<p>Nilam Sari Agustina(2017)</p>	<p>Strategi Humas dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi SMK</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menjaga reputasi baik dari SMK Antonius serta</p>	<p>Penelitian terdahulu sama-sama meneliti tentang strategi</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu lebih</p>

		Antonius Semarang	meningkatkan reputasi itu sendiri walaupun menurut peneliti sudah cukup baik namun masih ada beberapa kendala yang dapat merusak reputasi sekolah.	humas untuk meningkatkan reputasi atau citra di sekolah	fokus pada strategi humas khususnya untuk meningkatkan serta menjaga reputasi sekolah saja, sedangkan penelitian ini lebih fokus pada strategi humas dalam meningkatkan citra sekaligus untuk meningkatkan peminat AP .
--	--	-------------------	--	---	---

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Berpikir

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian pada suatu lembaga pendidikan yaitu Smk PGRI 01 Semarang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah dalam menentukan minat siswa memilih jurusan Administrasi Perkantoran

Strategi humas sangat dibutuhkan oleh hampir semua organisasi termasuk di sekolah. Hal tersebut sesuai dengan tujuan humas dimana humas bertujuan untuk menjaga hubungan harmonis dengan semua pihak baik internal maupun eksternal. Menjaga hubungan baik dengan publik eksternal (masyarakat) menjadi hal yang sangat penting. Dengan hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat dapat mempengaruhi tercapainya visi, misi dan tujuan organisasi, karena mereka akan lebih percaya dan akan mendukungnya secara sukarela.

Strategi humas nova (2011:54-55) adalah sebagai berikut :

1. Publications : Setiap fungsi dan tugas PR adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh public.

2. Event : Merancang sebuah event yang bertujuan untuk memperkenalkan produk & layanan perusahaan, mendekati diri ke public dan lebih jauh lagi dapat memengaruhi opini public. Contoh dari beberapa event itu adalah Calendar event, Special event dan Moment event.

3. News : (menciptakan berita) Berupaya menciptakan berita melalui press release, news letter, bulletin, dll. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

4. Community Involment : (kepedulian pada komunitas) Keterlibatan tugas sehari-hari seorang PR adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi / lembaga yang diwakilinya.

5. Inform or Image : (memberitahukan atau meraih citra) Ada 2 fungsi utama dari PR, yaitu memberikan informasi kepada public / menarik perhatian sehingga diharapkan dapat tercipta tanggapan citra yang positif.

6. Lobbying and Negotiation : (melobi dan bernegosiasi) Keterampilan untuk melob melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan (tanggung jawab sosial) Mmemiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas PR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini meningkatkan citra perusahaan di mata public. bagi seorang PR.

7. Social Responsibility :

Oleh karena itu disinilah strategi humas untuk mengembalikan citra positif perusahaan tersebut Ardianto (2004:3)

dengan strategi di bawah ini :

a. Penelitian

Hal paling utama adalah melakukan penelitian untuk memperoleh data, fakta lapangan mengenai citra perusahaan, persepsi, pandangan, dan opini public secara akurat serta tanggapan khalayak sebagai target sebagai sasaran mengenai kebijaksanaan, pelayanan, program kerja, aktivitas perusahaan.

b. Perencanaan

Jika sudah mendapatkan hasil laporan yang berupa data dan fakta dari penelitian, humas kemudian menyusun rencana kerja. Dalam hal ini rencana kerja disusun tidak berdasarkan pada keinginan yang dipaksakan dan irrasional. Perencanaan yang baik bersifat rasional, flexible, dan berkelanjutan. Tujuan dari perencanaan PR adalah :

1. Mengubah citra
2. Membentuk citra baru.
3. Memperkenalkan perusahaan
4. Meningkatkan community relatics.
5. Menentukan partisipasi pemimpin dalam kehidupan masyarakat (public life).
6. Memberitahukan kegiatan penelitian.

Keberhasilan perencanaan tergantung pada keterampilan dan efisiensi praktisi PR. Salah satu faktor yang bisa dijadikan tolak ukur keberhasilan dari perencanaan tersebut adalah pembentukan opini, sikap, dan citra.

c. Pelaksanaan

Pelaksanaan dilakukan setelah rencana yang matang mendapatkan persetujuan dari semua pihak terkait. Pelaksanaan kerja merupakan kegiatan operasional dalam melakukan apa yang telah direncanakan. Pengembalian kepercayaan dan citra perusahaan dilakukan dengan menggabungkan tenaga kerja, alat-alat, informasi, waktu, tempat, dan uang. Pelaksanaan ini dikatakan sukses apabila tujuan telah tercapai. Dalam hal ini berbagai cara dan teknik digunakan diantaranya yaitu pendekatan terhadap pegawai (internal public) dan pendekatan kepada umum (eksternal public). Untuk mengebalikan kepercayaan publik dan citra perusahaan diutamakan pendekatan kepada umum karena menyangkut pandangan masyarakat secara luas. Ada beberapa instrument yang dilakukan praktisi PR dalam melaksanakan membentuk citra lembaga dalam perusahaan diantaranya :

- Publisitas merupakan komunikasi kepada publik melalui media massa atau langsung face to face, dan tidak memerlukan suatu bayaran, baik dari pihak komunikator (PR) maupun dari pihak media massa yang bersangkutan. Dalam membangun citra lembaga instrument ini sering digunakan, terutama jika lembaga tersebut sedang dalam permasalahan finansial (deficit).

- Periklanan

periklanan merupakan suatu kegiatan yang terkait dengan dua bidang kehidupan manusia sehari-hari, yakni ekonomi dan komunikasi. Dengan iklan citra suatu perusahaan bisa menjadi lebih baik. Iklan hanya menyebutkan sisi positif perusahaan. Iklan yang terus menerus yang ditayangkan dapat mempengaruhi pola perilaku, pandangan, serta kepercayaan masyarakat.

- Demonstrasi

Adalah sesuatu yang bisa mempercepat pengaruh terhadap khalayak sasaran serta meningkatkan citra yaitu demonstrasi. Dalam hal ini penglihatan, pendengaran, dan pemikiran publik bisa terkonsolidasi seketika sehingga menimbulkan penilaian yang bisa mendorong ke arah tindakan publik yang positif. Terutama pandangan atau image akan lebih baik terlihat oleh khalayak

- Propaganda

Agar publik menerima apa yang disodorkan serta mau menanamkan citra yang positif dan timbul kepercayaan, perusahaan dan petugas PR hendaknya melakukan propaganda. Propaganda merupakan kegiatan persuasif untuk mempengaruhi seseorang, suatu kelompok, atau orang banyak dengan dasar-dasar psikologis agar menerima suatu ide yang pada waktu tertentu belum tentu di terima.

- Pameran

Salah satu cara yang menarik untuk menanamkan citra positif pada perusahaan adalah dengan melakukan pameran. Tujuan utama dari pameran adalah mengundang publik untuk mengenal, melihat, dan mengerti akan hal-hal mengenai perusahaan, terutama sekali hasil dari produksinya.

d. Penilaian (Evaluation)

Penilaian ini tahap dimana pemeriksaan terhadap program dan rencana yang dapat dilakukan. Tahap ini berguna untuk mengetahui permasalahan yang harus diperhatikan lebih lanjut.

Krisis kepercayaan dalam perusahaan sangat penting bagi perusahaan berarti peran humas atau PR sangat penting bagi perusahaan. Dalam peranannya, PR ini mempunyai metode untuk menangani krisis kepercayaan dan menurunnya citra. Strategi ini terdiri dari beberapa tahap yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan penilaian. Citra perusahaan terletak pada praktisi PR. Sebaiknya praktisi PR bekerjasama dengan praktisi lain secara koordinasi, integratif, antisipatif, dan solutif untuk menjaga citra perusahaan. Selain itu praktisi PR harus tetap bertahan menjaga citra perusahaan dalam keadaan apapun. Nah itu artikel yang aku share ke kalian semoga bermanfaat.

Kendala yang dihadapi humas Prof. Onong uchjana effendy(2004) :

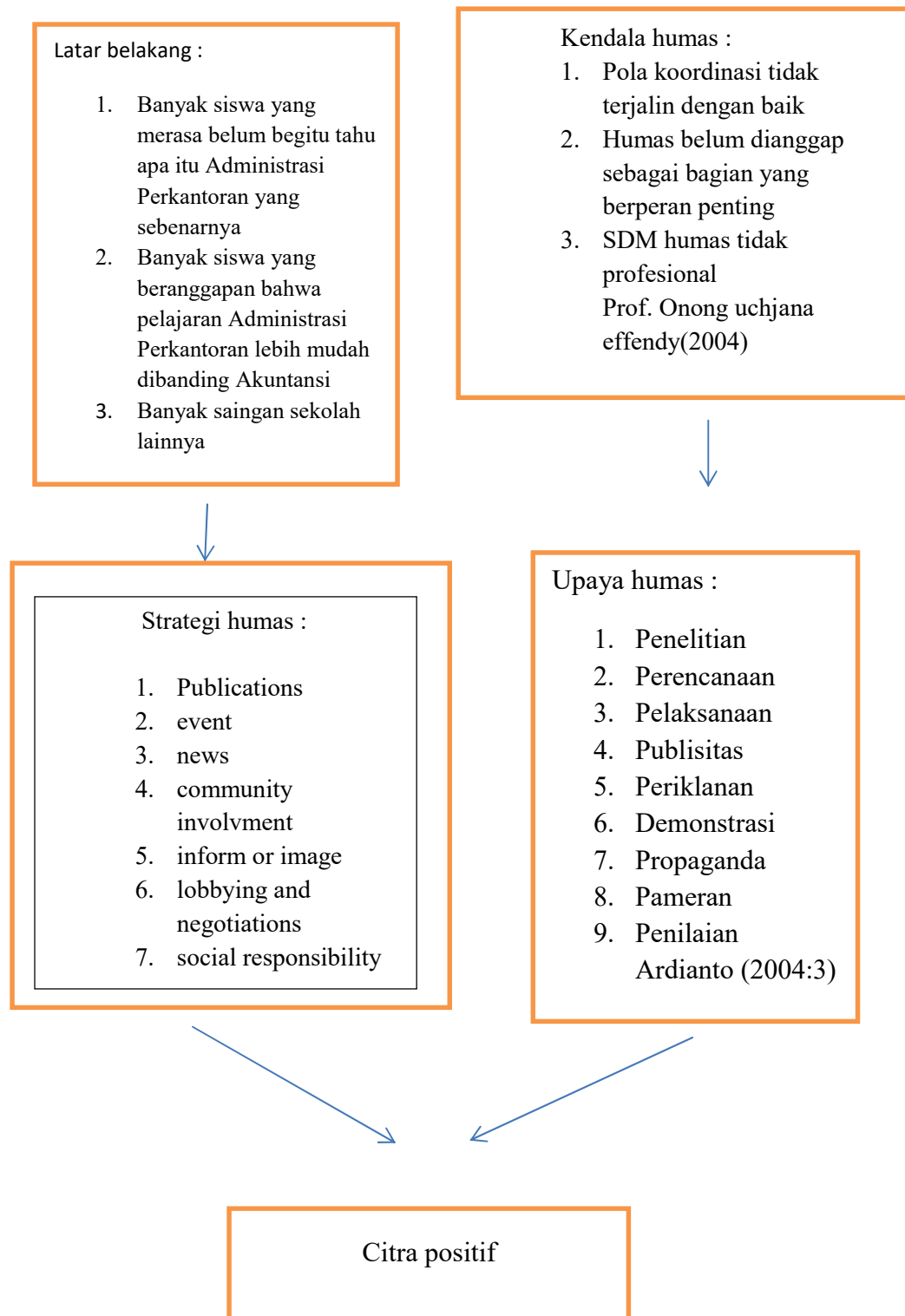
Pertama, pola koordinasi bagian Humas dengan bagian lain tidak terjalin dengan baik. Hal ini akan menyebabkan tidak terintegrasinya antara program Humas dengan program bagian lain di lingkungan pemerintahan. Seharusnya program yang ada di Humas harus saling mendukung dengan program yang ada di bagian lain tersebut. Jadi apabila public ingin mendapatkan sebuah informasi tentang kebijakan pemerintah maka bagian Humaslah yang akan memberikan informasi tersebut. Dengan demikian, ketika ada masalah di suatu bagian yang menyangkut citra sebuah organisasi pemerintahan, maka Humaslah yang akan maju kedepan dalam menjawab setiap keinginan public dengan informasi

yang diperoleh dari bagian yang terkena masalah tersebut. Karena secara universal, Humas adalah corong informasi bagi sebuah lembaga, artinya, informasi yang dikeluarkan oleh lembaga hanya boleh keluar dari satu pintu, yaitu Humas. Hal ini untuk menjaga bias dan keambiguan atas informasi yang dikeluarkan oleh lembaga. Dengan demikian, setiap pengambil kebijakan dalam lembaga harus memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada Humas atas kebijakan yang dikeluarkannya, yang kemudian akan diinformasikan kepada publik.

Kedua, kedudukan Humas dalam struktur suatu kelembagaan yang belum berarti. Humas oleh sebagian pemerintahan daerah belum dianggap sebagai bagian yang sangat berperan penting. Humas hanya dianggap sebagai pelengkap dalam struktur sebuah organisasi pemerintah. Tidak berperannya Humas di suatu pemerintahan lebih disebabkan oleh karena kewenangan yang diberikan sangat terbatas dan juga SDM Humas sendiri yang tidak berkompetensi. Ada anggapan bahwa Humas adalah tempat buangan atau pegawai yang tidak terpakai di tempat lain. Padahal, secara struktural, fungsi Humas dalam organisasi merupakan bagian integral yang tidak dapat dipisahkan dari suatu kelembagaan atau organisasi. Seharusnya kedudukan Humas terkait langsung dengan fungsi top manajemen. Fungsi kehumasan dapat berhasil secara optimal apabila langsung berada dibawah pimpinan atau mempunyai hubungan langsung dengan pemimpin tertinggi (pengambil keputusan) pada organisasi/instansi bersangkutan.

Ketiga, SDM Humas yang tidak profesional atau penempatannya tidak sesuai kompetensinya. Bagian Humas tak mungkin dapat melaksanakan tugas

dengan baik jika SDM-nya tidak dibenahi .Pada intinya, SDM Humas terutama praktisi atau pranata Humas harus piawai dalam melakukan negosiasi atau melakukan teknik melobi dan sebagainya.Pemangku jabatan sebagai Humas seharusnya bukan orang buangan yang asal dicomot dari fungsi lain untuk menduduki jabatan Humas. Jabatan Humas harus dijabat oleh orang yang benar-benar profesional, bukan diciptakan by eccidenttapi by design



TABEL 2.2 KERANGKA BERPIKIR

Penjelasan mengenai kerangka berpikir tersebut yaitu, berdasarkan hasil pengamatan sementara dalam kegiatan strategi humas, permasalahan diantaranya: Banyak siswa yang merasa belum begitu tahu apa itu Administrasi Perkantoran yang sebenarnya, Banyak siswa yang beranggapan bahwa pelajaran Administrasi Perkantoran lebih mudah dibanding Akuntansi, Banyak saingan sekolah.

Kemudian mengenai kendala dalam strategi humas menurut: Prof. Onong uchjana effendy(2004) Kendala humas :Pola koordinasi tidak terjalin dengan baik, Humas belum dianggap sebagai bagian yang berperan penting , SDM humas tidak profesional

Selanjutnya terkait dengan upaya dalam mengatasi kendala strategi humas dijelaskan. Ardianto (2004:3) Upaya yang dilakukan humas adalah sebagai berikut :Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Publisitas, Periklanan, Demonstrasi, Propaganda, Pameran, Penilaian, supaya kendala diatasi alangkah baiknya untuk mengikuti upaya atau cara-cara seperti diatas

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif, dimana peneliti melakukan pengamatan yang bersifat apa adanya atau alamiah pada objek yang diteliti dengan metode deskriptif. Sugiyono (2017: 15) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan data dilakukan secara (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Pendekatan ini dipilih untuk mengetahui informasi lebih rinci, kondisi di lapangan dan keterangan-keterangan lebih lanjut berdasarkan hasil wawancara, dan juga dokumentasi mengenai Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran di smk pgri 01 semarang

3.2 Fokus dan Lokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan sesuatu yang menjadi titik perhatian utama peneliti dalam melakukan penelitian. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, maka fokus penelitian ini yaitu bagaimana Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran di smk pgri 01 semarang Internasional, serta menganalisis pemanfaatan media-media yang digunakan oleh humas SMK PGRI untuk mendukung strategi tersebut.

Lokasi penelitian ini berada di (1) SMK PGRI 01 Semarang, Jalan Medoho Raya 1 No 91, Gayamsari Pedurungan Kota Semarang, Jawa Tengah dan (2) Lingkungan SMK PGRI 01 Semarang

3.3 Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Menurut Lofland dan Lofland dalam Moleong (2007: 157) sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Lebih lanjut Moleong (2007: 157) mengungkapkan bahwa jenis data dalam penelitian kualitatif dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui hasil wawancara, pengamatan, dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari informan yang mengetahui secara langsung terkait humas SMK PGRI 01 Semarang yaitu Kepala Humas SMK PGRI 01 Semarang dan staff Humas SMK PGRI 01 Semarang. Selain itu data juga diperoleh dari siswa, guru dan publik eksternal humas untuk mengkonfirmasi data yang diperoleh sebelumnya.

Data tersebut dikumpulkan untuk menjadi bahan analisis tentang Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik wawancara, dan dokumentasi.

3.4.1 Wawancara

Sugiyono (2017: 317) menyatakan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara semiterstruktur. Menurut Arikunto (2010: 270) wawancara semiterstruktur adalah wawancara yang

dilakukan dimana mula-mula interviwer menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu per satu diperdalam dalam mengorek keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh bisa meliputi semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui mengenai Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran di smk PGRI 01 Semarang dengan pihak-pihak yang dilibatkan dalam wawancara ini antara lain: Ketua Humas, Staf Humas SMK PGRI 01 Semarang dan siswa.

3.4.2 Dokumentasi

Menurut Arikunto (2010: 274) metode dokumentasi adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Dokumentasi ini digunakan sebagai data penunjang hasil wawancara, observasi maupun angket yang telah disebarkan. Dalam penelitian ini dokumentasi yang dilakukan yaitu dengan mengambil data dan gambar maupun foto kegiatan humas yang berhubungan dengan.

3.5 Teknik Keabsahan Data

Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Menurut Moleong (2007: 324) ada empat kriteria yang digunakan dalam uji keabsahan data yaitu: derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*) dan kepastian (*confirmability*).

3.5.1 Derajat Kepercayaan (*Credibility*)

Derajat kepercayaan dalam penelitian ini adalah tingkat kepercayaan data mengenai Strategi humas SMK PGRI 01 Semarang. Dalam hal ini dilakukan dengan membuat butir pertanyaan wawancara yang sejenis. Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Dimana teknik triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan

sesuatu yang lain, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh (Moleong, 2007: 330).

Lebih lanjut Moleong (2007: 331) mengungkapkan bahwa derajat kepercayaan dilakukan dengan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dengan jalan: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara; (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi; (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu; (4) membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang dan (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. Derajat kepercayaan dalam penelitian ini berupa tingkat kepercayaan data mengenai Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran di smk pgri 01 semarang.

Dalam hal ini dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antara informan satu dengan informan lainnya yaitu antara Ketua Humas SMK PGRI 01 Semarang dengan staff maupun antar staff , membandingkan hasil wawancara dengan hasil angket yang disebarakan kepada publik sasaran SMK PGRI 01 Semarang yaitu siswa, guru dan publik eksternal SMK PGRI 01 Semarang serta membandingkan hasil wawancara dengan dokumen-dokumen yang berkaitan.

3.5.2 Keteralihan (*Transferability*)

Moleong (2007: 324-325) menyatakan bahwa keteralihan sebagai persoalan empiris bergantung pada kesamaan antara konteks pengirim dan penerima. Untuk melakukan pengalihan tersebut seorang peneliti hendaknya mencari dan mengumpulkan kejadian empiris tentang kesamaan konteks. Dengan demikian peneliti bertanggungjawab untuk menyediakan data deskriptif secukupnya jika ingin membuat keputusan tentang pengalihan tersebut. Untuk keperluan itu peneliti harus melakukan penelitian kecil untuk memastikan usaha memverifikasi tersebut.

Keteralihan dalam penelitian ini dilakukan dengan mencari kejadian empiris dalam kegiatan humas sehingga terjadi kesamaan informasi antara peneliti dengan pihak yang diteliti. Kejadian empiris tersebut diperoleh dengan melakukan observasi terkait Strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat siswa memilih jurusan administrasi perkantoran di smk pgri 01 semarang, seperti kegiatan-kegiatan apa yang dilakukan oleh humas dalam membuat strategi dan bagaimana humas dalam memanfaatkan media-media dalam mendukung peranannya tersebut.

3.5.3 Kebergantungan (Dependability)

Kebergantungan dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi dan wawancara langsung di ruang Humas SMK PGRI 01 Semarang. Peneliti melakukan observasi dan wawancara berkali-kali pada sumber data karena peneliti sangat bergantung pada objek yang diteliti. Dari data yang diperoleh, diadakan pengulangan pada informan dan dokumentasi lainnya agar reliabilitas tercapai, karena kebergantungan merupakan reliabilitas dalam penelitian kualitatif. Jika dua atau beberapa kali diadakan pengulangan suatu studi dalam suatu kondisi yang sama dan hasilnya secara esensial sama, maka dikatakan reliabilitasnya tercapai (Moleong, 2007: 325).

