



**STRATEGI HUMAS DALAM MENJAGA DAN
MENINGKATKAN CITRA POSITIF SEKOLAH**

(Studi Kasus di SMK Negeri 01 KUDUS)

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Naila Zulfa

7101416265

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Hari : Senin

Tanggal : 27 Juli 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



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

NIP 19820132009121005

Pembimbing



Wisudani Rahmaningtyas, S.Pd.,M.Pd.

NIP 198906132015042175

PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : Senin

Tanggal : 24 Agustus 2020

Penguji I

Dr. H. Muhsin, M.Si.
NIP 195411012020011342

Penguji II

Fahrur Rozi, S.Pd., M.Pd. Ph.D.
NIP 197610222008121002

Penguji III

Wisudani Rahmaningtyas, S.Pd., M.Pd.
NIP 198906132015042175

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Hesti Yanto, M.B.A., Ph.D.
NIP 196307181987021001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya **NAILA ZULFA**, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“Strategi Humas dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah (Studi Kasus di SMK Negeri 01 KUDUS)”** merupakan hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan bahwa sesungguhnya dalam skripsi ini tidak terdapat sebagian atau keseluruhan dari tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara meniru atau menyalin dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan adanya pendapat, gagasan atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seakan-akan sebagai hasil karya saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan orang lain yang saya tiru, salin maupun saya ambil tanpa memberikan pengakuan dari penulis aslinya.

Semarang, 20 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



Naila Zulfa

NIM : 7101416265

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sedikit pengetahuan yang diterapkan jauh lebih berharga ketimbang banyak pengetahuan yang tak dimanfaatkan” (Khalil Gibran)

Sebuah persembahan untuk :

1. Kedua Orang Tua
2. Universitas Negeri Semarang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT, atas segala limpahan kasih sayang, nikmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Humas dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah (Studi Kasus di SMK Negeri 01 KUDUS)”**.

Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi dari awal sampai akhir mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan serta dukungan yang telah diberikan, yakni kepada:

1. Bapak Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
2. Bapak Ahmad Nurkhin S.Pd., M.Si selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang
3. Ibu Wisudani Rahmaningtyas, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar dan bijaksana memberikan bimbingan serta saran selama proses penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Hengky Pramusinto, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Wali yang telah banyak membimbing dan membantu penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Para responden: Bapak Drs. Saiful Hadi, M.Pd, Bapak Abu Sari, S.Pd.,M.Pd, Bapak Imam Santosa, S.Pd.,M.Pd, Ibu Nining Pujiningsih, S.Pd.,M.Pd, Ibu Ulya, S.Pd.,M.Pd, Bapak Jamaji, S.Pd, Bapak Puji Basuki, S.Pd, Ibu Bartiningsih, Rahmatul Aisyah, Yulistiyowati, yang telah membantu penulis untuk melakukan penelitian ini dan memberikan informasi yang bermanfaat sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.
7. Segenap guru, karyawan maupun siswa yang ada di SMK Negeri 01 KUDUS yang turut membantu peneliti pada saat penelitian dengan memberikan data dan informasi yang dibutuhkan pada skripsi ini.
8. Keluarga serta kedua orang tua penulis yang telah memberikan banyak dukungan, doa, semangat, serta motivasi agar tidak mudah menyerah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Jikha, Felmi, Faila, Ara, Farah, Fela, Evi, Lulu, Dewi, Hanik, Dhenok dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu yang telah banyak memberikan dukungan, semangat, motivasi, masukan, pembelajaran serta doa selama penulis menuntut ilmu.
10. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, atas bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung bagi penulis, sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik berupa bentuk maupun isinya. Oleh karenanya, penulis sangat menghargai adanya masukan, saran, dan kritik dari semua pihak yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, maupun pihak lain.

Semarang, 20 Juli 2020

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Naila Zulfa', written over a horizontal line.

Naila Zulfa.

SARI

Zulfa, Naila. 2020. “*Strategi Humas dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah (Studi Kasus di SMK Negeri 01 KUDUS)*”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing : Wisudani Rahmaningtyas, S.Pd.,M.Pd.