3.5.4 Kepastian (Confirmability)

Kepastian digunakan untuk menunjukkan objektivitas data. Dalam penelitian ini kepastian data bergantung pada pandangan, pendapat dan penemuan peneliti tentang strategi humas SMK PGRI 01 Semarang. Moleong (2007: 325) menyatakan bahwa pemastian sesuatu itu objektif atau tidak bergantung pada persetujuan beberapa orang terhadap pandangan, pendapat, dan penemuan seseorang.

3.6 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2017: 335) mengungkapkan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data

ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman dalam Sugiyono (2007: 337) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

3.6.1 Data Reduction (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu (Sugiyono: 2007: 338). Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam penelitian ini peneliti merangkum semua data dan informasi yang diperoleh dari informan baik berupa kata-kata, dokumen tertulis maupun foto.

3.6.2 Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan atau menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dalam penelitian ini penyajian data disajikan dalam bentuk kata-kata.

3.6.3 *Conclusion Drawing/Verification*

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif yang diharapkan adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif hipotesis atau teori. Dalam penelitian ini kesimpulan dilakukan dengan mengaitkan data-data hasil wawancara dan dokumentasi yang kemudian ditarik suatu kesimpulan

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum terkait lokasi penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan tentang “Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah Terhadap Minat Siswa Memilih Jurusan Administrasi Perkantoran Di SMK PGRI 01 Semarang”. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2019.

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi pada SMK PGRI 01 Semarang yang beralamat di Jalan Medoho raya No. 91 Gayamsari, Kecamatan Gayamsari, Kota Semarang Prov. Jawa Tengah Dengan jumlah siswa sebanyak 413 siswa dengan presentase jumlah siswa laki – laki 37 siswa dan jumlah siswa perempuan 376 siswa, sekolah ini mendapatkan akreditasi B SMK PGRI 01 Semarang ini berdiri pada tanggal 24 november 1985, mengingat belum adanya sarana belajar, maka untuk sementara menumpang di SMEA Negeri 2 Semarang, baru pada tahun 1993 SMEA PGRI 01 Semarang mulai menempati gedung baru dijalan medoho,baru pada tanggal 10 Maret 1998 perubahan nama dari SMEA PGRI 01 Semarang menjadi SMK PGRI 01 Semarang.

4.1.2 Visi dan Misi

Visi dari SMK PGRI 01 Semarang ini adalah: *Terampil berkarya, unggul dalam kualitas, serta bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa.*

Sementara untuk mencapai visi tersebut, dirumuskan misi dari SMK PGRI 01 Semarang, misi diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan pembelajaran yang berkualitas
2. Meningkatkan keunggulan dengan menggunakan IPTEK untuk kompetensi secara global
3. Meningkatkan profesionalisme guru dan tenaga kependidikan
4. Menjalin kemitraan dengan dunia industri dan instansi lain

5. Meningkatkan kualitas dan kuantitas fasilitas pendidikan
6. Meningkatkan ketaqwaan terhadap tuhan yang maha

4.1.3. Tugas dan Fungsi

Sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 1 tahun 2012 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan mempunyai tugas melaksanakan perumusan dan koordinasi pelaksanaan kebijakan serta fasilitasi penerapan standar teknis di bidang Sekolah Menengah Kejuruan.

FUNGSI

- Perumusan kebijakan di bidang pembelajaran, sarana dan prasarana, kelembagaan, dan peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan;
- Koordinasi pelaksanaan kebijakan di bidang pembelajaran, sarana dan prasarana, kelembagaan, dan peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan;
- Fasilitasi dan pemberian bimbingan teknis penerapan norma, standar, prosedur, dan kriteria pembelajaran, sarana dan prasarana, kelembagaan, dan peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan;
- Pelaksanaan kerja sama dan pemberdayaan peran serta masyarakat di bidang pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan;
- Evaluasi penerapan norma, standar, prosedur, dan kriteria pembelajaran, sarana dan prasarana, kelembagaan, dan peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan; dan
- Pelaksanaan administrasi Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

Agar tugas dan fungsi tersebut dapat terlaksana dengan baik, struktur organisasi yang ada di Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan dibagi menjadi empat Subdirektorat (Subdit) dan satu Subbagian (Subbag), yaitu:

1. Subdirektorat Program dan Evaluasi;
2. Subdirektorat Pembelajaran;
3. Subdirektorat Sarana dan Prasarana
4. Subdirektorat Kelembagaan dan Peserta Didik

5. Subbagian Tata Usaha
6. Kelompok Jabatan Fungsional

4.1.4 STRUKTUR ORGANISASI

Susunan Organisasi pada SMK PGRI 01 Semarang adalah sebagai berikut:

1. Kepala Sekolah

Kepala Sekolah mempunyai tugas pokok sebagai pendidik, manajer, pengelola administrasi, penyelia pemimpin, pembaharu, pendorong / motivator dari sekolah itu sendiri

2. Wakil Kepala Kurikulum

Waka Kurikulum mempunyai tugas pokok membantu kepala sekolah dalam urusan Menyusun program pengajaran, Menyusun dan menjabarkan kalender pendidikan, Menyusun pembagian tugas guru dan jadwal pelajaran, Menyusun jadwal evaluasi belajar dan pelaksanaan ujian akhir, Menerapkan kriteria persyaratan kenaikan kelas dan ketamatan

3. Wakil Kepala Kesiswaan

Waka Kesiswaan mempunyai tugas pokok membantu kepala sekolah dalam urusan Menyusun program pembinaan kesiswaan (OSIS), meliputi: Kepramukaan, PMR, KIR, UKS, PKS, Paskibraka, pesantren kilat, Melaksanakan bimbingan, pengarahan dan pengendalian kegiatan kesiswaan/OSIS dalam rangka, menegakkan disiplin dan tata tertib sekolah serta pemilihan pengurus OSIS, Membina pengurus OSIS dalam berorganisasi, Menyusun jadwal dan pembinaan serta secara berkala dan insidental

4. Wakil Kepala Sarana Prasarana

Waka sarana prasarana mempunyai tugas pokok membantu kepala sekolah dalam urusan Menyusun program pengadaan sarana dan prasarana, Mengkoordinasikan penggunaan sarana prasarana, Pengelolaan pembiayaan alat-alat pengajaran, Mengelola perawatan dan perbaikan sarana prasarana, Bertanggung jawab terhadap kelengkapan data sekolah secara keseluruhan

5. Waka Humas

Waka Humas mempunyai tugas pokok membantu kepala sekolah dalam urusan Mengatur dan menyelenggarakan hubungan sekolah dengan dewan

sekolah, Membina hubungan antara sekolah dengan wali murid, Membina pengembangan antar sekolah dengan lembaga pemerintah, dunia usaha, dan lembaga sosial lainnya, Membuat dan menyusun program semua kebutuhan sekolah, Koordinasi dengan semua staf untuk kelancaran kegiatan sekolah

4.2 Hasil Penelitian

4.2.8 Publication

Kegiatan publikasi ditunjukkan kepada publik atau masyarakat di luar sekolah. Terdapat dua kegiatan yang dapat dilakukan, yakni kegiatan tidak langsung dan kegiatan langsung atau tatap muka. Kegiatan tidak langsung adalah kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat melalui perantara media tertentu, misalnya melalui televisi, radio, media cetak, pameran dan penerbitan majalah. Kegiatan langsung atau tatap muka adalah kegiatan yang dilaksanakan secara langsung misalnya rapat dengan wali murid dari siswa . informan dalam hal ini ada 2 yaitu waka humas, Kepala Sekolah, dan ketua jurusan Administrasi Perkantoran

Hari Selasa tanggal 15 juli 2019 pukul 08.25-09.00 WIB di ruang guru, Ibu yanu selaku waka humas menyatakan bahwa publikasi yang dilakukan sekolah dengan cara menyebarkan brosur, berikut ini merupakan kutipan hasil wawancara dengan informan:

Informasi yang didapatkan dari Ibu Yanu Eko Kristina terkait publikasi yang telah dilakukan oleh pihak selolah, yaitu:

“publikasinya sementara ini dari brosur, kemudian surat kabar juga ada di dalam guru itu diterbitkan. Salah satunya itu juga kita sebenarnya mau menyampaikan melalui media cetak seperti Koran itu ke masyarakat.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Titi Hastari (Kepala Sekolah) berhasil mendapatkan informasi mengenai publikasi, beliau menyampaikan informasi bahwa:

“Ya itu tadi, kita adakan publikasi dengan berbagai cara menyebar brosur ke negeri-negeri baik SMA, SMK terus kita juga publikasi lewat web. Ya segala upaya kita coba, SMS ya kita coba semua.”

“Web, Facebook, kemudian brosur, poster-poster, spanduk apalagi ya.. semua kita coba mas.”

Hal yang hampir sama juga diutarakan oleh ibu lastri selaku ketua jurusan Administrasi Perkantoran berhasil mendapatkan informasi mengenai publikasi, beliau menyampaikan informasi bahwa:

“media promosinya website ada, instagram, pamflet, brosur, kemudian ada MMT pohon, spanduk, iya itu saja sih”

Agar memperkuat data dalam penelitian ini juga menggunakan metode pengamatan langsung atau observasi yang dilakukan pada tanggal 22 januari 2019, Penulis melihat langsung brosur, pamflet, poster, web yang digunakan untuk bahan publikasi seko;lah. Hal tersebut telah sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh informan.

Berdasarkan dari hasil wawancara dan pengamatan langsung yang telah dilakukan dari 2 narasumber, dapat disimpulkan publikasi dilakukan dengan cara menyebarkan brosur pamflet dll sudah tersalurkan dengan baik walaupun ada dari bagian rencana sekolah guna publikasi belum bisa terealisasikan tahun ini karena adanya beberapa kendala seperti inginnya sekolah memp[ublikasikan lewat koran atau surat kabar namun belum bisa terealisasi karena terbatasnya dana.

4.2.9 Event

Event ditunjukkan kepada masyarakat di luar sekolah itu bisa dilakukan guna mempromosikan sekolah misalnya dengan menyelenggarakan acara seperti pentas seni di sekolah itu bisa menarik perhatian dari masyarakat sekitar dan bisa sebagai ajang promosi serta pengenalan sekolah bisa juga dengan mengadakan beauty class untuk siswa Adminsitration Perkantoran dengan mengundang bintang tamu dari luar. Informan dalam hal ini ada 2 yaitu Waka Humas, dan Ketua Jurusan Administrasi Perkantoran

Informasi yang didapatkan dari Ibu Yanu Eko Kristina terkait publikasi yang telah dilakukan oleh pihak sekolah, yaitu:

“Event-event yang diselenggarakan disini, salah satunya pensi yang jelas. Pensi itu memang sangat berpengaruh karena banyak yang datang jadi tahu. Paling tidak siswa disini bisa memperkenalkan ini kepada tetangga-tetangganya atau siswa sekolah lain. Jadi tahu yang ada disini”

Hal yang sama juga diutarakan oleh ibu Lastri selaku Ketua Jurusan Administrasi Perkantoran penulis berhasil mendapatkan informasi tentang event sebagai berikut :

“Pihak luar banyak, terutama beauty class, kemarin terakhir malah Miss favorit dari Jateng itu kesini mengadakan beauty class”

Agar memperkuat data dalam penelitian ini juga menggunakan metode pengamatan langsung atau observasi. Penulis melihat langsung bagaimana kegiatan beauty class itu berlangsung yang dihadiri miss favorit dari Jateng guna mengadakan beauty class yang diikuti oleh siswa putri kelas 12 dengan sangat antusias serta dengan mengikuti event yang diadakan dari luar yaitu gerbyar SMK se Kota Semarang, itu tentu sangat baik guna mendongkrak popularitas SMK PGRI 01 Semarang jadi masyarakat luar lebih tau tentang sekolah tersebut . Hal tersebut telah sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh informan.

Berdasarkan dari hasil wawancara dan pengamatan langsung yang telah dilakukan, dapat disimpulkan event sudah dilakukan dengan baik dimana sekolah sukses mengadakan kegiatan beauty class yang bekerja sama dengan pihak luar dengan mendatangkan miss favorit dari Jawa Tengah, walaupun masih ada event yang belum bisa terlaksana seperti mengadakan acara lomba yang diikuti anak smp namun belum bisa terlaksana.

4.2.10 News

Berita bisa disebarkan melalui banyak cara bisa lewat media sosial maupun non media sosial, media sosial bisa dimanfaatkan untuk menyebarkan berita tentang kegiatan di sekolah maupun yang lainnya melalui website sekolah, facebook, instagram dll, dari non media sosial berita bisa disebarkan melalui

brosur banner dll. Informan disini mengenai berita di sekolah ada 2 informan yaitu Ibu Titi Hastari selaku Kepala Sekolah dan Pak Sahrul selaku guru SMK

Informasi yang didapatkan dari Ibu Titi Hastari terkait penyebaran news yang telah dilakukan oleh pihak sekolah, yaitu

“kita adakan publikasi dengan berbagai cara menyebar brosur ke negeri-negeri baik SMA, SMK terus kita juga publikasi lewat web. Ya segala upaya kita coba, SMS ya kita coba semua”

Hal yang hampir sama juga diutarakan oleh pak sahrul selaku guru di SMK PGRI 01 Semarang beliau menyampaikan informasi mengenai berita yang disampaikan sekolah sebagai berikut:

“Kalau website, instagram setiap ada kegiatan tak upload. Jadi kita uploadnya setiap ada kegiatan kalo tidak ya kita tidak upload ke Media”

Agar memperkuat data dalam penelitian ini juga menggunakan metode pengamatan langsung atau observasi , Penulis melihat langsung web sekolah SMK PGRI 01 Semarang ya memang betul sekolah mempunyai web yang berisi berita berita seputar sekolah namun terkadang web itu belom terlalu aktif dalam menyebarkan informasi ada juga facebook dan instagram dari sekolah penulis pun sudah melihat langsung akun tersebut . Hal tersebut telah sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh informan.

Berdasarkan dari hasil wawancara dan pengamatan langsung yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa news atau berita yang dikeluarkan oleh pihak sekolah sudah cukup baik mereka memanfaatkan teknologi seperti web, facebook, instagram serta emnggunakan brosur atau media lainnya.

4.2.11 Community Involvement

Keterlibatan tugas sehari-hari seorang humas adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi / lembaga yang diwakilinya kegiatan seperti itu biasanya dilakukan di sekolah seperti membagikan hasil penyembelihan hewan qurban yang diadakan setiap idul adha bisa juga dengan membagikan zakat ke waga sekitar. Informan disini mengenai kepedulian sekolah terhadap komunitas di

wilayah sekitar sekolah ada 2 informan yaitu Ibu Yanu Eko Kristina selaku Waka Humas dan Ibu Titi Hastari selaku Kepala Sekolah

Informasi yang didapatkan dari Ibu Yanu Eko Kristina terkait community involvement yang telah dilakukan oleh pihak sekolah, yaitu:

“Terus kemudian pembagian daging Qurban setiap tahu sekali itu pasti ada dengan masyarakat sekitar, kemudian penyaluran Zakat. Terus kemarin baru pembagian takjil kaya gitu, jadi ke panti asuhan kita sering mengadakan seperti itu”.

Hal yang serupa juga diutarakan oleh ibu Titi Hastari beliau menyampaikan informasi mengenai kepedulian sekolah terhadap warga sekitar yaitu sebagai berikut :

“Ya banyak mas ada dengan cara kita memberi santunan ke yatim piatu, lalu pas Idul Adha itu toh kita nyembelih 1 ekor sapi guna dibakikan kemasyarakat sekitar”

Agar memperkuat data dalam penelitian ini juga menggunakan metode pengamatan langsung atau observasi. Penulis melihat langsung bagaimana kegiatan tersebut dilakukan seperti melakukan pembagian daging qurban waktu perayaan hari raya idul adha sekolah membagikan daging tersebut ke warga masyarakat yang tinggal di sekitar sekolah, untuk zakat penulis kebetulan juga ikut dalam penyaluran zakat ke salah satu yayasan yatim piatu dekat dengan lokasi sekolah. Hal tersebut telah sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh informan.

Berdasarkan dari hasil wawancara dan pengamatan langsung yang telah dilakukan, dapat disimpulkan kepedulian sekolah terhadap masyarakat sekitar sudah dilakukan dengan baik dengan cara mereka berbagi kepada warga sekitar atau komunitas seperti panti asuhan di sekitar lingkungan sekolah dimana sekolah sukses mengadakan kegiatan tersebut dengan baik sesuai rencana yang mereka inginkan, walaupun ada sedikit kendala seperti jadwal yang molor namun itu semua bisa diatasi dengan baik oleh pihak sekolah.

4.2.12 Inform or Image

Banyak cara yang bisa dilakukan suatu organisasi baik sekolah maupun organisasi lainnya guna meningkatkan citra organisasi bisa lewat sosialisasi kepada pihak-pihak terkait dan masih banyak strategi lainnya guna bisa meningkatkan citra untuk mendukung setiap kegiatan yang dilakukan organisasi tersebut. Informan dari sini penulis mengambil 2 yaitu Ibu Titi Hastari selaku Kepala Sekolah dan Ibu Lastri selaku Waka kesiswaan

Informasi yang didapatkan dari Ibu Titi Hastari terkait inform or image yang telah dilakukan oleh pihak sekolah, yaitu

“Diadakan pembinaan dengan bapak ibu guru, kemudian bersama-sama dengan bapak ibu guru mensosialisasikan dari pada adek-adek.”

Hal yang berbeda diutarakan oleh ibu Lastri beliau menyampaikan untuk meningkatkan citra sekolah sebagai berikut:

“Dengan meningkatkan prestasi siswa yah itu jelas bisa meningkatkan citra sekolah kita terus juga mungkin akreditasi kita sedang coba untuk meningkatan supaya jadi A”

Agar memperkuat data dalam penelitian ini juga menggunakan metode pengamatan langsung atau observasi, Penulis melihat langsung bagaimana kegiatan pembinaan tersebut dengan cara bapak ibu guru dikumpulkan diruangan mereka mendatangkan pembicara dari luar yang memang berkompeten di bidangnya. Hal tersebut telah sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh informan.

Berdasarkan dari hasil wawancara dan pengamatan langsung yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa mereka mencoba meningkatkan image sekolah dengan meningkatkan kinerja guru supaya lebih baik dengan melakukan pembinaan kepada bapak ibu guru sudah dilakukan dengan baik dimana sekolah sukses mengadakan kegiatan tersebut dengan mendatangkan pembicara dari luar

4.2.13 Lobbying and Negotiations

Kegiatan melobi atau bernegosiasi dilakukan guna mendukung setiap transaksi ini digunakan untuk mempermudah dan mempercepat proses tersebut sekolah biasanya melakukan negosiasi dengan cara menemui orangtua saat

pertemuan dengan wali murid bisa dengan memberikan diskon dengan persyaratan tertentu.

Informasi yang didapatkan dari Ibu Sri Sulastri terkait lobbying and negotiations yang telah dilakukan oleh pihak selolah, yaitu

“kalau negosiasi kemasyarakat enggak. Kita bertemunya orang tua kan biasanya pada saat ini kita kan satu atap sama SMP PGRI misal kita bertemu dengan orang tua yang kelas 12 SMP nanti kita sampaikan kepada mereka untuk menariknya nanti kalau mendaftar di sini kalau lulusan SMP PGRI ke SMK nanti uang gedungnya hanya 50% dapat potongan”

Berbeda informasi dengan yang didapatkan dari Ibu Sri Sulastri pada saat saya mewawancarai ibu Titi Hastari beliau menyatakan seperti ini :

P: Berati cara untuk bernegosiasi atau melobby masyarakat mboten wonten nggeh bu?

N: Nggak ada..

Agar memperkuat data dalam penelitian ini juga menggunakan metode pengamatan langsung atau observasi , Penulis melihat langsung bagaimana kegiatan dimana orang tua siswa disatukan dalam satu ruangan dan diberikan pengarahan terkait bagaimana ke depannya siswa sekolah di SMK PGRI 01, untuk meyakinkan lagi saya bertanya kepada salah satu salah satu siswa SMK PGRI 01 Semarang bawasannya benar calon siswa baru yang berasal dari SMP PGRI yang kebetulan 1 komplek dengan SMK itu akan diberikan diskon sebesar 50 % Semarang . Hal tersebut telah sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh informan.

Berdasarkan dari hasil wawancara dan pengamatan langsung yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa merke dalam melaksanakan kegiatan tersebut sudah dilakukan dengan baik dimana sekolah sukses mengadakan kegiatan tersebut.

4.2.14 Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial)

Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas humas menunjukkan bahwa sekolah memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini meningkatkan citra sekolah di mata public ini biasa dilakukan dengan sekolah memiliki prestasi

yang baik dan mempunyai lulusan yang baik juga, Informan dalam hal ini ada 2 yaitu ibu Titi Hastari selaku Kepala Sekolah dan juga ibu Lastris selaku ketua jurusan Administrasi Perkantoran.

Informasi yang didapatkan dari Ibu Titi Hastari terkait tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh pihak sekolah, yaitu:

P: Apakah dengan lulusan yang baik dan prestasi yang baik termasuk kedalam tanggung jawab kepada masyarakat?

N: Jelas to mas

Sedangkan hal yang sama juga diutarakan dari ibu Lastris mengenai tanggungjawab sosial di masyarakat yaitu :

“ iya ini jelas tanggungjawab kita karena apa, secara tidak langsung orang tua mereka menyekolahkan di sini artinya mereka pasrahkan kepada kita untuk membantu anak-anaknya mendapatkan masa depan yang lebih baik. Jadi fungsinya kami membantu mereka dengan tanggungjawab itu kita antarkan mereka”.

Agar memperkuat data dalam penelitian ini juga menggunakan metode pengamatan langsung atau observasi , Penulis melihat bagaimana sekolah tersebut memang benar-benar serius terhadap prestasi siswa guna mendapatkan prestasi yang lebih baik, dimana kalau mereka mempersiapkan dengan baik siswanya yang akan mengikuti kegiatan lomba Hal tersebut telah sesuai dengan informasi yang disampaikan oleh informan.

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan ke 2 narasumber dan pengamatan langsung yang telah dilakukan, dapat disimpulkan tanggung jawab sosial mereka terhadap masyarakat benar-benar dilakukan dengan baik dengan cara mencoba meningkatkan prestasi siswa supaya lebih baik kedepannya.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian strategi humas meningkatkan citra positif terhadap minat siswa memilih Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang menunjukkan masih terdapat kendala-kendala dalam melaksanakan program PPDB (Pendaftaran Peserta Didik Baru), diketahui menurut (Scott M Cutlip, Allen H Centre and Glen M Broom, 1982). “Humas pada dasarnya

merupakan sebuah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang ataupun organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih dukungan publik” (Scott M Cutlip, Allen H Centre and Glen M Broom, 1982). Oleh sebab itu diperlukan strategi humas yang benar guna mensukseskan program PPDB di SMK PGRI 01 Semarang, guna memenuhi kuota 5 kelas untuk tahun ajaran 2019-2020, yaitu 2 kelas Akuntansi dan 2 kelas otomatisasi tata kelola perkantoran, mereka membuat strategi guna meningkatkan citra sekolah salah satunya dari hasil wawancara yang saya dapatkan saya menyimpulkan bahwa mereka berusaha membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar terlebih dahulu seperti mereka membagikan daging qurban pada saat idul adha, lalu dengan berkunjung ke panti asuhan dengan memberikan sumbangan guna membantu panti asuhan tersebut, yang dimana mereka ingin membangun citra positif di masyarakat sekaligus mengenalkan bahwa di sini ada sekolah SMK yang disitu ada keberadaannya dari yang dilakukan sekolah itu diharapkan imbasnya bisa membangun citra sekolah menjadi lebih baik di mata masyarakat supaya mereka mau menitipkan mempercayakan anak-anaknya untuk menempuh Pendidikan di sekolah tersebut, SMK juga mencoba mengenalkan sekolah melalui alumni mereka yang diharapkan para alumni ini bias mengenalkan sekolah kepada masyarakat diluar supaya lebih mengenal sekolah ini lalu SMK juga berusaha untuk memperbaiki prestasi mereka dengan mengikutkan anak didiknya ke dalam lomba-lomba yang diadakan contohnya pada saat saya observasi disitu salah satu siswanya ada yang sedang dilatih khusus oleh bapak ibu guru yang memang berkompeten di bidangnya guna mempersiapkan lomba yaitu lomba mengetik cepat, itu jelas bukti bahwa sekolah juga serius menyiapkan siswa-siswinya untuk meraih prestasi lebih baik lagi supaya mereka siap guna menghadapi dunia kerja pada saat mereka lulus dari sekolah ini , karena memang SMK lulusannya disiapkan untuk siap kerja berbeda dengan SMA yang dimana mereka belum memiliki keahlian khusus mengenai dunia kerja, disitulah yang seharusnya menjadi keunggulan nilai plus tersendiri bagi mereka yang calon siswa-siswi ingin lulus sekolah menengah atas untuk langsung siap bekerja, yang dimana di SMK nantinya akan dilatih soft skill sesuai dengan jurusan yang mereka ambil pada saat

sekolah, disbanding dengan sma yang mereka masih mempelajari tentang mata pelajaran umum yang memeang sma lebih untuk disiapkan untuk melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi disbanding untuk siap langsung bekerja, sebetulnya banyak juga strategi humas disini yang disiapkan oleh sekolah guna meningkatkan citra sekolah yang dimana sudah penulis jabarkan pada hasil disitu ada poin-poin yang menjadi garis besar dari strategi humas.

Kita berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat sekitar sini kemudian bagi alumni, jadi paling tidak alumni bisa menghubungkan kita dengan masyarakat luar itu pasti. Kita memberikan pelayanan terbaik, karena kita termasuk jasa jadi kita memberikan sesuatu yang paling baik, prima sehingga masyarakat disini juga percaya dengan SMK PGRI. Ini kan juga berhubungan dengan PPDB kalo sekolah kita melakukan sesuatu yang baik pasti korelasinya akan baik juga

Humas smk pgri dari 3 tahun terakhir ini cukup sukses dalam melaksanakan ppdb, itu terbukti selalu meningkat pendaftar di smk pgri untuk otkp sendiri.

4.3.1. STRATEGI HUMAS

Strategi humas menurut nova dalam bukunya berjudul crisis public relations (2011:54-55) strategi humas ada 8 yaitu : Publications, Event, News, community involvement, Infor or image, Lobbying and negotiations, Social Responsibility. Berdasarkan hasil penelitian memperoleh informasi bahwa strategi yang dilakukan humas tahun ini berbeda dengan tahun lalu guna menghadapi program PPDB di SMK PGRI 01 Semarang banyak faktor yang mempengaruhi berbedanya strategi yang harus dilakukan humas guna mempersiapkan program PPDB tahun ini walaupun strategi yang dilakukan tahun ini sudah cukup baik, namun masih saja ada kendala yang harus dihadapi seperti misalnya tahun ini panitia PPDB terkendala adanya sistem zonasi yang diterapkan oleh pemerintah, adanya sistem zonasi seperti itu sebetulnya ada point plus dan minusnya untuk point plusnya sekolah banyak yg mendaftarkan di SMK PGRI 01 Semarang karena banyak siswa yang tidak bisa diterima di sekolah negeri yang terlalu jauh dari

jarak rumah mereka terkait adanya sistem zonasi ini, point minusnya adalah sekolah hanya bisa menunggu pengumuman dari sekolah negeri itupun dari SMA Negeri yang ada di Semarang sedangkan untuk SMK Negeri sekolah tidak bisa berlutik karena untuk peminat bisnis manajemen tahun ini cenderung sedikit dibanding tahun lalu kebanyakan tahun ini pada lari ke SMA Negeri yg dekat dengan rumah mereka walaupun nilai atau nilai mereka sedikit mereka tetap berani mendaftar karena itu zona mereka dan untuk persaingan tidak terlalu ketat seperti tahun – tahun sebelumnya.

4.3.2. Kendala Strategi Humas

Kendala/masalah menurut Sugiyono (2016:52) dapat diartikan sebagai penyimpangan yang seharusnya dengan apa yang benar-benar terjadi, antara teori dengan praktik, antara aturan dengan pelaksanaan, antara rencana dengan pelaksanaan. Dengan kata lain kendala/masalah ini suatu proses penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur yang ada

Berikut informasi dari berbagai informan yang ada di SMK PGRI 0 Semarang mengenai kendala strategi humas. Informan yang pertama dari ibu Yuni Selaku Waka Humas (di ruang guru) beliau menyebutkan :

“Kendalanya terkait zonasi karena mereka sudah positif nilainya atau nilainya sedikit mereka langsung buru-buru ke SMA jadi biar cepat diterima. Ya... kita yang di SMK Swasata hanya menunggu setelah selesai pengumuman mereka kesini apa tidak. Tahun ini alhamdulillah 5 kelas tercapai tapi hari-hari kemarin itu kita sempet deg-degan kenapa sepi sekali ternyata mereka memang menunggu pengumuman SMA. Tapi kalo SMK yang Negeri kita tidak bisa berlutik karena mereka pasti yang masuk. di SMK yang tahun ini untuk jurusan Bisnis Manajemen yang mendaftar itu sedikit kalo dulu itu yang dibuang atau tidak diterima itu hampir separo kalo sekarang kemarin saya cek di SMK 9 yang biasanya tidak diterima lari ke SMK PGRI semua itu hanya tidak menerima siswa sekitar 30 orang. Padahal biasanya sampe 200-an”

Pendapat yang lain juga disampaikan oleh Kepala Sekolah Ibu Titi Hastari (di ruang kepala sekolah). Beliau menjelaskan bahwa yang menjadi kendala adalah Adanya sistem zonasi di sekolah negeri membuat sekolah swasta tidak bisa berbuat banyak terkait ppdb tahun ini, sesuai yang dijelaskan beliau seperti ini :

“adanya sistem zonasi yang diterapkan di sma negeri membuat para siswa lebih memilih langsung mendaftar di sma negeri, SMK swasta hanya dijadikan pilihan kedua setelah SMA atau SMK Negeri, lalu adanya faktor dorongan orang tua yang menginginkan anak mereka sekolah di sekoah negeri.”

Pendapat yang hampir sama diutarakan oleh ibu Sri Sulastri beliau selaku Waka kesiswaan (di ruang kepala sekolah) beliau menjelaskan kendala strategi humas terkait PPDB tahun 2019/2020 adalah seperti ini :

“Yak arena itu to, sistem zonasi sehingga kan siswa itu kan harapannya bisa diterima di negeri sehingga kita menunggu terlalu lama untuk sampai pada pengumuman negeri. Kita kan menunggu pengumuman negeri dulu, baru yang tidak diterima di negeri baru disini. Menunggu pengumuman dari negeri dulu.”

Informasi yang didapatkan dari beberapa informan mengenai kendala atau masalah dalam strategi humas untuk meningkatkan minat Administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang. Disimpulkan bahwa ada beberapa hal yang masih menjadi kendala sebagai berikut : adanya sistem zonasi yang diterapkan di sma negeri membuat para siswa lebih memilih langsung mendaftar di sma negeri , SMK swasta hanya dijadikan pilihan kedua setelah SMA atau SMK Negeri, serta faktor dorongan orang tua yang menginginkan anak mereka sekolah di sekoah negeri. Faktor itu yang menyebabkan sekolah swasta hanya bisa menunggu setelah pengumuman di SMA / SMK Negeri selesai yang menyebabkan sekolah swasta tidak bisa memilih / menyeleksi siswa sesuai dengan apa yang mereka inginkan sedangkan kuota siswa harus terpenuhi sebanyak 5 kelas dengan pendaftar yang sedikit, sehingga mereka belum bisa / kurang bersaing dengan sekolah negeri.

4.3.3. Upaya Strategi Humas

Menurut Ardianto (2004:3) upaya dalam menghadapi kendala humas adalah Penelitian, Perencanaan, Pelaksanaan, Publisitas, Periklanan, Demonstrasi, Propagana, Pameran, Penilaian. Kendala yang terjadi dalam sstrategi humas untuk meningkatkan peminat Administrasi Perkantoran di sekolah tentu mengganggu proses kinerja pegawai. SMK PGRI 01 Semarang dalam mengatasi kendala yang dialami tersebut adalah dengan melakukan berbagai upaya untuk mencegah kendala tersebut, seperti yang telah diutarakan oleh narasumber terkait upaya

pencegahan tersebut dimana penulis telah berhasil mewawancarai beberapa narasumber diantaranya sebagai berikut :

Mengenai upaya dalam menghadapi kendala. Informan yang pertama dari ibu Yanu selaku Waka Humas (di ruang guru) beliau menyebutkan :

“Kamari itu kebetulan saya bertugas di pembagian brosur pada saat di SMK kita sudah tidak bisa apa-apa. Saya langsung lari ke SMA, saya langsung membagi tugas kepada anggota-anggota Bapak/Ibu guru untuk ke SMA menyebarkan brosur. Karena memang benar yang ke SMA lebih banyak mungkin 2 kali lipat, karena saya membagi brosur di SMA-SMA yang biasanya sedikit itu malah sekarang jadi banyak sekali. Di SMA 10 saja sampai habi 300 brosur padahal biasanya juga tidak sampe segitu.”

Selanjutnya informasi dari ibu Titi Hastari selaku Kepala Sekolah (di ruang Kepala Sekolah) beliau menyebutkan :

“Upaya yang telah dilakukan SMK PGRI 01 Semarang untuk mengatasi kendala diantaranya melalui media massa seperti membagikan brosur ke sekolah sekolah lain, melalui koran”

Informan ketiga dari ibu Sri Sulastri selaku Waka Kesiswaan (di ruang kepala sekolah) beliau menyebutkan seperti ini :

“Ya itu tadi, kita adakan publikasi dengan berbagai cara menyebarkan brosur ke negeri-negeri baik SMA, SMK terus kita juga publikasi lewat web. Ya segala upaya kita coba, SMS ya kita coba semua

Informasi yang didapatkan dari beberapa informan mengenai upaya mengatasi kendala atau masalah dalam strategi humas untuk meningkatkan minat Administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang. Disimpulkan bahwa ada beberapa hal upaya untuk mengatasi kendala sebagai berikut : Upaya yang telah dilakukan SMK PGRI 01 Semarang untuk mengatasi kendala diantaranya melalui media massa seperti membagikan brosur ke sekolah sekolah lain, melalui koran, sosialisasi ke smp yang ada disekitar sekolah, serta upaya dari sekolah guna mengetahui minat siswa serta mengarahkan sekolah mengadakan tes minat bakat yang dilakukan sewaktu awal masuk sekolah guna mengetahui minat dan bakat anak ini larinya ke Administrasi perkantoran / Akuntansi

BAB V

PENUTUP

5.3. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai strategi humas di SMK PGRI 01 Semarang, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi humas di SMK PGRI 01 Semarang terdiri dari publications, event, news, community involvement, inform or image, lobbying, and negotiations, social responsibility
2. Kendala yang terjadi dalam melakukan strategi humas di SMK PGRI 01 Semarang, yakni adanya sistem zonasi yang diterapkan di sma negeri membuat para siswa lebih memilih langsung mendaftar di sma negeri, SMK swasta hanya dijadikan pilihan kedua setelah SMA atau SMK Negeri, serta faktor dorongan orang tua yang menginginkan anak mereka sekolah di sekolah negeri. Faktor itu yang menyebabkan sekolah swasta hanya bisa menunggu setelah pengumuman di SMA / SMK Negeri selesai yang menyebabkan sekolah swasta tidak bisa memilih / menyeleksi siswa sesuai dengan apa yang mereka inginkan sedangkan kuota siswa harus terpenuhi sebanyak 5 kelas dengan pendaftar yang sedikit, sehingga mereka belum bisa / kurang bersaing dengan sekolah negeri.
3. Upaya yang telah dilakukan SMK PGRI 01 Semarang untuk mengatasi kendala diantaranya melalui media massa seperti membagikan brosur ke sekolah sekolah lain, melalui koran, sosialisasi ke smp yang ada disekitar sekolah, serta upaya dari sekolah guna mengetahui minat siswa serta mengarahkan sekolah mengadakan tes minat bakat yang dilakukan sewaktu awal masuk sekolah guna mengetahui minat dan bakat anak ini larinya ke Administrasi perkantoran Akuntansi.

5.4. Saran

1. Membuat struktur pengurus humas tetap guna memperjelas jobdesk apa saja yang harus dikerjakan ketika menghadapi penerimaan peserta didik baru, serta kegiatan humas yang lainnya.

2. Pengurus humas seharusnya lulusan berlatarbelakang kehumasan, sehingga dalam pengerjaan jobdesk sesuai dengan pedoman yang ada
3. Memperbaiki koordinasi antar pengurus supaya terjalin lebih baik, dan bekerja sesuai jobdesk masing-masing
4. lebih meningkatkan serta mengaktifkan lagi fungsi web sekolah guna mempermudah pihak luar dalam mengaksesinformasi

Daftar pustaka:

- Ardianto & Soemirat (2004:3). *Dasar-Dasar Public Relations* . Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Arikunto, Suharsimi (2010: 274) *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta
- Assumpta Rumanti, Sr Maria (2002: 39-42) *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Assumpta Rumanti, Sr Maria (2002: 118) *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo,
- Effendy, Onong Uchjana. (2004). *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Yogyakarta : Pinus Book.
- Firsan Nova. (2011: 55-56) *Crisis public Relations*. PT Raja Grafindo Jaya.
- Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetya Widodo (2017). *Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggaladewi volume 11 hal 175-180*.
- Cutlip, Scott M., Allen H . Center, Glen M,Broom. (2007: 287) *Mastering Public Relations*. Newyork : Palgrave. Macmillan.Denzin.
- Cutlip, Scott M., Allen H . Center, Glen M,Broom. (2007: 271-282) *Mastering Public Relations*. Newyork : Palgrave. Macmillan.Denzin.
- Mulyono (2008:218). *Teknik Manajemen Humas Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam*. Ar-ruz Media.
- Rosadi Ruslan (2012:133). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi konsepsi & komunikasi*. Rajawali Pers.
- Nasution, Zulkarnain (2010:27) *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Malang : UMM PRESS.
- Ruslan, Rosady (2016: 23) *Etika Kehumasan Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono (2012: 22-23) *Public Relations & Crisis Management*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Effendy, Onong Uchjana (1999: 37-44) *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offse
- Kuswanto, Agung (2015: 128-29) *Hubungan Masyarakat (Humas) Teori & Praktek*. Salemba
- Suryosubroto (2001: 15). *Humas Dalam Dunia Pendidikan- Suatu Pendekatan Praktis* . Yogyakarta: Mitra Gama Widya
- J L Thompson (1995) *Penggunaan Internet Sebagai Media Humas*. Jakarta: Erlangga
- David J Schwartz (1996) *The Magic of Thingking Big*

(Jefskin, Frank 1997). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga

Sugiyono (2007: 337) *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Lexy, j . Moleong (2007: 325) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya

Lampiran 2



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI
 Gedung L1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang - 50229
 Telepon +6224-8508015, Faksimile +6224-8508015
 Laman: <http://fe.unnes.ac.id>, surel: fe@mail.unnes.ac.id

Nomor : 1343/UN37.1.7/LT/2019 22 Januari 2019
 Hal : Permohonan Izin Observasi

Yth. Kepala SMK PGRI 01 Semarang
 Di tempat.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Muhamad Fadhil Abdul Qodir
 NIM : 7101415346
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi (Pendidikan Administrasi Perkantoran), S1
 Semester : Gasal
 Tahun akademik : 2018/2019
 Topik observasi : Strategi humas dalam menentukan minat siswa

Kami mohon yang bersangkutan diberikan izin observasi untuk penelitian awal skripsi di perusahaan atau instansi yang Saudara pimpin, dengan alokasi waktu 22 Januari 2019 s/d. selesai.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.

a.n. Dekan FE
 Wakil Dekan Bid. Akademik,

 Dr. Kardoyo, M.Pd.
 NIP 196205291986011001

Tembusan:
 Dekan FE;
 Universitas Negeri Semarang



Nomor Agenda Surat : 754 355 293 4

Sistem Informasi Surat Dinas - UNNES (2019-01-22 8:44:41)

Lampiran 3

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 094/S.Ket/X/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Drs. Hj. Titi Yulestariani
 NIY : 010610
 Jabatan : Kepala SMK PGRI 01 Semarang

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Muhamad Fadhil Abdul Qodir
 NPM : 710415346
 Prodi/Fakultas : Pendidikan Administrasi Perkantoran
 Universitas Negeri Semarang

Yang bersangkutan telah melakukan Penelitian untuk menyusun Skripsi dengan judul "Strategi Humas dalam meningkatkan citra positif sekolah terhadap minat Siswa memilih jurusan Administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang pada bulan 15 Juli 2019 s.d. 16 Oktober 2019.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 16 Oktober 2019
 Kepala SMK PGRI 01 Semarang

 Dra. Hj. Titi Yulestariani
 NIY. 010610

Lampiran 4**PROFIL SEKOLAH**

Nama Sekolah	: SMK PGRI 01 Semarang
NPSN	: 20328979
Alamat Sekolah	: Jl Medoho Raya no 91
Desa/Kelurahan	: Gayamsari
Kecamatan	: Gayamsari
Kabupaten/Kota	: Semarang
Propinsi	: Jawa Tengah
Kode Pos	: 50161
Telepon	: (024) 6724715
Website	: www.smkpgri1semarang.sch.id
Status Sekolah	: Terakreditasi “ B”
Status	: Swasta
Tanggal sk pendirian	: 1900-01-01
Luas Tanah	: 1516 m ²
Luas Bangunan Sekolah	: ± 4.300 m ²
Status Tanah	: HM Yayasan pgri
Status Bangunan	: HM Yayasan pgri
Jumlah Siswa	: 421 Laki-laki dan 384 Perempuan

Rombongan belajar : 13 rombongan belaja

Banyak ruang kelas : 13 kelas

Banyak laboratorium : 0 ruang

Lampiran 5

Visi, Misi dan Tujuan SMK PGRI 01 Semarang

Visi:

Terampil berkarya, unggul dalam kualitas, serta bertaqwa kepada tuhan yang maha esa.