Kata Kunci: Strategi, humas, citra, sekolah

Citra merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh suatu lembaga yang berupa pandangan atau penilaian publik mengenai sebuah lembaga dan segala yang berkaitan dengan lembaga secara nyata dan apa adanya. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan dengan mengambil objek penelitian humas di SMK Negeri 01 KUDUS, terdapat ketidakstabilan mengenai jumlah penerimaan peserta didik setiap tahunnya, sehingga masih diperlukan adanya pembenahan bagi humas dalam menjaga dan meningkatkan citra positif sekolah. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi humas dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS. (2) Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh humas dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS. (3) Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh humas untuk menangani kendala dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah pengumpulan data, mereduksi data, kemudian disajikan guna menarik kesimpulan.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa strategi yang digunakan dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS adalah dengan menjaga dan meningkatkan kualitas SDM serta lulusan yang bermutu, tetap menjaga hubungan yang baik dengan publik internal maupun publik eksternal sekolah, serta melakukan berbagai promosi melalui berbagai media dan *event* tertentu. Kendala yang sering dihadapi berasal dari faktor eksternal adalah kerja sama antara sekolah dengan mitra kerja belum terjalin secara maksimal, sedangkan kendala dari faktor internal adalah kurangnya SDM bagi pihak humas dan juga masalah finansial serta regulasi sekolah.

Simpulan dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan humas dalam menjaga dan meningkatkan citra positif sekolah cukup baik dan efektif, namun masih terdapat berbagai kendala yang menghambat usaha yang dilakukan oleh humas. Saran yang diberikan yaitu: (1) Melakukan penyelarasan antara tujuan sekolah dengan tujuan mitra kerja sehingga dapat tercipta kesepakatan bersama, (2) Menambah jumlah SDM dan mengadakan pelatihan kehumasan bagi pihak humas, (3) meningkatkan kualitas SDM serta sarana dan prasarana sekolah.

ABSTRACT

Zulfa, Naila. 2020. *“Public Relations Strategy in Maintaining and Improving the School's Positive Image (Case Study at SMK Negeri 01 KUDUS)”*. Final Project. Department of Economic Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Supervisor: Wisudani Rahmanningtyas, S.Pd., M.Pd.

Keywords: Strategy, public relations, image, school.

Image is a goal to be achieved by an institution in the form of a public view or assessment of an institution and everything related to the institution in real and what it is. Based on the results of preliminary observations made by taking the object of public relations research at SMK Negeri 01 KUDUS, there is instability regarding the number of student admissions each year, so there is still a need for improvements to public relations in maintaining and increasing the positive image of the school. The purpose of this study are (1) To find out the public relations strategy in maintaining and enhancing a positive image in SMK Negeri 1 KUDUS. (2) To find out the obstacles faced by public relations in maintaining and enhancing a positive image in SMK Negeri 01 KUDUS. (3) To find out the efforts made by public relations to deal with obstacles in maintaining and enhancing a positive image in SMK Negeri 1 KUDUS.

This type of research is descriptive using a qualitative approach. The data collection methods used in this study are observation, documentation, and interviews. Analysis of the data used in this study is data collection, data reduction, then presented in order to draw conclusions.

The results of the study revealed that the strategies used in maintaining and enhancing a positive image in SMK Negeri 01 KUDUS were to maintain and improve the quality of human resources and quality graduates, while maintaining good relations with the public, internal and external public schools, as well as conducting various promotions through various media and certain events. Constraints that are often faced come from external factors such as cooperation between schools and work partners that has not been maximally established, while constraints from internal factors are the lack of human resources for public relations and also financial and school regulation issues.