Misi:

1. Mengembangkan pembelajaran yang berkualitas
2. Meningkatkan keunggulan dengan menggunakan IPTEK untuk kompetensi secara global
3. Meningkatkan profesionalisme guru dan tenaga kependidikan
4. Menjalin kemitraan dengan dunia industri dan instansi lain
5. Meningkatkan kualitas dan kuantitas fasilitas pendidikan
6. Meningkatkan ketaqwaan terhadap tuhan yang maha esa

Tujuan

SMK PGRI 01 Semarang sebagai bagian dari pendidikan menengah bertujuan menyiapkan tamatan/siswa agar mampu:

1. Menyiapkan siswa untuk memasuki lapangan kerja serta dapat mengembangkan sikap profesional.
2. Menyiapkan siswa agar mampu memilih karir, maupun berkompetisi dan mampu mengembangkan diri
3. menyiapkan siswa agar menjadi tenaga kerja tingkat menengah yaang mandiri(bekerja untuk dirinya sendiri) dan atau untuk mengisi kebutuhan dunia kerja.
4. Menyiapkan tamatan agar menjadi warga neegara yang produktif, adaptif dan kreatif

Lampiran 5

DATA RUANG
SMK PGRI 01 SEMARANG

Jl. Medoho Raya no. 91 Semarang-50161 telpon (024) 6724715

*** Ruang Pembelajaran Umum :**

No.	Jenis RPU	Jumlah	Kelengkapan Jenis Sarana	Keterangan
1 .	Ruang Kelas	13	√	Baik
2 .	Perpustakaan	1	√	Baik
3.	Lab. IPA	0	√	Belum punya
4 .	Lab. Komputer	1	√	Baik

*** Ruang Pembelajaran Khusus :**

No.	Jenis RPU	Jumlah	Kelengkapan jenis sarana	Keterangan
1	Lab. Adm. Perkantoran	1	√	Baik
2	Lab. Mengetik	0		
3	Lab. Akuntansi	1	√	Baik

*** Ruang Penunjang :**

No.	Jenis RP	Jumlah	Kelengkapan jenis sarana	Keterangan
1	Ruang Pimpinan	1	√	Baik
2	Ruang guru	1	√	Baik
3	Ruang Wakasek.	3	√	Baik
4	Ruang tata usaha	1	√	Baik
5	Ruang Ibadah	1	√	Baik
6	Ruang Konseling	1	√	Baik
7	Ruang UKS/gudang	1	√	Baik

8	Ruang OSIS	1	√	Baik
9	Ruang Pramuka	1	√	Baik
10	Jamban	14	√	Baik
11	Gudang	1	√	Baik
12	Ruang sirkulasi	1	√	Baik
13	Tempat bermain	1	√	Baik
14	Pos Satpam	1	√	Baik
15	R. dapur	1	√	Baik
16	R. Komite	1	√	Baik
17	Kantin	1	√	Baik

* *Catatan :*

1. Semua ruang yang ada dalam kondisi baik dan layak.

Lampiran 6

Data Prestasi Sekolah

Nama Unit Kerja : SMK Pangudi Luhur Tarcisius Semarang

No	Jenis>Nama Kegiatan/P erlombaan	Tingkat/ Level	Prestasi yang dicapai	Tahun ajaran	Keterangan
1.	LKS AP	Kota Semarang	Juara III	2013-2014	
2.	Lomba Economic challenge	Prov. Jateng	Juara II	2012-2013	
3.	Secretary contest	Prop. Jateng	Juara III	2013-2014	
4.	Lomba Economic challenge	Prov. Jateng	Juara II	2013-2014	
5.	Lomba keterampilan siswa bidang akuntansi	Kota Semarang	Juara II	2002,2004, 2006,2009, 2010	
6.	Lomba Olympiade Matematika	Kota Semarang	Juara harapan I	2011-2012	
7.	Lomba Accounting Contest	Prov. Jateng	Juara Harapan I	2011-2012	
8.	Lomba Pemilos	Kota Semarang	Juara II	2012-2013	

Lampiran 7

Daftar pertanyaan wawancara

1. Bagaimana penyelenggaraan publikasi yang ada di SMK PGRI 01 Semarang terkait promosi sekolah untuk memilih AP?
2. Bagaimana cara menyebarluaskan publikasi yang ada di sekolah ini ?
3. Apa saja bentuk publikasinya di sekolah ini?
4. Event apa saja yang ada di SMK PGRI 01 Semarang guna memperkenalkan kegiatan yang ada di SMK PGRI 01 Semarang ?
5. Berapa bulan sekali event atau kegiatan itu dilakukan di SMK PGRI 01 Semarang?
6. Apakah ada sponsor yang mendukung kegiatan tersebut?
7. Media apa saja yang digunakan di SMK PGRI 01 Semarang guna menyebarluaskan peminatan Administrasi perkantoran?
8. Media yang digunakan di update dalam waktu berapa lama?
9. Apakah sekolah membuat semacam kalender sekolah / majalah sekolah?
10. Kalau iya apakah itu bisa ikut membantu dalam menyebarluaskan peminatan Administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?
11. Kegiatan humas apa saja yang ada di SMK PGRI 01 Semarang guna berinteraksi dengan kelompok masyarakat yang ada di sekitar sekolah guna memberitahukan peminatan Administrasi Perkantoran?
12. Apakah Di sekolah ini ada kegiatan HUT sekolah PKL siswa kelas 11, dan EXPO?
13. Jika ada apakah itu termasuk dalam cara mempromosikan peminatan Administrasi Perkantoran?
14. Bagaimana cara SMK PGRI 01 Semarang dalam menarik perhatian masyarakat guna mempromosikan peminatan Administrasi Perkantoran?
15. Bagaimana cara SMK PGRI 01 Semarang dalam meningkatkan citra sekolah ?
16. Apakah ada cara humas di SMK PGRI 01 Semarang guna melobi atau bernegosiasi ke masyarakat agar mau memilih Administrasi Perkantoran ?
17. Selama ini apakah ada kegiatan yang tidak didukung masyarakat sekitar SMK PGRI 01 Semarang?
18. Bagaimana lulusan & prestasi Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?
19. Apakah itu termasuk dalam bentuk tanggung jawab kepada masyarakat?
20. Apa saja kendala yang dihadapi humas dalam mempromosikan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?

21. Upaya apa yang dilakukan humas dalam mengatasi kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?

Guru Administrasi Perkantoran di PPDB 2019

1. Media apa saja yang digunakan di SMK PGRI 01 Semarang guna menyebarluaskan peminatan Administraasi perkantoran?
2. Media yang digunakan di update dalam waktu berapa lama?
3. Apakah Di sekolah ini ada kegiata HUT sekolah PKL siswa kelas 11, dan EXPO?
4. Jika ada apakah itu termasuk dalam cara mempromosikan peminatan Adminsitrasi Perkantoran?
5. Apakah sekolah membuat semacam kalender sekolah / majalah sekolah?
6. Kalau iya apakah itu bisa ikut membantu dalam menyebarluaskan peminatan Administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?

Ketua jurusan administrasi perkantoran :

1. Bagaimana cara SMK PGRI 01 Semarang dalam menarik perhatian masyarakat guna mempromosikan peminatan Administrasi Perkantoran?
2. Bagaimana lulusan & prestasi Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?
3. Apakah itu termasuk dalam bentuk tanggung jawab kepada masyarakat?
4. Apakah Di sekolah ini ada kegiata HUT sekolah PKL siswa kelas 11, dan EXPO?
5. Jika ada apakah itu termasuk dalam cara mempromosikan peminatan Adminsitrasi Perkantoran
6. Bagaimana penyelenggaraan publikasi yang ada di SMK PGRI 01 Semarang terkait promosi sekolah untuk memilih AP?
7. Apa saja bentuk publikasinya ?

Kepala sekolah :

1. Bagaimana cara SMK PGRI 01 Semarang dalmam meningkatkan citra sekolah ?
2. Apakah ada cara SMK PGRI 01 Semarang guna melobi atau bernegosiasi ke masyarakat agar mau memilih Administrasi Perkantoran ?

3. Selama ini apakah ada kegiatan yang tidak didukung masyarakat sekitar SMK PGRI 01 Semarang?
4. Bagaimana lulusan & prestasi Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?
5. Apakah itu termasuk dalam bentuk tanggung jawab kepada masyarakat?
6. Apa saja kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?
7. Upaya apa yang dilakukan dalam mengatasi kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?

Waka humas :

1. Event apa saja yang ada di SMK PGRI 01 Semarang guna memperkenalkan Administrasi Perkantoran yang ada di SMK PGRI 01 Semarang ?
2. Berapa bulan sekali event itu dilakukan di SMK PGRI 01 Semarang?
3. Apakah ada sponsor yang mensupport event tersebut?
4. Kegiatan humas apa saja yang ada di SMK PGRI 01 Semarang guna berinteraksi dengan kelompok masyarakat yang ada di sekitar sekolah guna memberitahukan peminatan Administrasi Perkantoran?
5. Bagaimana cara humas SMK PGRI 01 Semarang dalam meningkatkan citra sekolah
6. Apa saja kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?
7. Upaya apa yang dilakukan dalam mengatasi kendala yang dihadapi dalam mempromosikan Administrasi Perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang?

KETUA PPDB 2019

1. Bagaimana cara SMK PGRI 01 Semarang dalam menarik perhatian masyarakat guna mempromosikan peminatan Administrasi Perkantoran?
2. Apakah ada cara di SMK PGRI 01 Semarang guna melobi atau bernegosiasi ke masyarakat agar mau memilih Administrasi Perkantoran
3. Bagaimana penyelenggaraan publikasi yang ada di SMK PGRI 01 Semarang terkait promosi sekolah untuk memilih AP?
4. Bagaimana cara menyebarluaskan publikasi yang ada di sekolah ini ?
5. Apa saja bentuk publikasinya di sekolah ini?
6. Apakah sekolah membuat semacam kalender sekolah / majalah sekolah?

7. Kalau iya apakah itu bisa ikut membantu dalam menyebarluaskan peminatan Administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang

Daftar pertanyaan

Untuk siswa :

1. Apa alasan/ motivasi mendaftar di SMK PGRI 01 Semarang ?
2. Jurusan apa yang anda pilih?
3. Kenapa anda lebih memilih administrasi perkantoran dan tidak memilih akuntansi ?

Lampiran 8

Tanggal Pelaksanaan Observasi Dan Penelitian

No	Hari dan Tanggal	Tempat	Keperluan
1.	Selasa, 22 januari 2019	SMK PGRI 01 Semarang	Memasukkan surat observasi
2.	Kamis, 24 januari 2019	SMK PGRI 01 Semarang	Observasi pendahuluan
3.	Jumat, 25 Januari 2016	SMK PGRI 01 Semarang	Observasi lanjutan untuk melengkapi data
4.	senin, 28 Januari 2019	SMK PGRI 01 Semarang	Pengamatan
5.	Senin, 1 juli 2019	SMK PGRI 01 Semarang	Memasukkan surat ijin penelitian
6.	Senin, 1 juli 2019	SMK PGRI 01 Semarang	Membuat janji untuk wawancara dengan Humas
7.	Selasa, 2 juli 2019	Ruang Perpustakaan dan Ruang Guru	Wawancara dengan siswa dan humas, pengamatan kegiatan humas, meminta dokumen kegiatan humas
8.	Selasa, 2 juli 201	Ruang Kepala Sekolah dan	Wawancara dengan Kepala Sekolah dan Guru

		ruang Guru	
9.	Rabu, 3 juli 2019	SMK PGRI 01 Semarang	Pengamatan Membuat janji wawancara dengan waka kesiswaan dan wakasek humas
10.	Kamis, 4 juli 20169	Ruang waka SMK PGRI 01 Semarang	Wawancara dengan, waka humas dan waka kesiswaan
11	Kamis, 4 juli 2019	SMK PGRI 01 Semarang	Meminta dokumen kelengkapan
12	Rabu, 16 Oktober 2019	SMK PGRI 01 Semarang	Meminta surat keterangan telah menyelesaikan penelitian

Lampiran 9

KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN

**STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF SEKOLAH
TERHADAP MINAT SISWA MEMILIH JURUSAN ADMINISTRASI
PERKANTORAN DI SMK PGRI 01 SEMARANG**

Strategi humas					
No	Fokus	Indikator	Metode Penelitian	Keterangan/Kegiatan	Sumber Data
1	Strategi humas	Publications	Observasi Wawancara Dokumentasi	Menyelenggarakan publikasi dan menyebarluaskan informasi melalui berbagai kegiatan	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu siswa
		Event	Observasi Wawancara Dokumentasi	Merancang sebuah event yang bertujuan untuk memperkenalkan produk	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka

					kesiswaan waka sarpras kepala tu
		News	Observasi Wawancara Dokumenta si	Menciptakan berita melalui press release	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Comunity involvmnt	Observasi Wawancara Dokumenta si	Mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Inform or image	Observasi Wawancara Dokumenta si	Memberikan infomasi kepada publik atau menarik perhatian	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka

					kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Lobbying and negotiations	Observasi Wawancara Dokumenta si	Untuk mencapai keepakatan atau memperoleh dukungan	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Social responsibility	Observasi Wawancara Dokumenta si	Memiliki tanggung jawab sosial	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
1	kendala	Pola koordinasi tidak terjalin dengan baik	Observasi Wawancara Dokumenta si	Pola koordinasi bagian humas dengan bagian lain tidamemiliki tanggung jawabk terjalin dengan baik	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka

					kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Humas belum dianggap sebagai bagian yang berperan penting	Observasi Wawancara Dokumenta si	Kedudukan humas dalam struktur suatu kelembagaan belum dianggap sebagai bagian yang berperan penting	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
		SDM humas tidak profesional	Observasi Wawancara Dokumenta si	SDM humas tidak profesional atau penempatannya tidak sesuai kompetensinya	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
2	upaya	Penelitian	Observasi Wawancara Dokumenta si	Melakukan penelitian untuk memperoleh data, fakta di lapangan	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka

					kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Perencanaan	Observasi Wawancara Dokumenta si	Setelah mendapatkan hasil menyusun rencana kerja	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Pelaksanaan	Observasi Wawancara Dokumenta si	Pelaksanaan dilakukan setelah rencana yang matang mendapatkan persetujuan dari piak terkait	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Publisitas	Observasi Wawancara Dokumenta si	Komunikasi kepada publik melalui media massa atau langsung face o face	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka

					kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Periklanan	Observasi Wawancara Dokumenta si	Kegiatan terkait dengan dua bidang kehidupan sehari hari	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Demonstrasi	Observasi Wawancara Dokumenta si	Sesuatu yang bisa mempercepat pengaruh terhadap khalayak	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Propaganda	Observasi Wawancara Dokumenta si	Kegiatan persuasif untuk mempengaruhi seseorang atau suatu kelompok	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka

					kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Pameran	Observasi Wawancara Dokumenta si	Mengundang publik untuk mengenal, melihat dan mengerti akan perusahaan/organisa si	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu
		Penilaian	Observasi Wawancara Dokumenta si	Tahap pemeriksaan terhadap program dan rencana yang dappat dilakukan	Kepala sekolah waka humas waka kurikulum waka kesiswaan waka sarpras kepala tu

Lampiran 10

INSTRUMEN PENELITIAN

Judul : STRATEGI HUMAS DALAM MENINGKATKAN CITRA POSITIF SEKOLAH TERHADAP MINAT SISWA MEMILIH JURUSAN ADMINISTRASI PERKANTORAN DI SMK PGRI 01 SEMARANG

No	Fokus	Indikator	Pertanyaan
1	Strategi humas	Publications	<p>a. Bagaimana penyelenggaraan publikasi yang ada di SMK PGRI 01 Semarang?</p> <p>b. Bagaimana cara menyebarluaskan publikasi yang ada di SMK PGRI 01 Semarang?</p>
		Event	<p>c. Event apa saja yang ada di SMK PGRI 01 Semarang guna memperkenalkan produk yang ada di sekolah?</p> <p>d. Berapa bulan sekali event atau kegiatan itu dilakukan di SMK PGRI 01 Semarang?</p> <p>e. Produk apa saja yang diperkenalkan dalam event tersebut?</p>
		News	<p>f. Media apa saja yang digunakan oleh SMK PGRI 01 Semarang guna menyebarluaskan berita?</p>

			<p>g. Berita yang ada di SMK PGRI 01 Semarang di update dalam waktu berapa lama?</p> <p>h. Berita yang direlease apakah hanya mencakup smk PGRI atau juga mencakup berita pihak luar?</p>
		Comunity involvment	<p>i. kegiatan humas apa saja yang ada di SMK PGRI 01 guna berinteraksi dengan kelompok masyarakat yang ada?</p> <p>j. Apakah dalam melkukan interaksi dengan kelompok masyarakat memiliki waktu – waktu tertentu?</p> <p>k. Produk apa saja yang diperkenalkan dalam event tersebut?</p>
		Inform or image	<p>l. Bagaimana cara smk PGRI dalam menyampaikan informasi pada masyarakat?</p> <p>m. cara menarik perhatian masyarakat dari informasi yang di sampaikan?</p>
		Lobbying and negotiations	<p>n. Bagaimana cara humas dalam melobi masyarakat guna mendukung setiap kegiatan yang diadakan SMK PGRI 01 Semarang?</p> <p>o. Selama ini apakah ada kegiatan yang tidak didukung oleh</p>

			masyarakat di SMK PGRI 01 Semarang?
		Social responsibility	p. Bentuk tanggung jawab seperti apa yang dimiliki oleh SMK PGRI 01 Semarang terhadap masyarakat?
		Comunity involvment	q. kegiatan humas apa saja yang ada di SMK PGRI 01 guna berinteraksi dengan kelompok masyarakat yang ada? r. Apakah dalam melakukan interaksi dengan kelompok masyarakat memiliki waktu – waktu tertentu? s.

Kendala dan upaya

1	Kendala dan upaya	Kendala yang dihadapi humas dalam menerapkan strategi humas untuk meningkatkan citra positif di SMK PGRI 01 Semarang	Apa saja kendala yang dihadapi humas dalam meningkatkan citra positif di SMK PGRI 01 Semarang?
1	Kendala dan upaya	Upaya yang dilakukan humas untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam meningkatkan citra positif di SMK PGRI 01 Semarang	upaya apa yang dilakukan untuk mengatasi kendala humas yang dihadapi dalam meningkatkan citra positif di SMK PGRI 01 Semarang?

Lampiran11

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 1)

Topik wawancara : Peran Humas dalam Meningkatkan Citra di SMK PGRI
1 Semarang

Informan : Yanu Eko Kristina

Hari, Tanggal :

Waktu : WIB

Tempat : Ruang

Kode Informan : Y.H

P : Selamat siang ibu, sebelumnya saya bicara dengan siapa?

I : Saya Yanu Eko Kristina

P : Ibu disini selaku apa nggih?

I : Waka Humas di SMK PGRI nggih?

P : Untuk pertanyaan pertama, event apa saja yang ada di SMK PGRI guna memperkenalkan prodi administrasi perkantoran di SMK PGRI ini nggih bu? Apakah ada event-event atau bagaimana nggih bu?

I : Event-event yang diselenggarakan disini, salah satunya pensi yang jelas. Pensi itu memang sangat berpengaruh karena banyak yang datang jadi tahu. Paling tidak siswa disini bisa memperkenalkan ini kepada tetangga-tetangganya atau siswa sekolah lain. Jadi tahu yang ada disini, kemudian ada lagi mungkin dengan pembagian browsure pada saat PPDB itu jelas kita memperkenalkan semuanya ke anak-anak mungkin dibawah kita SMP atau anak-anak yang lain. Kemudian juga presentasi ke sekolah-sekolah terutama SMP karena kita juga menarik minat anak SMP yang sudah lulus untuk masuk ke sekolah sini terutama yang jurusannya administrasi perkantoran juga. Dan kita juga sering sekali kerja sama dengan beberapa hotel kita mengadakan kunjungan kesana seperti table manner seperti itu jadi kita otomatis memperkenalkan SMK PGRI punya jurusan-jurusan seperti ini. terus kunjungan industri jelas juga diberbagai macam tempat juga sama jadi kita sekaligus kunjungan industri kita belajar sekaligus kita memperkenalkan, gitu.

P : Tahun kemarin kunjungan industry kemana bu?

I : Kemarin kita ke Sidomuncul (Ungaran) kemudian kita ke Herborist, kemudian ke Jamu Jago yang kemarin baru dilaksanakan itu ke Solo Jebres itu di Pt Garmen.

P : Itu untuk siswa kelas berapa nggih bu?

- I : itu untuk siswa kelas... kalo di Solo kemarin itu kelas 12 harusnya itu pas kelas 11, karena kelas 11 itu terhalang apa saya lupa, akhirnya baru dilaksanakan kelas 12. Tapi biasanya kunjungan industri untuk kelas 10 biasanya karena kelas 11 itu ada magang PKL .
- P : Untuk event seperti itu, biasanya ada berapa bulan sekali nggih bu? Apa ada waktu-waktu tertentu?
- I : Ya... kalo pensi satu tahun sekali, untuk tahun ini kemarin habis rapat kemungkinan akan diadakan awal tahun kalo biasanya kan di akhir tahun kemungkinan ini diawal tahun.
- P : Event tersebut untuk umum apa gimana nggih bu?
- I : Kalau pensi itu terbatas untuk kita sendiri, tapi memang kadang ada yang mengundang dari penampil dari luar.
- P : Untuk event semacam pensi itu, apakah ada sponsornya bu?
- I : Kalau sponsor saya kurang tahu ya, tapi dulu sih pernah tapi akhir-akhir ini belum ada. Karena kemarin kan kalo pensi disokong dana bos. Jadi untuk sponsornya kelihatannya beberapa tahun ini tidak ada. Kalo dulu ada tapi saya lupa Pt apa gitu dulu sekali.
- P : Kemudian apakah ada pihak luar yang pernah melakukan kegiatan disini?
- I : Pihak luar banyak, terutama beauty class, kemarin terakhir malah Miss favorit dari Jateng itu kesini mengadakan beauty class.
- P : Itu berarti yang mengadakan pihak luar nggih bu?
- I : Pihak luar ingin mengadakan talk show disini, jadi kalo seperti itu memang banyak sih mas.
- P : Lalu kegiatan humas apa saja yang ada di SMK PGRI guna berinteraksi dengan kelompok masyarakat yang ada di sekitar?
- I : Kalo itu, jelas yang pertama kita prakerin (PKL) itu menghubungkan sekolah dengan dunia luar, dunia industri, dunia kerja termasuk dengan dunia masyarakat karena kita magang bukan hanya di perusahaan atau tidak hanya di kantor-kantor pemerintah. Kita juga ada yang di kecamatan, kelurahan jadi kita berinteraksi dengan masyarakat disana. Terus kemudian pembagian daging Qurban setiaptahu sekali itu pasti ada dengan masyarakat sekitar, kemudian penyaluran Zakat. Terus kemarin baru pembagian takjil kaya gitu, jadi ke panti asuhan kita sering mengadakan seperti itu.
- P : Untuk Prakerin sendiri apakah ada kerjasama khusus dengan pihak di luar bu?
- I : Iya ada, ada MOU dengan beberapa tempat, tapi ada juga yang tidak ada MOU-nya ya kita mengajukan diri saja kalo diterima ya Alhamdulillah kalo tidak ya tidak.

P : Untuk Prakerinnya kerjasamanya dengan pihak mana saja nggih bu?

I : Kalo MOU-nya itu di Kosepa PGRI itu semacam koperasi. Kan kita ada jurusan Akuntansi, terus kemudian yang administrasi itu dengan Aspasi. Terus kemudian ada lagi kemarin baru itu ada Pt Majapahit itu ada MOU-nya. Seperti itu.

P : Terus bagaimana humas SMK PGRI dalam meningkatkan citra sekolah disini bu?

I : Kita berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat sekitar sini kemudian bagi alumni, jadi paling tidak alumni bisa menghubungkan kita dengan masyarakat luar itu pasti. Kita memberikan pelayanan terbaik, karena kita termasuk jasa jadi kita memberikan sesuatu yang paling baik, prima sehingga masyarakat disini juga percaya dengan SMK PGRI. Ini kan juga berhubungan dengan PPDB kalo sekolah kita melakukan sesuatu yang baik pasti korelasinya akan baik juga.

P : Untuk prestasi atau lulusan AP di SMK PGRI bagaimana bu?

I : Untuk prestasi alhamdulillah ini juga dari tahun-tahun kemarin ada yang masuk di polines, kalo Undip Akuntansi tapi kalo yang AP setahu saya ada di Polines, tahun dulu itu ada yang di Bank BRI kemudian ada yang di PLN. Terus ada di Pt INKAI itu ada, setelah lulus dari sini langsung kerja disana.

P : Apakah ada kerjasama khusus untuk penyaluran alumni sini dengan pihak luar?

I : Oh... itu ada, kita ada BKK tapi yang tahu persis itu Pak Sigit.

P : Lalu apa saja kendala yang dihadapi terkait PPDB kemarin nggih bu?

I : Kendalanya terkait zonasi karena mereka sudah positif nilainya atau nimnya sedikit mereka langsung buru-buru ke SMA jadi biar cepat diterima. Ya... kita yang di SMK Swasata hanya menunggu setelah selesai pengumuman mereka kesini apa tidak. Tahun ini alhamdulillah 5 kelas tercapai tapi hari-hari kemarin itu kita sempet deg-deg.an kenapa sepi sekali ternyata mereka memang menunggu pengumuman SMA. Tapi kalo SMK yang Negeri kita tidak bisa berkutik karena mereka pasti yang masuk. di SMK yang tahun ini untuk jurusan Bisnis Manajemen yang mendaftar itu sedikit kalo dulu itu yang dibuang atau tidak diterima itu hampir separo kalo sekarang kemarin saya cek di SMK 9 yang biasanya tidak diterima lari ke SMK PGRI semua itu hanya tidak menerima siswa sekitar 30 orang. Padahal biasanya sampe 200-an.

P : Itu kenapa bisa sampe seperti itu bu?

I : Karena mereka itu berpikir karena zonanya mereka sudah berpikir positif diterima di SMA Negeri. Terus untuk SMK juga sekarang tidak ada tes, kalo ada tes tertulis terus pengumuman dan mereka dinyatakan tidak lolos mereka akan lari ke sekolah swasta. Tapi karena sekarang tidak ada tes mereka sudah tahu, mereka sudah jauh-jauh hari itu sudah memilih sekolah lanjutan.

P : Berarti untuk pendaftaran hanya nilai UN nggih bu?

- I : Iya nilai UN, tapi ada tes kesehatan kalo SMA.
- P : Untuk upaya yang dilakukan pihak humas sendiri dalam mengatasi kendala itu tadi apa nggih bu?
- I : Kemarin itu kebetulan saya bertugas di pembagian brosur pada saat di SMK kita sudah tidak bisa apa-apa. Saya langsung lari ke SMA, saya langsung membagi tugas kepada anggota-anggota Bapak/Ibu guru untuk ke SMA menyebarkan brosur. Karena memang benar yang ke SMA lebih banyak mungkin 2 kali lipatnya, karena saya membagi brosur di SMA-SMA yang biasanya sedikit itu malah sekarang jadi banyak sekali. Di SMA 10 saja sampai habi 300 brosur padahal biasanya juga tidak sampe segitu.
- P : Berarti strategi dengan tahun kemarin berbeda nggih bu?
- I : Berbeda sekali, kalo tahun kemarin itu kita sudah bisa menentukan kemana-kemana sudah bisa. Karena kemarin kan ada SKTM jadi kita sudah tenang jadi ini nggak mesti keterima karena yang nilainya tinggi-tinggi kalah sama SKTM, jaddi sudah menyingkir dulu. Kalo sekarang ini memang agak sudah, tapi ini alhamdhulillah sudah tercapai 5 kelas walaupun ya... tidak full tapi alhamdhulillah tercapai.
- P : Tapi untuk pendaftar AP-nya sendiri dengan tahun lalu meningkat apa gimana nggih bu?
- I : AP selalu setiap tahun itu 3 kelas karena peminatnya AP itu lebih banyak.
- P : Itu kenapa nggih bu kira-kira?
- I : Sempel sih jawabannya karena mereka males ngitung. Padahal saya sendiri lebih susah AP yah karena banyak sekali tulisan-tulisan, surat-menyurat itu, malah justru banyak hafalannya.
- P : Jadi rata-rata siswa sudah mengetahui AP itu apa nggih bu?
- I : Kebanyakan belum, baru gambaran awal saja kita di pengenalan jurusan nanti juga disampaikan AP itu seperti ini. Karena kan sekarang namanya panjang Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran, jadi mereka agak bingung. Jadi kita harus jelaskan seperti ini.
- P : Untuk MOS-nya besok nggih bu?
- I : Iyah 3 hari, Senin sampai Rabu.

P : Terima kasih banyak bu atas informasi yang disampaikan.

I : Nggih sama-sama mas

Semarang, Juli 2019

Yanu Eko Kristina
Waka Humas SMK PGRI 1 Semarang

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 2)

Topik wawancara : Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra di SMK PGRI 1 Semarang
 Informan : Titi Hastari (Kepala Sekolah)
 Hari, Tanggal :
 Waktu : WIB
 Tempat : Ruang
 Kode Informan : T.H

P : Selamat pagi ibu, sebelumnya saya bicara dengan siapa nggeh?

N : Titi Hastari

P : Selaku Kepala Sekolah di SMK PGRI?

N : Nggeh...

P : Untuk pertanyaan pertama bu, bagaimana cara SMK PGRI dalam meningkatkan citra sekolah?

N : Diadakan pembinaan dengan bapak ibu guru, kemudian bersama-sama dengan bapak ibu guru mensosialisasikan dari pada adek-adek.

P : Terus terkait dengan PPDB disini apakah ada cara dari SMK PGRI guna *melobby* atau *bernegosiasi* khusus ke masyarakat agar mau memilih Administrasi Perkantoran di SMK sini bu?

N : Untuk penjurusan itu, minat siswa, jadi kita enggak, enggak harus kesini si, ndak, tapi minat siswa, tapi nanti kalo tes, ternyata dia itu arahnya ke AP (Administrasi Perkantoran), ya kita arahkan ke AP (Administrasi Perkantoran).

P : Berarti cara untuk *bernegosiasi* atau *melobby* masyarakat mboten wonten nggeh bu?

N : Nggak ada..

P : Nggak ada syarat-syarat khusus nggeh bu?

N : Nggeh mboten onten mas..

P : apa saja kendala yang dihadapi terkait PPDB kemarin nggih bu?

N : adanya sistem zonasi yang diterapkan di sma negeri membuat para siswa lebih memilih langsung mendaftar di sma negeri , SMK swasta hanya dijadikan pilihan kedua setelah SMA atau SMK Negeri, lalu adanya faktor dorongan orang tua yang menginginkan anak mereka sekolah di sekoah negeri.

P : Upaya apa yang dilakukan sekolah guna mengatasi kendala itu bu?

N : Upaya yang telah dilakukan SMK PGRI 01 Semarang untuk mengatasi kendala diantaranya melalui media massa seperti membagikan brosur ke sekolah sekolah lain, melalui koran

P : Lalu kegiatan humas apa saja yang ada di SMK PGRI guna berinteraksi dengan kelompok masyarakat yang ada di sekitar?

N : Ya banyak mas ada dengan cara kita memberi santunan ke yatim piatu, 1

lalu pas Idul Adha itu toh kita nyembelih 1 ekor sapi guna dibakikan kemasyarakat sekitar

- P : Selama ini apakah ada kegiatan yang tidak di dukung masyarakat sekitar sini bu?
- N : Kelihatannya nggak ada
- P : Berarti selalu di dukung dengan baik ya bu?
- N : Nggeh
- P : Untuk lulusan dan prestasi AP (Administrasi Perkantoran) di SMK PGRI Semarang niku pripun nggeh bu?
- N : Kelihatannya mayoritas kalo sudah lulus, pada bekerja, juga ada yang kuliah kelihatannya, juga bisa ngikuti di perguruan tinggi kuliahnya ya bisa..
- P : Untuk prestasi anak-anak AP nya sendiri bagaimana bu?
- N : Kok kelihatannya nggak ada ya, untuk sementara ini nggak ada yang sesuai dengan jurusan AP nggak ada.
- P : Paling hanya pada tingkat umumnya bu?
- N : Nggeh, bahasa inggris gitu kalo untuk AP tahun ini lo ya...
- P : Apakah dengan lulusan yang baik dan prestasi yang baik termasuk ke dalam tanggung jawab kepada masyarakat?
- N : Jelas to mas
- P : Berarti pengaruh PPDB zonasi itu berpengaruh besar nopo mboten bu?
- N : Berpengaruh besar, kita menunggu dulu.
- P : Berarti setelah pengumuman di negeri itu, yang ndaftar kesini makin banyak nopo pripun bu?
- N : Kan kebanyakan ambil formulir dulu mas, terus setelah dia ambil, dia juga ndaftar di negeri. Kalo nggak ke negeri baru kesini. Alhamdulillah setelah pengumuman kemarin banyak. Setelah ditutupnya *online* ini to, yaitu Alhamdulillah banyak
- P : Untuk media yang ada di SMK PGRI nopo mawon nggeh bu?
- N : Media apa?
- P : Buat ajang promosi..
- N : *Web, Facebook*, kemudian brosur, poster-poster, spanduk apalagi ya.. semua kita coba mas.
- P : Nggeh, ngoten mawon bu, untuk brosur dan ini saya minta mboten nopo-nopo nggeh bu?
- N : Bisa, monggo ambil aja berapa...
- P : Berarti untuk peminatan AP tersendiri ada *psikotestnya* nopo pripun bu?
- N : Ada *testnya, test* penjurusan. IBK hari Selasa
- P : Berarti siswa dikasih seperti soal seperti itu nggeh bu?
- N : Iya betul, setelah itu kita nilai, apakah anak itu minatnya di apa, nilainya bagaimana, kalo sesuai ya kita juruskan ke situ, kalo tidak ya sesuai dengan hasil tes.
- P : Apakah selama ini ada protes-protes dari siswa nopo mboten bu?, misalnya siswa dari sekolah dimasukkan ke AP ternyata dia pengen Akuntansi
- N : Ya satu dua mas, nggak banyak. Tahun kemarin kelihatannya nggak ada.
- P : Berarti mereka menerima sesuai dengan penjurusan mereka nggeh bu?
- N : Nggeh..

P : Nggeh sampun ibu, matur nuwun ibu..
N : Nggeh sama-sama..

Semarang, Juli 2019

Titi Hastari
Kepala SMK PGRI 1 Semarang

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 3)

Topik wawancara : Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra di SMK PGRI 1 Semarang
 Informan : Sri Sulastri (Waka Kesiswaan)
 Hari, Tanggal :
 Waktu : WIB
 Tempat : Ruang
 Kode Informan : S.K

P :selamat siang buk, sebelumnya saya bicara dengan siapa?

I :dengan ibu Sri Sulastri

P :ibu di sini sebagai nopo nggih?

I :sebagai Waka Kesiswaan

P :Waka Kesiswaan sekaligus ketua PPDB SMK PGRI Semarang

I :Iya

P :sebelumnya saya mau bertanya, bagaimana cara SMK PGRI Semarang dalam menarik perhatian masyarakat guna mempromosikan peminatan administrasi perkantoran.

I :kalau cara PPDBnya yang pertama membuat brosur, kemudian dipresentasikan ke SMP-SMP.

P :itu SMP mana buk yang sudah di presentasikan?

I :iya banyak mas, itu ada di data yang publikasi presentasi di SMP.

P :itu datanya ada di siapa buk?

I :itu bu Widi dan bu Mira.

P :cara menarik perhatiannya itu saja atau ada yang lain iya buk?

I :sebenarnya programnya itu kita juga membuat acara iya nanti yang di ikuti oleh anak-anak SMP tapi itu iya baru program, sampai saat ini belum bisa dilaksanakan. Baru mau mengadakan lomba, lomba untuk anak SMP biar anak SMP itu tau keberadaan kita. Baru sesi rencana kalau pelaksanaannya belum.

P :apakah ada cara di SMK PGRI Semarang ini guna melobi atau bernegosiasi khusus ke masyarakat agar memilih sekolah ini?

I :kalau negosiasi ke masyarakat enggak. Kita bertemunya orang tua kan biasanya pada saat ini kita kan satu atap sama SMP PGRI misal kita bertemu dengan orang tua yang kelas 12 SMP nanti kita sampaikan kepada mereka untuk menariknya nanti kalau

mendaftar di sini kalau lulusan SMP PGRI ke SMK nanti uang gedungnya hanya 50% dapat potongan.

P : untuk menariknya seperti itu iya buk?

I : iya, banyak biasiswa juga di sini.

P : bagaimana penyelenggaraan publikasi yang ada di SMK PGRI Semarang terkait promosi sekolah buk?

I : publikasinya sementara ini dari brosur, kemudian surat kabar juga ada di dalam guru itu diterbitkan. Salah satunya itu juga kita sebenarnya mau menyampaikan melalui media cetak seperti Koran itu ke masyarakat.

P : itu sudah terpublikasi nopo dereng buk?

I : itu sudah, tapi beberapa tahun yang lalu. Radio juga sudah pernah tapi yang tahun ini belum ada.

P : untuk tahun ini tidak di Koran dan radio?

I : tidak, tapi pernah. untuk yang tahun ini tidak dilakukan.

P : apakah sekolah ini membuat kalender sekolah atau modul sekolah tidak buk?

I : belum.

P : bagaimana cara SMK PGRI dalam meningkatkan citra sekolah?

I : Dengan meningkatkan prestasi siswa yah itu jelas bisa meningkatkan citra sekolah kita terus juga mungkin akreditasi kita sedang coba untuk meningkatkan supaya jadi A

P : cara menyebar luaskan berita ini seperti apa buk ?

I : kita iya itu tadi, disampaikan ke orang tua pada saat pengambilan raport, orang tua anak kita sendiri, dipresentasikan ke SMP-SMP, kemudian kalau ada kegiatan-kegiatan kita sampaikan ke anak-anak tentang penerimaan peserta didik baru.

P : untuk tahun ini kan ada sistem PPDB Negeri yang zonasi itu lo buk, apakah berpengaruh signifikan terkait pendaftaran di sini nopo mboten buk?

I : kayaknya enggak sih, kalau SMK kan tidak zonasi, kalau zonasi kan SMA, kalau SMK kan pakai nilai ujian nasional ditambah nilai prestasi .

P : untuk syarat masuk di SMK sini nopo mawon nggih buk?

I : masuknya iya tentu lulus dari SMP, kemudian umur maksimal 21 terus melampiri dokumen-dokumennya dengan fotocopy akta, KK, administrasi.

P : tidak ada syarat-syarat tertentu untuk masuk di sini?

I : enggak.

P : terkait peminatan buk, apakah siswa langsung di arahkan dari pihak sekolah atau anak memilih sendiri?

- I :kalau tingkat swasta kita kan melihat kepentingan sekolah juga, kalau peminatan tidak 100% dari siswa. Siswa itu nanti pada saat MOS itu kita beri belangko juga mereka minatnya dimana, kemudian dari sekolah tetap menjuruskan. Karena gak bisa misalnya ada 100 siswa yang mendaftar akuntansi misalnya 10 atau 90 kan tidak bisa kita penuhi, makanya iya kita tetap ada sesi masanya anak untuk masuk ke jurusan. Misalnya kita sediakan kuota untuk AP itu 3(tiga) kelas akuntansi 2 (kedua) kelas iya terpaksa anak diarahkannya berdasarkan sekolah tadi .
- P :dari anak sendiri apakah tidak ada protes?
- I :iya ada, satu dua ada protes orang tua ada tapi nanti kita bisa atasi. Pertama memang dari minat dulu kemana kemudian kalau dari minat sudah kemudian dilihat sekolah itu pengennya yang AK berapa yang AP berapa la nanti baru di klopkan dengan kepentingan sekolah .
- P :untuk psikotesnya gimana buk?
- I :untuk psikotes kita tidak ada.
- P :untuk tesnya, tes apa buk?
- I :tes minat saja, sama sedikit pengetahuan AP dan AK.
- P :lalu sekolah yang menilai siswa ini masuk AP, siswa ini masuk AK kayak gitu buk.
- I :iya yang menilai dari guru BKnya. Guru BK yang bertugas di penerusan bakat dan minat dari pemantapan bakat dan minat kan guru BK , kan yang tau kondisi anak guru BK. Oh iya satu lagi untuk promosinya juga ada di web sekolah, kita juga punya pendaftaran online juga dari webnya itu.
- P :lalu apa lagi buk?
- I :iya itu, kita juga melakukan bakti sosial ke masyarakat biar mereka tau keberadaan kita
- P :berarti itu juga salah satu untuk mempromosikan sekolah ini buk?
- I :iya cara mempromosikan, memperkenalkan kepada masyarakat sekitar.
- P :sangat membantu dengan kegiatan-kegiatan tersebut iya buk ?
- I :iya, kemudian promosinya juga pada saat idul adha, pada saat idul fitri. Idul adha itu kita membagi daging qurban ke kampung sekitar sini. Pada idul fitri juga membagi sembako ke panti asuhan juga ke panti asuhan . itu kan salah satu promosi kita dengan menarik perhatian masyarakat dan melakukan acara-acara
- P : Lalu apa saja kendala dalam melaksanakan PPDB disini?
- I : Yak arena itu to, sistem zonasi sehingga kan siswa itu kan harapannya bisa diterima di negeri sehingga kita menunggu terlalu lama untuk sampai pada pengumuman negeri. Kita kan menunggu pengumuman negeri dulu, baru yang tidak diterima di negeri baru disini. Menunggu pengumuman dari negeri dulu.

- P : Lalu upaya apa yang dilakukan SMK PGRI guna mengatasi kendala itu tadi?
- I : Ya itu tadi, kita adakan publikasi dengan berbagai cara menyebar brosur ke negeri-negeri baik SMA, SMK terus kita juga publikasi lewat *web*. Ya segala upaya kita coba, SMS ya kita coba semua.
- P : sekolah ini menyelenggarakan Expo nopomboten nggih buk?
- I : exponya iya bukan kita sendiri. Exponya itu satu kota, expo bersama-sama.
- P : *efent* expo seperti itu sekolah ikut partisipasi iya buk?
- I : iya...iya, kalau expo sendiri sekolah belum mengadakan.
- P : nggih kados niku mawon buk, terimakasih sebelumnya maaf sudah mengganggu waktunya buk
- I : iya mas

Semarang, Juli 2019

Sri Sulasrti
Waka Kesiswaan SMK PGRI 1 Semarang

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 4)

Topik wawancara : Peran Humas dalam Meningkatkan Citra di SMK PGRI
1 Semarang
 Informan : Winda Wahyu (Siswa)
 Hari, Tanggal :
 Waktu : WIB
 Tempat : Ruang
 Kode Informan : W.S

P : Selamat pagi sebelumnya, saya bicara dengansiapa?
 N : Winda Wahyu..
 P : Pertanyaan pertama, apa alasan dan motivasi saudara mendaftar di SMK PGRI 1 Semarang?
 N : Menambah teman
 P : Lalu..
 N : emm, menambah motivasi, pengetahuan
 P : Jurusan yang anda pilih di SMK PGRI 1?
 N : Perkantoran..
 P : Kenapa anda lebih memilih jurusan Administrasi perkantoran ketimbang memilih jurusan Akuntansi di SMK PGRI Semarang?
 N : Lebih mudah
 P : Lalu..
 N : Udah..
 P : Apakah saudara mengetahui Administrasi Perkantoran itu apa?
 N : Kurang tau, hehehe
 P : Lalu motivasi saudara untuk memilih Administrasi Perkantoran?
 N : Menambah pengetahuan,
 P : Atau karena cuma keliatan lebih mudah?
 N : Hehehe
 P : Yang saudara ketahui dari Akuntansi itu apa?
 N : Menghitung
 P : Ohh,,hitung-hitungan, jadi karena itu saudara tidak memilih Akuntansi?
 N : Iya..
 P : Lalu apakah bapak atau ibu saudara mengarahkan saudara untuk memilih SMK PGRI 1 Semarang?
 N : Iya..
 P : Kenapa?
 N : e..., lebih dekat
 P : Lebih dekat dari rumah?

N : Lumayan..

P : Kenapa tidak, apakah bapak ibu saudara mengarahkan saudara ke sekolah negeri?

N : Iya

P : Lalu kenapa saudara tidak memilih sekolah negeri?

N : Udah daftar tapi ndak diterima

P : Ya terima kasih atas waktunya...