The conclusion of this research is the strategy carried out by public relations in maintaining and improving the positive image of schools quite well and effectively, but there are still various obstacles that hamper the efforts made by public relations. Suggestions given are: (1) Aligning school goals with the goals of working partners so that mutual agreement can be created, (2) Increase the number of human resources and conduct public relations training for public relations parties, (3) improve the quality of human resources and school facilities and infrastructure.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
SARI	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Cakupan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Orisinalitas Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Strategi Humas	14
2.1.1. Pengertian Strategi	14
2.1.2. Pengertian Humas	15
2.1.3. Fungsi Humas	17
2.1.4. Tujuan Humas.....	20

2.1.5. Tugas Humas	22
2.1.6. Media Humas	24
2.1.7. Peran Humas	26
2.1.8. Komunikasi Humas	27
2.1.9. Strategi Humas.....	29
2.1.10. Humas Sekolah	32
2.2 Citra	34
2.2.1. Pengertian Citra.....	34
2.2.2. Komponen Pembentuk Cita.....	35
2.2.3. Jenis-Jenis Citra	36
2.2.4. Tujuan Citra.....	37
2.3 Kerangka Teoritis	38
2.4 Kerangka Berpikir	50
BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1.Pendekatan dan Desain Penelitian.....	53
3.2.Fokus dan Lokasi Penelitian	54
3.3.Sumber Data Penelitian.....	55
3.3.1. Sumber Data Utama	55
3.3.2. Sumber Data Penunjang	57
3.4.Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.4.1. Wawancara	58
3.4.2. Observasi	59
3.4.3. Dokumentasi	59
3.5.Teknik Keabsahan Data	60
3.5.1. Derajat Kepercayaan	60
3.5.2. Keteralihan.....	61
3.5.3. Kebergantungan	62
3.5.4. Kepastian	63
3.6.Teknik Analisis Data	63

3.6.1. Pengumpulan Data	65
3.6.2. Reduksi Data.....	65
3.6.3. Penyajian Data	65
3.6.4. Penarikan Kesimpulan.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Hasil Penelitian.....	67
4.1.1. Deskripsi Lokasi Penelitian	67
4.1.2. Deskripsi Data Temuan Penelitian.....	68
4.1.2.1. Strategi Humas dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif SMK Negeri 01 KUDUS.....	68
4.1.2.2. Kendala yang Dihadapi Humas dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif SMK Negeri 01 KUDUS	82
4.1.2.3. Upaya yang Dilakukan Humas untuk Mengatasi Kendala dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif SMK Negeri 01 KUDUS	90
4.2. Pembahasan	95
4.2.1. Strategi Humas dalam Menjaga dan meningkatkan Citra Positif SMK Negeri 01 KUDUS.....	95
4.2.2. Kendala yang Dihadapi Humas dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif SMK Negeri 01 KUDUS	107
4.2.3. Upaya yang Dilakukan Humas untuk Mengatasi Kendala dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif SMK Negeri 01 KUDUS	111
BAB V PENUTUP	117
5.1. Simpulan	117
5.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 2.3.1.	: Penelitian Terdahulu	38
--------------	------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	: Grafik Penerimaan Peserta Didik SMK Negeri 01 KUDUS	5
Gambar 1.2.	: Grafik Tingkat Kelulusan SMK Negeri 01 KUDUS	6
Gambar 2.4.	: Kerangka Berpikir	52
Gambar 3.6.	: Komponen dalam analisis data	64
Gambar 4.1.2.1.	: Skema Strategi Humas dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif SMK Negeri 01 KUDUS.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Keputusan.....	123
Lampiran 2	: Surat Izin Observasi.....	124
Lampiran 3	: Surat Izin Penelitian.....	125
Lampiran 4	: Surat Keterangan	126
Lampiran 5	: Profil Organisasi	127
Lampiran 6	: Struktur Organisasi	134
Lampiran 7	: Daftar Guru dan Pegawai	135
Lampiran 8	: Daftar Prestasi	139
Lampiran 9	: Data Siswa.....	141
Lampiran 10	: Data Alumni	150
Lampiran 11	: Daftar Mitra Kerja	152
Lampiran 12	: Kisi-Kisi Instrumen	154
Lampiran 13	: Data Responden dan Pengkodean	158
Lampiran 14	: Pedoman Wawancara Awal	160
Lampiran 15	: Transkrip Wawancara Awal.....	161
Lampiran 16	: Pedoman Observasi	188
Lampiran 17	: Pedoman Dokumentasi	189
Lampiran 18	: Pedoman Wawancara Penelitian	190
Lampiran 19	: Transkrip Wawancara	213
Lampiran 20	: Reduksi Data	244
Lampiran 21	: Matrix hasil Wawancara	271