Semarang, Juli 2019

Winda Wahyu

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 5)

Topik wawancara : strategi Humas dalam Meningkatkan Citra di SMK PGRI
 1 Semarang
 Informan : Aulia Eka (Siswa)
 Hari, Tanggal :
 Waktu : WIB
 Tempat : Ruang
 Kode Informan : A.S

1. Apa motivasi Anda mendaftar di SMK PGRI 01 Semarang?

Jawab : biaya terjangkau, SPP perbulan tidak mahal

2. Jurusan apa yang Anda pilih?

Jawab : OTKP

3. Mengapa Anda memilih jurusan Administrasi Perkantoran?

Jawab : karena lebih bisa memahami mata pelajarannya, pada saat pembelajaran lebih mudah

4. Mengapa Anda lebih memilih jurusan Administrasi Perkantoran dari pada jurusan Akuntansi?

Jawab : lebih suka menulis dari pada menghitung

5. Apakah orangtua Anda ikut mengarahkan Anda untuk memilih bersekolah di SMK PGRI 01 Semarang, lalu mengapa?

Jawab : iya ikut mengarahkan karena jarak dari rumah ke sekolah lebih dekat

6. Apakah orangtua Anda mengarahkan ke sekolah negeri yang ada di Semarang?

***Jawab* : tidak, nanti nilainya tidak maksimal**

Semarang, Juli 2019

Aulia Eka

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 6)

Topik wawancara : Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra di SMK PGRI 1 Semarang
 Informan : Lady Lovely (Siswa)
 Hari, Tanggal :
 Waktu : WIB
 Tempat : Ruang
 Kode Informan : L.S

1. Apa motivasi Anda mendaftar di SMK PGRI 01 Semarang?

Jawab : karena agar menambah teman, belajar dengan nyaman

2. Kenapa Anda tidak memilih sekolah negeri?

Jawab :tidak, karena NEMnya tidak cukup

3. Jurusan apa yang Anda pilih?

Jawab : Administrasi Perkantoran

4. Mengapa Anda lebih memilih jurusan Administrasi Perkantoran dari pada jurusan Akuntansi?

Jawab : lebih mudah pelajarannya

5. Apakah Anda mengetahui Administrasi Perkantoran itu apa?

Jawab : administrasi perkantoran itu seperti menjadi sekretaris

6. Apakah orangtua Anda mengarahkan ke sekolah PGRI 01 Semarang?

Jawab : ya, ikut mengarahkan

7. Apakah orangtua Anda mengarahkan ke sekolah negeri?

Jawab: Ikut mengarahkan namun NEM nya tidak cukup

Semarang, Juli 2019

Lady Lovely

Nama Informan : Sigit Mujanarko

P : Untuk BKK sendiri apakah ada kerja sama khusus penyaluran terkait alumni Pak?

I : Kita kondisional. Jadi kalau memang dibutuhkan, kita langsung. Karena tidak setiap tahun ada. Belum tentu para alumni siap menempati itu. Contoh, dulu pernah ada yang menawarkan dari matahari, terus alfamaret, alfaria. Tapi tidak pernah sampai berlanjut. Karena untuk kemampuan dan kemauan anaknya berbeda. Jadi tidak bisa, anak itu barang eksotis. Jadi kita

arahkan saja, tapi kalau kenyataannya mau ya *monggo*. Artinya keberlangsungan hubungan itu tidak bisa panjang. Tapi kalau dibutuhkan kita ada.

P : Berarti kalau anak-anak sudah lulus tidak ada kaitannya dengan BKK untuk kerja selanjutnya Bapak?

I : Balau mengurus paling kita hanya sekedar jembatan. Kalau mereka lulus itu ada semacam pembinaan dulu. Nah itu programnya di situ. Anak-anak dikasih tahu dunia kerja seperti apa, kita datangkan dinas tenaga kerja. Pembinaan itu tugas kita. Pembinaan, anak memahami, yang ingin kuliah, kuliah yang ingin kerja, kerja. Dari situ kan *follow up* nya anak anak sendiri. Nah kalau pas ada kerja sama langsung kita salurkan. Kan selalu kita tawarkan.

P : Berarti untuk kelas tiga ditawarkan Pak?

I : Iya, kalau ada terutama setelah ujian. Paling kalau masih ujian kita kasih tahu persyaratannya apa saja. Kalau tesnya sudah selesai semua ada yang langsung kerja.

P : Kalau rata-rata jurusan AP disini melanjutkan kerja atau bagaimana Pak?

I : Kalau rata-rata AP itu banyak yang kerja.

P : Itu kebanyakan larinya kemana Pak?

I : Macam-macam. Dunia jasa, dunia industri juga ada, terus wirausaha juga ada.

P : Apakah sekolah mendata lulusan jurusan AP?

I : Ada. Ada datanya. Tapi datanya tidak bisa valid.

P : Adakah datanya Pak?

I : Data ada. Tapi tidak valid. Tidak validnya itu gini, contoh kemarin mereka lulus, sekarang sudah Juli. Data yang kemarin masuk ditulis kadang tidak sesuai. Karena kadang ada yang sistem kontrak sampai lebaran selesai. Lebaran selesai udah ganti lagi. Sekarang malah kerja di minimarkert, kemarin juga di minimarket tapi sistem kontrak. Kontrak yang buat lebaran itu loh.

P : Untuk yang melanjutkan kuliah sendiri Pak, banyak?

I : Lumayan, banyak. Kemarin sudah ada beberapa yang menghubungi saya sendiri minta raport. Kan untuk sayarat daftar universitas. Raport kan dalam proses cetak. Kadang menghubungi wali kelas. Kebetulan saya wali kelas, kelas 3. Ya kurang lebih 5-10% dari jumlah kelas. Antara 3-5 orang tiap kelas. Yang nyambi juga ada. Kuliah sambil kerja.

P : Saya bisa minta datanya yang melanjutkan kuliah Pak?

I : Ada. Nanti sama Mba Fia. Bisa disalin atau dikopi. Tapi yang tahun ini belum komplit ya. Karena syarat mereka itu bisa ambil ijazah, nanti kita tanya kerja dimana atau kuliah dimana. Ya biasanya bisa terpenuhi kalau hampir satu tahun. Kan kerja tidak harus bawa ijazah

sekarang, minimal KTP. Apalagi kalau kerjanya dibidang yang tidak membutuhkan persyaratan yang berat, misal kerja sama saudara atau tetangganya.

P : Berarti di sekolah tidak ada penyaluran khusus untuk alumninya Pak?

I : Kalau penyaluran khusus paling saat ikut **tour**, untuk yang paling sering itu di Upgris. Iya, dulu udah sampai 4 atau 5 siswa. Itu ada yang di kasir ada yang di admin, terus ada di bagian admin koperasi. Ada juga yang di perusahaan kenalan dari salah satu guru, juga ada.

P : Berarti tidak ada kontrak atau kerja sama khusus?

I : Kalau kontrak tidak ada. Secara langsung tidak ada. Tapi butuh **dikenang**, yang dibutuhkan apa.

P : Baik Bapak, mungkin itu dulu yang saya tanyakan. Terimakasih.

I : Terus untuk masalah tadi, dengan hubungannya dengan minat siswa. Ini opini saya ya, itu masalah minat siswa yang masuk ke sini itu berdasarkan, ini kan sekolah swasta, biasanya pilihan ke dua. Siapa sih orang tua yang tidak menginginkan anaknya sekolah di negeri. Jadi minat itu sekolah swasta minat kedua. Terus juga berdasarkan nilai.

P : Terkait PPDB Bapak, apakah berpengaruh?

I : Ya sebenarnya tidak berpengaruh, pengaruhnya mungkin malah dapat keuntungan sebenarnya. Kan yang dari luar yang kenal sekolah kita larinya dari sini. Satu wilayah saja di sini ada 4 apa ya. Di situ nusa putera, dibelakang pelitanya dua, terus ada perdana, terus di sana ada SMK Tlogosari terus deket juga sebelah selatan sebelum Untag itu ada SMK Cendekia Purwita.

P : Itu ada AP nya Pak?

I : Kalau AP itu di Palembang, terus kelihatannya Perdana ada. Kalau Cendekia saya kurang paham jurusannya apa. Telogosari sepertinya teknik, cowok-cowok. Termasuknya kan saingannya juga ketat.

P : Berarti tidak berpengaruh dengan sistem zonasi ya?

I : Tidak.

P : Untuk tahun ini kira-kira jumlah pendaftar naik atau turun Pak?

I : Kalau untuk tahun ini naik, naik sekitar 5-10%

P : Yang diterima juga naik atau sama seperti tahun kemarin Pak?

I : Rencana 5 kuota, tapi belum bisa terpenuhi. Tapi sudah lebih dari tahun kemarin. Ini 156 itu kurang lebih bisa 30an, kalau tahun kemarin paling 25-28. Jadi di sini lebih banyak sedikit. Tapi mungkin saya berharapnya masih ada, masih ada waktu sebelum besok hari senin. Mungkin banyak anak yang masih bingung karena zonasi, soalnya kemarin pengumuman juga mepet sekali. Saya masih yakin banyak yang bingung cari sekolah.

P : Setelah pengumuman di negeri, pendaftar makin banyak atau bagaimana Pak?

I : Iya, makin banyak. Tapi mereka kan sudah memutuskan mau kemana. Kalau yang ambil formulir dari awal sudah banyak, tapi belum ada *follow up* nya. Kemarin juga mendekati pengumuman makin banyak.

P : Ini sudah pengumuman belum Pak?

I : Kalau di sini tidak ada pengumuman. Jadi kalau benar-benar serius sudah positif masuk sisni, selesaikan administrasi berarti sudah dinyatakan diterima.

P : Untuk peminatan langsung milih AP atau bagaimana Pak?

I : Ada dua cara. Kita tanya dulu minatnya apa, setelah itu kita tes. Di dalam tes itu nanti tertulis. Ada dua bagian, yang pertam 5 soal psikotest. Kemudian selanjutnya ada beberapa soal bagian mana yang nilainya paling bagus. Mengarah ke akuntansi atau mengarah ke administrasi. Nanti diakhir ya mungkin bagusnya di akuntansi tapi minatnya di AP ya nanti ditanya lagi. Takutnya kalau tidak sesuai, nanti malah motivasi belajarnya pro. Itu yang dikhawatirkan.

P : Untuk soal psikotes bolehkah saya minta Pak?

I : Untuk soal nanti yang punya Bu Yanu atau Bu Septi. Kalau tidak salah tesnya hari selasa. Waktu orientasi itu kan ada tiga hari, nanti di hari kedua jam ke dua atau ke tiga itu ada test penjurusan. Di hari ketiga itu diputuskan anaknya masuk apa.

I : *Njeh* Pak. Matur suwun.

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 1)

Topik wawancara : Peran Humas dalam Meningkatkan Citra di SMK PGRI
1 Semarang
 Informan : Septi
 Hari, Tanggal :
 Waktu : WIB
 Tempat : Ruang
 Kode Informan : S.KJ

P : Selamat pagi ibu, sebelumnya saya bicara dengan siapa?

I : Ini dengan Bu Septi

P : Selaku?

I : Selaku Ketua Jurusan Administrasi Perkantoran

P : Untuk pertanyaan pertama, bagaimana cara SMK PGRI dalam menarik perhatian masyarakat guna mempromosikan peminatan Administrasi Perkantoran?

I : Jadi SMK PGRI sedang melakukan kegiatan yang berhubungan dengan dunia luar dalam artian dunia industry atau mungkin instansi pemerintahan contohnya Desember tahun lalu kami mengadakan kegiatan kunjungan industri tebel mener dan outbond ke solo. Jadi ketika kita berangkat kita menggunakan armada sewa bis iya, dari sewa bis kita disitu menempelkan di bis itu kita kasih tulisan jadi ada identitas kita, ada kelasnya, kalau kelas otomatis udah termasuk jurusan. Nah itu salah satunya kemarin yang baru saja kegiatan terakhir yang kita lakukan. Jadi ada kunjungan industri ke solo lalu kemudian untuk kelas 10 (sepuluh) kita juga melakukan kunjungan industri ke sidomuncul. Jadi dengan kegiatan seperti itu secara tidak langsung masyarakat pasti mengenal kita. Kemudian yang kedua kita melakukan publikasi ke sosial media juga, jadi contohnya saya ataupun teman-teman gitu setiap ada kegiatan kita sempatkan untuk mengupload kegiatan tersebut.

P : Lalu untuk lulusan dan prestasi siswa-siswa administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang ini bagaimana nggih buk?

I : kalau lulusan berdasarkan grafik dari Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah, SMK PGRI itu urutan ke 52 dari 144.

P : itu urutan dari SMK atau SMA

I : SMK

P : Iya SMK negeri atau apa buk?

- I : Iya termasuk SMK negeri dan swasta. Itu untuk setidaknya enggak terlalu buruk lah iya masih ada di kuartal kedua tengah gitu iya, trus untuk lulusannya rata-rata mereka untuk yang satu tahun terakhir kami memang belum punya banyak data, karena memang ijazah juga belum keluar. Tetapi berdasarkan tahun lalu mereka banyak yang sudah kuliah melanjutkan keperguruan tinggi dan ada juga yang bekerja.
- P : Rata-rata mereka melanjutkan kuliah atau bekerja buk yang lulusan dari sini?
- I : Mereka ada yang kerja dulu, jadi mereka kalau dilihat dari beground keluarganya mereka itu kan keluarga yang biasa menengah ke bawah. Jadi mereka kuliah dengan usaha mereka sendiri, artinya mereka kerja trus baru melanjutkan kuliah. Untuk prestasi jurusan AP terakhir kita mengguna LKS (Lomba Kompetensi Siswa) di tingkat kota semarang juara harapan 1.
- P : Itu khusus AP buk?
- I : khusus AP, LKS itu khusus AP.
- P : Lalu apakah dengan lulusan yang baik dan prestasi yang baik juga apakah itu termasuk dalam tanggung jawab kepada masyarakat sekitar buk?
- I : iya ini jelas tanggungjawab kita karena apa, secara tidak langsung orang tua mereka menyekolahkan di sini artinya mereka pasrahkan kepada kita untuk membantu anak-anaknya mendapatkan masa depan yang lebih baik. Jadi fungsinya kami membantu mereka dengan tanggungjawab itu kita antarkan mereka.
- P : apakah di sekolah ini mengadakan acara kegiatan seperti HUT sekolah, PKL siswa untuk kelas XI dan expo yang di sini buk?
- I : PKL itu pakrin, paktin ada kalau HUT sekolah kayak diesnatalis gitu iya, kalau diesnatalis belum, karena memang kalau menurut informasi dari pendiri sekolah tanggal 15 Juli tahun 85 sekolah ini berdiri. Jadi kalau kita ingin merayakan kan tanggal 15 Juli kan baru pertama kali masuk, sehingga belum sampai saat ini belum, kemarin sudah beberapa kali diwacanakan tinggal pelaksanaan nanti mungkin cari waktu yang tepat.
- P : berarti selama berdirinya sekolah ini belum pernah ada acara seperti HUT buk?
- I : Iya paling Bapak Ibu Guru syukuran saja.
- P : untuk expo sendiri buk di sekolah ini bagaimana?
- I : expo itu kita sih belum iya, belum sih belum ada.
- P : kalau mengikuti expo yang ada diluar buk?
- I : kalau dulu sih ada, tahun 2018 itu gebyar SMK se-Kota Semarang yang di Gubernururan itu.

P : itu untuk tahun 2018 iya buk?

I : iya tahun 2018

P : untuk prakinnya sendiri anak kelas XI di tempatkan dimana saja buk?

I : macam-macam ada yang Dinas Pemerintah, Instansi swasta, Dinas Pemerintah yang sering kita pakai itu Dinas BKD Provinsi, Dinas Pendidikan Kota, Dispenduk.

P : untuk swastanya sendiri buk?

I : itu kita pakai astra, seinget saya baru itu mas.

P : itu untuk AP juga dibagian astra buk?

I : iya mereka dibagian admin, BPJS ketenaga kerjaan ada Balai besar sungai pemandi juwana itu juga ada.

P : untuk prakerin sendiri apakah ada diimbuhi dengan kegiatan lain buk?

I : jadi gini kalau dari Dinas Pemerintah mereka rata-rata enggak mau, karena mungkin nanti berkepanjangan. Jadi yang penting kita pengajuan mereka setuju iya sudah kita masuk, jadi itu.

P : kalau untuk yang swastanya berarti gak ada juga buk?

I : kalau astra itu kayaknya juga gak ada, trus kemudian amni, sekolah tinggi amni.

P : apakah dengan adanya prakerin kelas XI apakah termasuk cara mempromosikan peminatan AP disekolah ini buk?

I : iya betul sekali, itu apa iya kalau prakerin itu kurikulum iya, jadi sifatnya wajib. Jadi itu salah satu bentuk pembeda antara SMK dengan SMA. Bedanya SMK itu ada prakinnya kita memberikan keterampilan latihan bekerja, jadi itu.

P : bagaimana penyelenggaraan publikasi yang ada di SMK PGRI Semarang terkait sekolah yang PBDB kemarin buk?

I : jadi kalau promosi, ini promosi secara umum iya yang pertama kita promosi sekolah , promosi sekolah disitu kami memperkenalkan lewat spanduk pohon, apa MMT pohon itu iya yang kecil-kecil itu di pohon, lalu lewat brosur, lalu kita promosi lewat website. Nah situ kan nanti kita kenal dulu dengan sekolah kita. Kalau kita pakai brosur kan presentasi ke SMP-SMP kita perkenalkan jurusannya ini-ini.

P : SMP-SMP mana saja buk yang dilakukan promosi?

I : SMP yang kita presentasi yang saya inget itu SMP Hassanudin 10, SMP al-irsyad, SMP mahad-islam, SMP muhammadiyah 7, kemudian wali songo, SMP 39, SMP 25, SMP al-huda, SMP 3 mranggen. Nah itu contoh beberapa SMP. Dari situ kita tampung anak-anak di sini, di masa MOS kita ceritakan lebih detail. Jadi jurusan AP kan

sekarang jadi OTKP apa nanti pelajarannya apa saja, kalau sudah lulus nanti bisa jadi apa, kisaran gajinya berapa, kita sudah memberikan bantuan. Jadi anak bisa menentukan arahnya mereka mau ambil apa .

P : sewaktu siswa mendaftar di sini belum mengetahui secara detail apa itu AP dan Akuntansi iya buk?

I : belum tau, cuma taunya AP itu berarti sekretaris, akuntansi berarti itung-itungan. Jurusan yang paling gampang apa? Nak itung-itungan kan berat. itu larinya ke AP.

P : berarti rata-rata pada memilih masuk AP buk dari pada Akuntansi?

I :Iya, karena kesannya akuntansi itu sulit, banyak itung-itungan.

P : apa saja bentuk publikasinya buk?

I : iya itu tadi dengan spanduk, MMT pohon, presentasi, brosur, dan website.

P : untuk spanduknya ada dimana saja iya buk?

I : nanti coba Tanya pak sahrul untuk titik-titiknya beliau yang pasang , saya gak hafal.

P : nggih sampun untuk pertanyaannya, itu dulu terima kasih pada Ibu untuk waktunya. Suwun nggih buk...

I : sama-sama mas

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 2)

Topik wawancara : Peran Humas dalam Meningkatkan Citra di SMK PGRI
1 Semarang
 Informan : Sahrul
 Hari, Tanggal :
 Waktu : WIB
 Tempat : Ruang
 Kode Informan : S.GA

P : selamat pagi bapak, sebelumnya saya berbicara dengan siapa?
 I : Pak sahrul
 P : Bapak di sini selaku ngopo nggih buk?
 I : guru SMK produktif
 P : guru administrasi perkantoran nggih?
 I : Iya
 P : media apa saja yang digunakan SMK PGRI 01 Semarang guna menyebarluaskan peminatan AP pak?
 I : media promosinya website ada, instagram, pamflet, brosur, kemudian ada MMT pohon, spanduk, iya itu saja sih.
 P : MMT pohon dan spanduknya lokasinya dimana pak?
 I : iya menyebar, ada yang di gayam sari, ada di kedung mundu, di peterongan.
 P : tapi masih ada gak pak? Soalnya buat bukti gitu?
 I : kalau itu nggak tau, sepertimya sudah hilang. Biasanya kan di copotin satpol PP, coba saja lewat situ di amper.
 P : untuk media sendiri di updatenya setiap berapa bulan sekali pak?
 I : media yang mana...
 P : yang semacam website
 I : kalau website, instagram setiap ada kegiatan tak upload. Uploadnya setiap ada kegiatan.
 P : berarti kalau tidak ada kegiatan, tidak pak?
 I : tidak
 P : lalu apakah sekolah ini mengadakan kegiatan semacam PKL kelas XI atau expo?
 I : expo tidak ada, ultah tidak ada, prakerin itu pasti wajib ada.
 P : sepanjang berdirinya sekolah ini tidak pernah mengadakan ultah sekolah pak?
 I : selama saya di sini belum.
 P : itu kenapa pak?
 I : kalau dari sejarahnya sekolah ini kan kalau gak salah ultahnya itu kalau gak juni iya juli, biasanya tabrakan sama libur.
 P : apakah dengan adanya kelas XI yang prakerin di luar itu termasuk cara mempromosikan SMK PGRI 01 Semarang?
 I : iya, dunia luar iya dengan prakerin itu salah satu cara.

- P : apakah mereka diberi tanggungjawab untuk mempromosikan?
- I : secara langsung tidak, secara tidak langsung kan kita mempersiapkan anak semaksimal mungkin agar dapat professional dan dari situ bisa untuk media promosi. Cukup tersirat saja.
- P : apakah sekolah ini membuat semacam kalender atau majalah sekolah?
- I : tidak ada,
- P : bagaimana pendapat pihak luar terkait siswa AP di SMK PGRI sewaktu melakukan prakerin?
- I : kalau yang saya rasakan dari saya membimbing, tanggapannya cukup bagus, kerjanya disana rajin, melaksanakan pekerjaannya bahkan ada yang lembur dan ikut memberi dedikasinya yang tinggi.
- P : apakah ada dari pihak luar keluhan atau problem terkait siswa yang prakerin pak?
- I : kalau dari jurusan AP gak ada.
- P : jadi selama lancar-lancar saja pak?
- I : lancar
- P : lulusan dan prestasi siswa AP sendiri gimana pak?
- I : prestasi di bidang AP, kalau lomba AP kan jarang , setiap tahun kan ada namanya LKS dua tahun ini, tahun kemarin itu juara harapan satu. Untuk tahun ini belum. Itu lomba LKS administrasi perkantoran.
- P : untuk lulusan sendiri pak, bagaimana pak?
- I : selama saya di sini 100% lulus, beberapa ada yang kuliah selebihnya kebanyakan iya langsung bekerja.
- P : rata-rata mereka bekerja sesuai dengan bidangnya atau tidak pak?
- I : sebenarnya kalau ilmu administrasi kan bisa diterapkan dimana saja bahkan di kehidupan sehari-hari komunikasi kan juga administrasi. Iya kalau di lihat langsung anak-anak sini masuk admin, masuk sekretaris kayaknya sedikit lah. Beberapa ada yang jadi admin tetapi selama ini iya belum sesuai.
- P : nggih pun pak, terimakasih atas waktu yang diluangkan.
- I : iya sama-sama mas.

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 1)

Topik wawancara :Strategi Humas dalam Meninngkatkan Citra di SMK PGRI
 1 Semarang
 Informan : Septi
 Hari, Tanggal :
 Waktu : WIB
 Tempat : Ruang
 Kode Informan : S.KJ

P : Selamat pagi ibu, sebelumnya saya bicara dengan siapa?

I : Ini dengan Bu Septi

P : Selaku?

I : Selaku Ketua Jurusan Administrasi Perkantoran

P : Untuk pertanyaan pertama, bagaimana cara SMK PGRI dalam menarik perhatian masyarakat guna mempromosikan peminatan Administrasi Perkantoran?

I : Jadi SMK PGRI sedang melakukan kegiatan yang berhubungan dengan dunia luar dalam artian dunia industry atau mungkin instansi pemerintahan contohnya Desember tahun lalu kami mengadakan kegiatan kunjungan industri tebal mener dan outbond ke solo. Jadi ketika kita berangkat kita menggunakan armada sewa bis iya, dari sewa bis kita disitu menempelkan di bis itu kita kasih tulisan jadi ada identitas kita, ada kelasnya, kalau kelas otomatis udah termasuk jurusan. Nah itu salah satunya kemarin yang baru saja kegiatan terakhir yang kita lakukan. Jadi ada kunjungan industri ke solo lalu kemudian untuk kelas 10 (sepuluh) kita juga melakukan kunjungan industri ke sidomuncul. Jadi dengan kegiatan seperti itu secara tidak langsung masyarakat pasti mengenal kita. Kemudian yang kedua kita melakukan publikasi ke sosial media juga, jadi contohnya saya ataupun teman-teman gitu setiap ada kegiatan kita sempatkan untuk mengupload kegiatan tersebut.

P : Lalu untuk lulusan dan prestasi siswa-siswa administrasi perkantoran di SMK PGRI 01 Semarang ini bagaimana nggih buk?

I : kalau lulusan berdasarkan grafik dari Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Tengah, SMK PGRI itu urutan ke 52 dari 144.

P : itu urutan dari SMK atau SMA

I : SMK

P : Iya SMK negeri atau apa buk?

- I : Iya termasuk SMK negeri dan swasta. Itu untuk setidaknya enggak terlalu buruk lah iya masih ada di kuartal kedua tengah gitu iya, trus untuk lulusannya rata-rata mereka untuk yang satu tahun terakhir kami memang belum punya banyak data, karena memang ijazah juga belum keluar. Tetapi berdasarkan tahun lalu mereka banyak yang sudah kuliah melanjutkan keperguruan tinggi dan ada juga yang bekerja.
- P : Rata-rata mereka melanjutkan kuliah atau bekerja buk yang lulusan dari sini?
- I : Mereka ada yang kerja dulu, jadi mereka kalau dilihat dari beground keluarganya mereka itu kan keluarga yang biasa menengah ke bawah. Jadi mereka kuliah dengan usaha mereka sendiri, artinya mereka kerja trus baru melanjutkan kuliah. Untuk prestasi jurusan AP terakhir kita mengguna LKS (Lomba Kompetensi Siswa) di tingkat kota semarang juara harapan 1.
- P : Itu khusus AP buk?
- I : khusus AP, LKS itu khusus AP.
- P : Lalu apakah dengan lulusan yang baik dan prestasi yang baik juga apakah itu termasuk dalam tanggung jawab kepada masyarakat sekitar buk?
- I : iya ini jelas tanggungjawab kita karena apa, secara tidak langsung orang tua mereka menyekolahkan di sini artinya mereka pasrahkan kepada kita untuk membantu anak-anaknya mendapatkan masa depan yang lebih baik. Jadi fungsinya kami membantu mereka dengan tanggungjawab itu kita antarkan mereka.
- P : apakah di sekolah ini mengadakan acara kegiatan seperti HUT sekolah, PKL siswa untuk kelas XI dan expo yang di sini buk?
- I : PKL itu prakerin, prakerin ada kalau HUT sekolah kayak diesnatalis gitu iya, kalau diesnatalis belum, karena memang kalau menurut informasi dari pendiri sekolah tanggal 15 Juli tahun 85 sekolah ini berdiri. Jadi kalau kita ingin merayakan kan tanggal 15 Juli kan baru pertama kali masuk, sehingga belum sampai saat ini belum, kemarin sudah beberapa kali diwacanakan tinggal pelaksanaan nanti mungkin cari waktu yang tepat.
- P : berarti selama berdirinya sekolah ini belum pernah ada acara seperti HUT buk?
- I : Iya paling Bapak Ibu Guru syukuran saja.
- P : untuk expo sendiri buk di sekolah ini bagaimana?
- I : expo itu kita sih belum iya, belum sih belum ada.
- P : kalau mengikuti expo yang ada diluar buk?
- I : kalau dulu sih ada, tahun 2018 itu gebyar SMK se-Kota Semarang yang di Gubernuran itu.

P : itu untuk tahun 2018 iya buk?

I : iya tahun 2018

P : untuk prakinnya sendiri anak kelas XI di tempatkan dimana saja buk?

I : macam-macam ada yang Dinas Pemerintah, Instansi swasta, Dinas Pemerintah yang sering kita pakai itu Dinas BKD Provinsi, Dinas Pendidikan Kota, Dispenduk.

P : untuk swastanya sendiri buk?

I : itu kita pakai astra, seinget saya baru itu mas.

P : itu untuk AP juga dibagian astra buk?

I : iya mereka dibagian admin, BPJS ketenaga kerjaan ada Balai besar sungai pemandi juwana itu juga ada.

P : untuk prakerin sendiri apakah ada diimbuhi dengan kegiatan lain buk?

I : jadi gini kalau dari Dinas Pemerintah mereka rata-rata enggak mau, karena mungkin nanti berkepanjangan. Jadi yang penting kita pengajuan mereka setuju iya sudah kita masuk, jadi itu.

P : kalau untuk yang swastanya berarti gak ada juga buk?

I : kalau astra itu kayaknya juga gak ada, trus kemudian amni, sekolah tinggi amni.

P : apakah dengan adanya prakerin kelas XI apakah termasuk cara mempromosikan peminatan AP disekolah ini buk?

I : iya betul sekali, itu apa iya kalau prakerin itu kurikulum iya, jadi sifatnya wajib. Jadi itu salah satu bentuk pembeda antara SMK dengan SMA. Bedanya SMK itu ada prakinnya kita memberikan keterampilan latihan bekerja, jadi itu.

P : bagaimana penyelenggaraan publikasi yang ada di SMK PGRI Semarang terkait sekolah yang PBDB kemarin buk?

I : jadi kalau promosi, ini promosi secara umum iya yang pertama kita pomosi sekolah , promosi sekolah disitu kami memperkenalkan lewat spanduk pohon, apa MMT pohon itu iya yang kecil-kecil itu di pohon, lalu lewat brosur, lalu kita promosi lewat website. Nah situ kan nanti kita kenal dulu dengan sekolah kita. Kalau kita pakai brosur kan presentasi ke SMP-SMP kita perkenalkan jurusannya ini-ini.

P : SMP-SMP mana saja buk yang dilakukan promosi?

I : SMP yang kita presentasi yang saya inget itu SMP Hassanudin 10, SMP al-irsyad, SMP mahad-islam, SMP muhammadiyah 7, kemudian wali songo, SMP 39, SMP 25, SMP al-huda, SMP 3 mranggen. Nah itu contoh beberapa SMP. Dari situ kita tampung anak-anak di sini, di masa MOS kita ceritakan lebih detail. Jadi jurusan AP kan

sekarang jadi OTKP apa nanti pelajarannya apa saja, kalau sudah lulus nanti bisa jadi apa, kisaran gajinya berapa, kita sudah memberikan bantuan. Jadi anak bisa menentukan arahnya mereka mau ambil apa .

P : sewaktu siswa mendaftar di sini belum mengetahui secara detail apa itu AP dan Akutansi iya buk?

I : belum tau, cuma taunya AP itu berarti sekretaris, akuntansi berarti itung-itungan. Jurusan yang paling gampang apa? Nak itung-itungan kan berat. itu larinya ke AP.

P : berarti rata-rata pada memilih masuk AP buk dari pada Akuntansi?

I :Iya, karena kesannya akuntansi itu sulit, banyak itung-itungan.

P : apa saja bentuk publikasinya buk?

I : iya itu tadi dengan spanduk, MMT pohon, presentasi, brosur, dan website.

P : untuk spanduknya ada dimana saja iya buk?

I : nanti coba Tanya pak sahrul untuk titik-titiknya beliau yang pasang , saya gak hafal.

P : nggih sampun untuk pertanyaannya, itu dulu terima kasih pada Ibu untuk waktunya. Suwun nggih buk...

I : sama-sama, sukses

Transkrip Wawancara Penelitian SMK PGRI 1 Semarang
TRANSKIP WAWACARA PENELITIAN
(Wawancara 2)

Topik wawancara :Strategi Humas dalam Meninngkatkan Citra di SMK PGRI
 1 Semarang
 Informan : Sahrul
 Hari, Tanggal :
 Waktu : WIB
 Tempat : Ruang
 Kode Informan : S.GA

P : selamat pagi bapak, sebelumnya saya berbicara dengan siapa?
 I : Pak sahrul
 P : Bapak di sini selaku ngopo nggih buk?
 I : guru SMK produktif
 P : guru administrasi perkantoran nggih?
 I : Iya
 P : media apa saja yang digunakan SMK PGRI 01 Semarang guna menyebarluaskan peminatan AP pak?
 I : media promosinya website ada, instagram, pamflet, brosur, kemudian ada MMT pohon, spanduk, iya itu saja sih.
 P : MMT pohon dan spanduknya lokasinya dimana pak?
 I : iya menyebar, ada yang di gayam sari, ada di kedung mundu, di peterongan.
 P : tapi masih ada gak pak? Soalnya buat bukti gitu?
 I : kalau itu nggak tau, sepertimya sudah hilang. Biasanya kan di copotin satpol PP, coba saja lewat situ di amper.
 P : untuk media sendiri di updatenya setiap berapa bulan sekali pak?
 I : media yang mana...
 P : yang semacam website
 I : kalau website, instagram setiap ada kegiatan tak upload. Uploadnya setiap ada kegiatan.
 P : berarti kalau tidak ada kegiatan, tidak pak?
 I : tidak
 P : lalu apakah sekolah ini mengadakan kegiatan semacam PKL kelas XI atau expo?
 I : expo tidak ada, ultah tidak ada, prakerin itu pasti wajib ada.
 P : sepanjang berdirinya sekolah ini tidak pernah mengadakan ultah sekolah pak?
 I : selama saya di sini belum.
 P : itu kenapa pak?
 I : kalau dari sejarahnya sekolah ini kan kalau gak salah ultahnya itu kalau gak juni iya juli, biasanya tabrakan sama libur.
 P :apakah dengan adanya kelas XI yang prakerin di luar itu termasuk cara mempromosikan SMK PGRI 01 Semarang?
 I : iya, dunia luar iya dengan prakerin itu salah satu cara.

- P : apakah mereka diberi tanggungjawab untuk mempromosikan?
- I : secara langsung tidak, secara tidak langsung kan kita mempersiapkan anak semaksimal mungkin agar dapat professional dan dari situ bisa untuk media promosi. Cukup tersirat saja.
- P : apakah sekolah ini membuat semacam kalender atau majalah sekolah?
- I : tidak ada,
- P : bagaimana pendapat pihak luar terkait siswa AP di SMK PGRI sewaktu melakukan prakerin?
- I : kalau yang saya rasakan dari saya membimbing, tanggapannya cukup bagus, kerjanya disana rajin, melaksanakan pekerjaannya bahkan ada yang lembur dan ikut memberi dedikasinya yang tinggi.
- P : apakah ada dari pihak luar keluhan atau problem terkait siswa yang prakerin pak?
- I : kalau dari jurusan AP gak ada.
- P : jadi selama lancar-lancar saja pak?
- I : lancar
- P : lulusan dan prestasi siswa AP sendiri gimana pak?
- I : prestasi di bidang AP, kalau lomba AP kan jarang , setiap tahun kan ada namanya LKS dua tahun ini, tahun kemarin itu juara harapan satu. Untuk tahun ini belum. Itu lomba LKS administrasi perkantoran.
- P : untuk lulusan sendiri pak, bagaimana pak?
- I : selama saya di sini 100% lulus, beberapa ada yang kuliah selebihnya kebanyakan iya langsung bekerja.
- P : rata-rata mereka bekerja sesuai dengan bidangnya atau tidak pak?
- I : sebenarnya kalau ilmu administrasi kan bisa diterapkan dimana saja bahkan di kehidupan sehari-hari komunikasi kan juga administrasi. Iya kalau di lihat langsung anak-anak sini masuk admin, masuk sekretaris kayaknya sedikit lah. Beberapa ada yang jadi admin tetapi selama ini iya belum sesuai.
- P : nggih pun pak, terimakasih atas waktu yang diluangkan.
- I : iya sama-sama mas.

Lampiran 12

Lampiran Analisis Data.

Reduksi Data , Displai Data, Simpulan, Strategi umas Smk PGRI 01 Semarang

No	Reduksi Data			Display Data	Simpulan
	Fokus Penelitian	Sub-Sub Kategori	Hasil Sub-Sub Kategori	Matrik Data	Simpulan Akhir
1	Strategi humas	Publications	<p>Ibu Sri Sulastri “publikasinya sementara ini dari brosur, kemudian surat kabar juga ada di dalam guru itu diterbitkan. Salah satunya itu juga kita sebenarnya mau menyampaikan melalui media cetak seperti Koran itu ke masyarakat.”</p> <p>Ibu Titi Hastari ““Ya itu tadi, kita adakan publikasi dengan berbagai cara menyebar brosur ke negeri-negeri baik SMA, SMK terus kita juga publikasi lewat <i>web</i>. Ya segala upaya kita coba, SMS ya kita coba semua.”</p> <p>Ibu Yanu ““publikasinya sementara ini dari brosur, kemudian surat kabar juga ada di dalam guru itu diterbitkan. Salah satunya itu juga kita</p>	Setiap fungsi dan tugas PR adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh public	Publikasi yang dilakukan oleh SMK PGRI 01 Semarang ada banyak cara yang sekolah lakukan baik dari media online maupun media offline, seperti contohnya : brosur, koran, mmt, facebook, instagram dll.

			sebenarnya mau menyampaikan melalui media cetak seperti Koran itu ke masyarakat.”		
		Event	<p>Ibu Yanu : “Event-event yang diselenggarakan disini, salah satunya pensi yang jelas. Pensi itu memang sangat berpengaruh karena banyak yang datang jadi tahu. Paling tidak siswa disini bisa memperkenalkan ini kepada tetangga-tetangganya atau siswa sekolah lain. Jadi tahu yang ada disini”</p> <p>Ibu Sulastri : “Pihak luar banyak, terutama beauty class, kemarin terakhir malah Miss favorit dari Jateng itu kesini mengadakan beauty class”</p>	Merancang sebuah event yang bertujuan untuk memperkenalkan produk & layanan perusahaan, mendekati diri ke public dan lebih jauh lagi dapat memengaruhi opini public. Contoh dari beberapa event itu adalah Calendar event, Special event dan Moment event	Event kegunaanya bagus untuk membuat sekolah lebih dikenal oleh masyarakat luar, event sudah dilakukan dengan baik dimana sekolah sukses mengadakan kegiatan beauty class yang bekerja sama dengan pihak luar dengan mendatangkan miss favorit dari jawa tengah, walaupun masih ada event yang belum bisa terlaksana seperti mengadakan acara lomba yang diikuti anak smp namun belum bisa terlaksana
		News	Ibu Titi Hastari : “kita adakan publikasi dengan	(menciptakan berita) Berupaya menciptakan	news atau berita yang dikeluarkan

			<p>berbagai cara menyebar brosur ke negeri-negeri baik SMA, SMK terus kita juga publikasi lewat <i>web</i>. Ya segala upaya kita coba, SMS ya kita coba semua”</p> <p>Pak sahrul : :”kalau website, instagram setiap ada kegiatan tak upload. Jadi kita uploadnya setiap ada kegiatan kalo tidak ya kita tidak upload ke Media”.</p>	<p>berita melalui press release, news letter, bulletin, dll. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.</p>	<p>oleh pihak sekolah sudah cukup baik mereka memanfaatkan teknologi seperti web, facebook, instagram serta emnggunakan brosur atau media lainnya</p>
		Communitity Involnment	<p>Ibu Yanu : “Terus kemudian pembagian daging Qurban setiaptahu sekali itu pasti ada dengan masyarakat sekitar, kemudian penyaluran Zakat. Terus kemarin baru pembagian takjil kaya gitu, jadi ke panti asuhan kita sering mengadakan seperti itu”.</p> <p>Ibu Titi Hastari : ”Ya banyak mas ada dengan cara kita memberi santunan ke yatim piatu, lalu pas Idul Adha itu toh kita nyembelih 1 ekor sapi guna dibakinkan kemasyarakat</p>	<p>(kepedulian pada komunitas) Keterlibatan tugas sehari-hari seorang PR adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi / lembaga yang diwakilinya.</p>	<p>kepedulian sekolah terhadap masyarakat sekitar sudah dilakukan dengan baik dengan cara mereka berbagi kepada warga sekitar atau komu itas sperti panti asuhan di sekitar lingkungan sekolah dimana sekolah sukses mengadakan kegiatan tersebut dengan baik sesuai rencana yang mereka inginkan,</p>

			sekitar “		walaupun ada sedikit kendala seperti jadwal yang molor namun itu semua bisa diatasi dengan baik oleh pihak sekolah
		Inform or Image	<p>Ibu Titi Hastari ; “Diadakan pembinaan dengan bapak ibu guru, kemudian bersama-sama dengan bapak ibu guru mensosialisasikan dari pada adek-adek.” Ibu Lastri : “Dengan meningkatkan prestasi siswa yah itu jelas bisa meningkatkan citra sekolah kita terus juga mungkin akreditasi kita sedang coba untuk meningkatkan supaya jadi A”</p>	: (memberitahukan atau meraih citra) Ada 2 fungsi utama dari PR, yaitu memberikan informasi kepada public / menarik perhatian sehingga diharapkan dapat tercipta tanggapan citra yang positif.	mereka mencoba meningkatkan image sekolah dengan meningkatkan kinerja guru supaya lebih baik dengan melakukan pembinaan kepada bapak ibu guru sudah dilakukan dengan baik dimana sekolah sukses mengadakan kegiatan tersebut dengan mendatangkan pembicara dari luar
		Lobbying or Negotiations	Ibu Lastri : “kalau negosiasi kemasyarakat	(melobi dan bernegosiasi) Keterampilan	mereka dalam melaksanakan kegiatan

			<p>enggak. Kita bertemu orang tua kan biasanya pada saat ini kita kan satu atap sama SMP PGRI misal kita bertemu dengan orang tua yang kelas 12 SMP nanti kita sampaikan kepada mereka untuk menariknya nanti kalau mendaftar di sini kalau lulusan SMP PGRI ke SMK nanti uang gedungnya hanya 50% dapat potongan”.</p> <p>Ibu Titi : Nggak ada..</p>	<p>untuk melob melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PR.</p>	<p>tersebut sudah dilakukan dengan baik dimana sekolah sukses mengadakan kegiatan tersebut</p>
		Social Responcibility	<p>Ibu Lastri : “ iya ini jelas tanggungjawab kita karena apa, secara tidak langsung orang tua mereka menyekolahkan di sini artinya mereka pasrahkan kepada kita untuk membantu anak-anaknya mendapatkan masa depan yang lebih baik. Jadi fungsinya kami membantu mereka dengan tanggungjawab itu kita antarkan mereka”.</p> <p>Ibu Titi ;</p>	<p>(tanggung jawab sosial) Mmemiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas PR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini meningkatkan citra perusahaan di mata public.</p>	<p>disimpulkan tanggung jawab sosial mereka terhadap masyarakat benar-benar dilakukan dengan baik dengan cara mencoba meningkatkan prestasi siswa supaya lebih baik kedepannya</p>

			Iya jelas itu tanggung jawab kita ke masyarakat		
	Kendala		<p>Ibu Yanu : “Kendalanya terkait zonasi karena mereka sudah positif nilainya atau nimnya sedikit mereka langsung buru-buru ke SMA jadi biar cepat diterima. Ya... kita yang di SMK Swasata hanya menunggu setelah selesai pengumuman mereka kesini apa tidak. Tahun ini alhamdulillah 5 kelas tercapai tapi hari-hari kemarin itu kita sempet deg-deg.an kenapa sepi sekali ternyata mereka memang menunggu pengumuman SMA. Tapi kalo SMK yang Negeri kita tidak bisa berlutik karena mereka pasti yang masuk. di SMK yang tahun ini untuk jurusan Bisnis Manajemen yang mendaftar itu sedikit kalo dulu itu yang dibuang atau tidak diterima itu hampir separo kalo sekarang kemarin saya cek di SMK 9 yang biasanya tidak diterima lari ke</p>	<p>penyimpangan yang seharusnya dengan apa yang benar-benar terjadi, antara teori dengan praktik, antara aturan dengan pelaksanaan, antara rencana dengan pelaksanaan. Dengan kata lain kendala/masalah ini suatu proses penyimpangan yang tidak sesuai dengan prosedur yang ada</p>	<p>adanya sistem zonasi yang diterapkan di sma negeri membuat para siswa lebih memilih langsung mendaftar di sma negeri , SMK swasta hanya dijadikan pilihan kedua setelah SMA atau SMK Negeri, serta faktor dorongan orang tua yang menginginkan anak mereka sekolah di sekoah negeri. Faktor itu yang menyebabkan sekolah swasta hanya bisa menunggu setelah pengumuman di SMA / SMK Negeri selesai yang menyebabkan sekolah swasta tidak bisa memilih / menyeleksi siswa sesuai dengan apa yang mereka inginkan sedangkan</p>

		<p>SMK PGRI semua itu hanya tidak menerima siswa sekitar 30 orang. Padahal biasanya sampe 200-an.”</p> <p>Ibu Titi : “ adanya sistem zonasi yang diterapkan di sma negeri membuat para siswa lebih memilih langsung mendaftar di sma negeri , SMK swasta hanya dijadikan pilihan kedua setelah SMA atau SMK Negeri, lalu adanya faktor dorongan orang tua yang menginginkan anak mereka sekolah di sekoah negeri.”</p> <p>Ibu Sulastri : “Yak arena itu to, sistem zonasi sehingga kan siswa itu kan harapannya bisa diterima di negeri sehingga kita menunggu terlalu lama untuk sampai pada pengumuman negeri. Kita kan menunggu pengumuman negeri dulu, baru yang tidak diterima di negeri baru disini. Menunggu pengumuman dari negeri dulu.”</p>		<p>kuota siswa harus terpenuhi sebanyak 5 kelas dengan pendaftar yang sedikit, sehingga mereka belum bisa / kurang bersaing dengan sekolah negeri.</p>
--	--	---	--	--

	Upaya		<p>Ibu Yanu : “Kamarin itu kebetulan saya bertugas di pembagian brosur pada saat di SMK kita sudah tidak bisa apa-apa. Saya langsung lari ke SMA, saya langsung membagi tugas kepada anggota-anggota Bapak/Ibu guru untuk ke SMA menyebarkan brosur. Karena memang benar yang ke SMA lebih banyak mungkin 2 kali lipatnya, karena saya membagi brosur di SMA-SMA yang biasanya sedikit itu malah sekarang jadi banyak sekali. Di SMA 10 saja sampai habi 300 brosur padahal biasanya juga tidak sampe segitu.”</p> <p>Ibu Titi : “Upaya yang telah dilakukan SMK PGRI 01 Semarang untuk mengatasi kendala diantaranya melalui media massa seperti membagikan brosur ke sekolah sekolah lain, melalui koran”</p>	<p>. Kendala yang terjadi dalam sstrategi humas untuk meningkatkan peminat Administrasi Perkantoran di sekolah tentu mengganggu proses kinerja pegawai. SMK PGRI 01 Semarang dalam mengatasi kendala yang dialami tersebut adalah dengan melakukan berbagai upaya untuk mencegah kendala tersebut</p>	<p>Upaya yang telah dilakukan SMK PGRI 01 Semarang untuk mengatasi kendala diantaranya melalui media massa seperti membagikan brosur ke sekolah sekolah lain, melalui koran, sosialisasi ke smp yang ada disekitar sekolah, serta upaya dari sekolah guna mengetahui minat siswa serta mengarahkan sekolah mengadakan tes minat bakat yang dilakukan sewaktu awal masuk sekolah guna mengetahui minat dan bakat anak ini larinya ke Administrasi perkantoran / Akuntansi</p>
--	-------	--	---	---	--

			<p>Ibu Sulastri : “ Ya itu tadi, kita adakan publikasi dengan berbagai cara menyebar brosur ke negeri-negeri baik SMA, SMK terus kita juga publikasi lewat <i>web</i>. Ya segala upaya kita coba, SMS ya kita coba semua.”</p>		
--	--	--	--	--	--

Lampiran 13

Kegiatan berbagi ke warga sekitar



Kegiatan berbagi takjil waktu bulan puasa untuk pengendara motor





Pentas seni SMK PGRI 01 Semarang

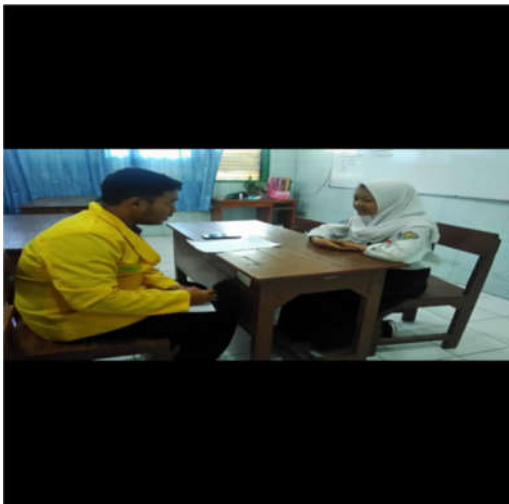




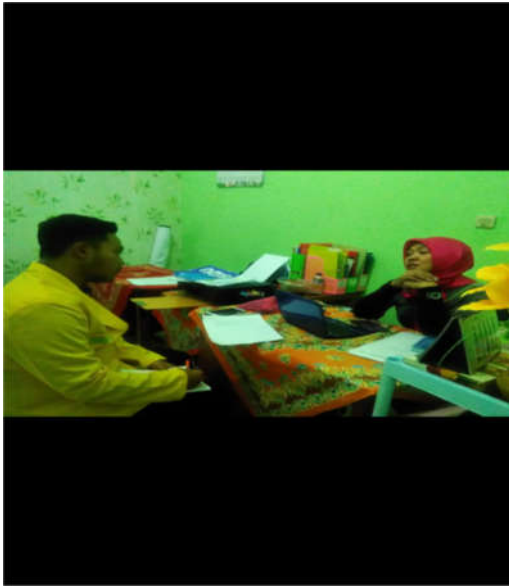
Kegiatan penguatan kinerja guru



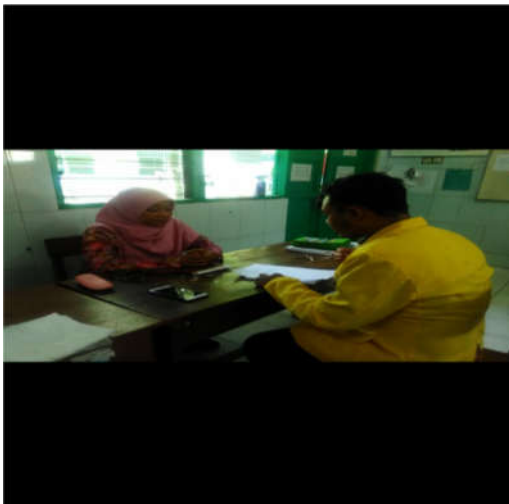
Wawancara dengan 3 siswa baru SMK PGRI 01 Semarang



Wawancara dengan waka kesiswaan Ibu Sri Sulastri



Wawancara dengan Kepala Sekolah Ibu Titi Hastari



Wawancara dengan Waka Humas Ibu Yanu



Wawancara dengan guru SMK PGRI 01 Semarang bapak sigit



No		Nama	NISN	No. Ujian SMP
1	004	Adelsa Rendiana Perdanawati	0024948480	2-17-03-01-299-095-2
2	003	Della Puspita	0036566814	2-18-03-01-250-048-9
3	010	Defita Ayu Syaharani		2-19-03-01-
4	023	Wulan Febriana Pramudhita	0023413653	2-19-03-01-
5	015	Dini Eka Pertiwi	0041816778	2-19-03-01-241-072-9
6	022	Almira Nathania Rachmadani	0034910651	2-19-03-01-033-0276-5
7	039	Tiara Kristiani Prisanty	0040590786	2-19-03-01-033-0308-5
8	044	Aulia Eka Agustina	0041876988	2-19-03-01-282-0148-5
9	035	Dea Trisnawati	0044052022	2-19-03-01-0247-0062-3
10	052	Rita Lestari Putri Ajiyah	0041877693	2-19-03-01-282-0030-3
11	030	Tiyas Ardita Damayanti	0043099721	2-19-03-01-225-024-9
12	048	Risma Zahra Pangestu	0031049195	B-18-03-01-015-077-4
13	045	Masita Kumala Ningrum	0039692090	2-19-03-01-282-0161-8

14	056	Sabila Galuh Larasati	0035077526	2-19-03-01-
15	012	Pricilla Putri Rahmawati	0041986148	2-19-03-01-
16	014	Astrid Harira	0056326891	2-19-03-01-0301-0006-3
17	071	Heni Tri Susanti	0043833481	2-19-03-01-036-235-6
18	002	Arif Nugroho	0032538794	2-19-03-01-282-0183-2
19	031	Maharani Desy Wulandari	0041875148	2-19-03-01-282-9953-4
20	021	Clarisha Fara Aulia	0041877144	2-19-03-01-282-0082-7
21	050	Ananda Chintia Rahma	0040757130	2-19-03-01-0259-0075-6
22	119	Eva Maharani	0032015822	2-19-03-01-0259-0014-3
23	095	Zional Falah	0000941609	2-19-03-27-756-057-8
24	085	Sintya Salma Adilla	0044177293	2-19-03-01-0257-0039-2
25	093	Dhena Alda Rhena	0040590863	2-19-03-01-0201-0049-8
26	092	Sabila Saskia Monica	0040590846	2-19-03-01-0037-0132-5
27	029	Arum Styawati	0041876975	2-19-03-01-282-0040-9
28	027	Ayu kumala Dewi Anjayani	0035371379	2-19-03-01-282-0076-5
29	041	Dewi Laras Ati	0034047294	2-19-03-01-01505-0003-6

30	087	Dhea Sinta Agnessia	0032834485	'2-19-03-27-0710-
31	034	Vivi Handayani	0047109907	2-19-03-27-0710-0106-7
32	033	Suci Tria Wati	0044081098	2-19-03-01-
33	120	Syarifah And Nurhidayah	0046462931	2-19-03-270712-0150-3-
34	128	Niken Selyanti	0035371560	2-19-03-01-282-0125-4
35	088	Amelia Ananda Putri	0033052394	2-19-03-01-00370215-2
36	066	Putri Yunita		2-19-03-01-
37	131	Maya Nur Anggraini		2-19-03-01-
38	077	Ellyda Intan Maharani	0040757438	2-19-03-01-0259-0085-4
39	090	Tsara Salsabil Safina	0041876983	2-19-03-01-282-0070-3
40	053	Sinka Anggieta	0040593313	2-19-03-01-0269-0197-4
41	089	Radia Annisa Amalia	0043791724	2-19-03-01-282-0064-9
42	141	Agista Sekar Nagari	0014734403	2-19-03-01-0201-0078-3
43	144	Tiara Shinta Maura	0026159297	2-18-03-01-006-218-7
44	125	Febrian Sasi Kirana	0032015802	2-19-03-01-282-0155-6
45	147	Putri Wulandari	0026877274	2-19-03-01-0232-0142-3

46	148	Intan Nur Ilmi Permatasari	0036037565	2-19-03-01-0502-0145-8
47	121	Revi Lie Agata You Fransiska	0043856423	2-19-03-01-282-0130-7
48	076	Agim Galang Nuvida	0032715242	2-19-03-01-0032715242
49	073	Aprillia Milatul Hafidiyah	0047075878	2-19-03-01-709-004-5
50	103	Farhan Sagita	0040579429	2-19-03-01-282-0019-6
51	142	Novita Vitriani	0037195767	2-19-03-01-0232-0049-8
52	124	Endang Tri Setyaningsih	0042185985	2-19-03-27-0028-0077-4
53	106	Adinda Eka Aulia	0036016951	2-19-03-01-0273-0026-7
54	111	Andarista Dwi Hartanti	0042454111	2-19-03-27-0027-0217-8
55	110	Titania Yessy Alifia	0041075158	2-19-03-01-0289-0100-5
56	116	Dinar Anggita Putri	0035118595	2-19-03-01-0259-0083-6
57	020	Muhammad Rico Asfarian	0035798191	2-19-03-01-036-238-3
58	157	Nabila Malichatus Sania	0032834965	2-19-03-01-0502-0190-3
59	118	Devi Anggriyani	0043098012	2-19-03-01-0038-0103-2
60	159	Riska Amel Agustina	0035857045	2-19-03-01-0037-0234-7
61	162	Rida Wahyu Calista	0041519502	2-19-03-01-0242-0047-2

62	094	Christiana Putri Ariyani	0042454132	2-19-03-01-0009-0199-2
63	126	Dea April Liana	0034951006	2-19-03-01-0017-0271-2
64	067	Devy Puspita Sari	0025997723	2-19-03-01-282-0012-5
65	163	Eka Nur Ramadhanti	0034748699	2-19-03-01-0289-0081-8
66	109	Ainun Purwantini	0044051037	2-19-03-01-036-189-4
67	068	Putri Agustina	0041875092	2-19-03-01-282-0127-2
68	016	Aprelia	0032783417	2-19-03-01-0214-0031-2
69	168	Lady Lovely Ayi Putri Sundawi	0032631194	2-19-03-01-0017-0146-7
70	123	Safitri Ratnasiwi	0028511423	2-19-03-01-0259-0103-2
71	173	Adelia Fitriana	0035698208	2-19-03-01-0233-0157-4
72	174	Hannifah Nabilla	0033764754	2-19-03-01-0501-0248-9
73	176	Arzeta Elsy Febrilia	0040396833	2-19-03-01-0501-0069-4
74	177	Alya Syalaisah	0041875447	2-19-03-01-0273-0027-6
75	178	Tamara Diva Maura	0041876958	2-19-03-01-282-0068-5
76	107	Nasya Rukhi Aisyah	0034645448	2-19-03-01-0502-0252-5
77	108	Yuniar Afi Pratiwi	0041530295	2-19-03-01-204-047-2

78	180	Rizqiani Dwi Putri	0041765834	2-19-03-01-0017-0131-6
79	184	Diana Yuli Prastika	0040632825	2-19-03-01-0299-0046-3
80	186	Citra Novrezza	0047623590	2-19-03-01-0259-0043-6
81	189	Shafa Alfiana	0048224995	2-19-03-01-0257-0038-3
82	185	Adinda Aulia Putri Gusnita	0040632817	2-19-03-01-0299-0002-7
83	187	Achida Nur Hanifa	0028332119	2-19-03-01-0299-0043-6
84	164	Desy Setyorini	0015934822	2-19-03-01-0269-0118-3
85	165	Maulidia Khifdlatur Rifsanjani	0037674400	2-19-03-01-0269-0130-7
86	192	Fanny Febriana	0035598696	2-19-03-01-282-0046-3
87	145	Syarla Aulia Putri	0040591085	2-19-03-01-0299-0041-8
88	194	Nur Azizah	0035858203	2-19-03-01-0312-0042-7
89	190	Rahayu Priati Ningsih	0031799399	2-19-03-01-0032-0270-3
90	191	Devi Nirmala Putri	0044051603	2-19-03-01-0266-0026-7
91	188	Vera Agustin	0041816243	2-19-03-01-0257-0041-8
92	135	Arvena Puji Lestari	0042077296	2-19-03-01-282-0184-9
93	181	Devi Rizki Ariyanti	0035293457	2-19-03-01-0008-0080-9

94	198	Bagas Putra Karmaji	0041072291	2-19-03-01-282-0077-4
95	054	Dwi Lestari	0044149037	2-19-03-01-225-058-7
96	202	Rizana Eri Prasasti	0028511398	2-19-03-01-282-0065-8
97	201	Fadlillah Choirunnisya Syahrani Putri	0042455966	2-19-03-27-0026-0201-8
98	182	Salma Nur Aizah	0032835126	2-19-03-01-225-071-2
99	183	Inge Dwi Rahayu	0035858141	2-19-03-01-0032-0193-8
100	195	Winda Wahyu Indriana	0041875358	2-19-03-01-0201-0114-7
101	193	Yulia Wulandari	0034753258	2-19-03-01-0502-0299-6
102	137	Reyna Shakira Murni	0043098018	2-19-03-01-0242-0064-3
103	208	Anis Dwi Meyta Sari	0028212900	2-19-03-01-0259-0076-5
104	199	Masitha Nurlaily	0041055677	2-19-03-01-0201-0022-3
105	207	Haifa Hana Zahra	0044051073	2-19-03-01-0266-0006-3
106	206	Dhanisa Putri Maharani	0040814154	2-19-03-01-0020-0195-6
107	210	Sanez Adila Kusuma Rhiyadi	0034958129	2-19-03-01-0039-0070-3
108	211	Shabrina Salsabilla	0047656143	2-19-03-01-0266-0061-4
109	212	Rizal Andika Utomo	0028055097	2-19-03-01-0313-0010-7

110	081	Dinda Aulia Safitri	0033609379	2-19-03-01-0257-0027-6
111	169	Dafa Aditya Pamungkas	0041072513	2-19-03-01-282-0113-8
112	213	Yuliana Intan Lestari	0041376604	2-19-03-01-0020-0287-2
113	072	Chynthia Irsa Wulandari	0041875352	2-19-03-01-282-0186-7
114	204	Bintang Argata	0040757513	2-19-03-01-0322-0059-6
115	084	Riskha Arnanda	0040797429	2-19-03-01-0257-0035-6
116	083	Salsabila Selvia Pramesti	0043031604	2-19-03-01-0257-0036-5
117	086	Salsabila Silvia Pramesti	0043031603	2-19-03-01-0257-0037-4
118	069	Nugraini	0035858279	2-19-03-01-0289-0069-4
119	149	Nur Khasanati	0041072504	2-19-03-01-0201-0027-6
120	113	Faisal Permana Putra	0038007831	2-19-03-01-0214-0013-4
121	130	Salza Bela Khoirunnisa	0041816796	2-19-03-01-0502-0288-9
122	143	Seftania Eka Priatin	0041876481	2-19-03-01-241-058-7
123	172	Intan Nurizki	0041391355	2-19-03-01-0266-0054-3
124	217	Auliyaa' Putri Ayoe	0050438906	2-19-03-01-0039-0255-2
125	064	Salma Aura	0040812833	2-19-03-01-0279-0068-5

126	209	Zirra Putri Ayu Lestari	0035857104	2-19-03-01-0783-0218-7
127	196	Lu'lu' Vebriani	0041877176	2-19-03-01-0038-0049-8
128	218	Dhila Nur Rahmawati	0041875099	2-19-03-01-0201-0050-7
129	136	Catur Altia Vitania	0041875098	2-19-03-01-282-0079-2
130	082	Jati Putri Bunga Edellweis	0044052098	2-19-03-01-0257-0053-4
131	221	Desi Anggraini	0034958884	2-19-03-01-0201-0011-6
132	228	Ita Putri agustina	0018678104	2-19-03-01-282-0194-7
133	197	Anggie Sofiana Putrie	0040818263	2-19-03-01-0041-0007-2
134	138	Safira Andini	0035812973	2-19-03-01-0242-0095-2
135	229	Natasya Ayu Puspita Ningrum	0043415033	2-19-03-01-713-011-6
136	219	Vania Riska Amanda	0017487680	2-19-03-01-0220-0071-2
137	223	Sheila Amelia Putri	0035811113	2-19-03-01-036-245-4
138	224	Shely Amelia Putri	0035811114	2-19-03-01-036-216-9
139	061	Wulan Setyowati	0049891851	2-19-03-01-0266-0064-9
140	062	Astrid Sepriani	0041877150	2-19-03-01-202-007-2
141	231	Berliana Argy Puspitasari	0035857226	2-19-03-01-0502-0105-8

142	216	Diva Anindia Berlian	0044051056	2-19-03-01-0038-0134-3
143	065	Safira Octa Nurillah	0035857281	2-19-03-01-0502-0093-4
144	160	Meta Octa Arista	0035752307	2-19-03-01-
145	226	Retno Handayani	0041052282	2-19-03-01-0277-0050-7
146	227	Eka Meyliana Puspita	0040757450	2-19-03-01-0502-0140-5
147	215	Fitka Andreani	0020898931	2-19-03-01-282-0156-5
148	236	Amalia Fitriyani	0038099924	2-19-03-23-0244-0006-3
149	237	Aulia Nailil Muna	0054648672	2-19-03-01-0502-0272-9
150	235	Siti Zuliyanti	9996404548	2-19-03-01-0502-0291-6
151	220	Rindi Ramawati	0028373605	2-19-03-01-0217-0023-2
152	025	Istiqomatul Istianah	0041653630	2-19-03-01-0279-0058-7]
153	024	Anna Khoirun Nisa'	0041248530	2-19-03-01-0279-0051-6
154	225	Zifa Revalina Putri	0045274431	2-19-03-30-0020-0056-9
155	232	Linda Alfiana	0034457392	2-19-03-01-0220-0123-6
156	233	Wanda Liana Putri	0041267529	2-19-03-08-023-88-9
157	234	Rika Noviani	0037652199	2-19-03-32-780-0019-6