Lampiran 22	: Lembar Observasi	278
Lampiran 23	: Tanggal Pelaksanaan	284
Lampiran 24	: Dokumentasi.....	287

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan pilar yang penting bagi suatu bangsa sebagai wahana dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Oleh karenanya lembaga pendidikan dituntut untuk mampu meningkatkan potensi siswa yang berlandaskan pada etika dan moral yang konkretnya terdapat pada program-program pendidikan. Selain itu lembaga pendidikan juga memiliki peran penting dalam mempersiapkan dan membentuk generasi penerus yang berjiwa kompetitif guna menghadapi tantangan masa depan bangsa. Pengertian pendidikan menurut Undang Undang Sistem Pendidikan Nasional No.20 tahun 2003 pasal 1 ayat (1) adalah “Usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual, keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, Bangsa dan Negara”.

Dunia pendidikan yang semakin berkembang saat ini menyebabkan berbagai lembaga pendidikan berlomba-lomba dalam menarik perhatian dan kepercayaan masyarakat, sehingga menimbulkan berbagai persaingan antar sekolah. Berdasarkan hal tersebut tentu saja membuat berbagai lembaga pendidikan memberikan pelayanan

dan program unggulan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat, oleh karenanya perlu adanya campur tangan humas dalam dunia pendidikan.

Humas pada lembaga pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara sekolah dengan masyarakat untuk mencapai tujuan bersama. Setiap kegiatan yang ada pada sekolah tentunya memerlukan dukungan dari masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh Rahmat (2016:79) bahwa pentingnya membangun dan menjaga hubungan yang harmonis antara sekolah dengan publiknya merupakan sarana yang berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik di sekolah, selain itu juga dapat berpengaruh pada tercapainya tujuan sekolah

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mengutamakan pengembangan pengetahuan siswa untuk melaksanakan jenis pekerjaan tertentu. Peraturan Pemerintah Nomor 29 pasal 3 ayat 2 tahun 1990 “pendidikan menengah kejuruan mengutamakan penyiapan siswa untuk memasuki lapangan kerja serta pengembangan sikap profesional”. Sesuai dengan bidangnya, SMK menyelenggarakan program-program pendidikan yang disesuaikan dengan berbagai jenis lapangan pekerjaan. SMK memiliki peran penting dalam menyiapkan siswa menjadi tenaga kerja yang ahli dalam bidangnya, baik bekerja secara mandiri (wiraswasta), maupun mengisi lowongan pekerjaan, serta membekali siswa untuk mengikuti pendidikan lebih lanjut sesuai dengan program keahliannya.

Citra menurut Ruslan (2002:74) merupakan sebuah tujuan, prestasi, dan reputasi yang harus dicapai pada dunia kehumasan. Oleh karenanya citra sebuah lembaga sangat penting dan harus dijaga agar tetap baik di mata publik baik secara internal maupun eksternal. Citra harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis dengan khalayak atau publik, mengingat citra merupakan cerminan identitas lembaga tersebut.

SMK Negeri 01 KUDUS adalah lembaga pendidikan formal yang berada dibawah naungan KEMENDIKBUD yang sudah terakreditasi A, dulunya SMK Negeri 01 KUDUS bernama SMEA yang lahir pada tanggal 11 mei 1968 dan kemudian berganti nama menjadi SMK pada tahun 2000. SMK Negeri 01 KUDUS beralamatkan di Jalan Ganesha II Kecamatan Purwosari Kota KUDUS. SMK Negeri 01 KUDUS memiliki 43 kelas dengan 6 program keahlian diantaranya Akuntansi (9 kelas), OTKP (7 kelas), Pemasaran (5 kelas), Tata Busana (6 kelas), Perbankan Syariah (8 kelas), dan Jasa Boga (8 kelas). SMK Negeri 01 KUDUS pada saat ini menerapkan Kurikulum 2013 (revisi) untuk seluruh kelas X, XI dan XII.

SMK Negeri 01 KUDUS juga merupakan salah satu sekolah menengah kejuruan unggulan yang ada di kota Kudus dan merupakan satu-satunya sekolah menengah kejuruan yang tertua yang ada di kota Kudus. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Abu pada tanggal 15 Januari 2020:

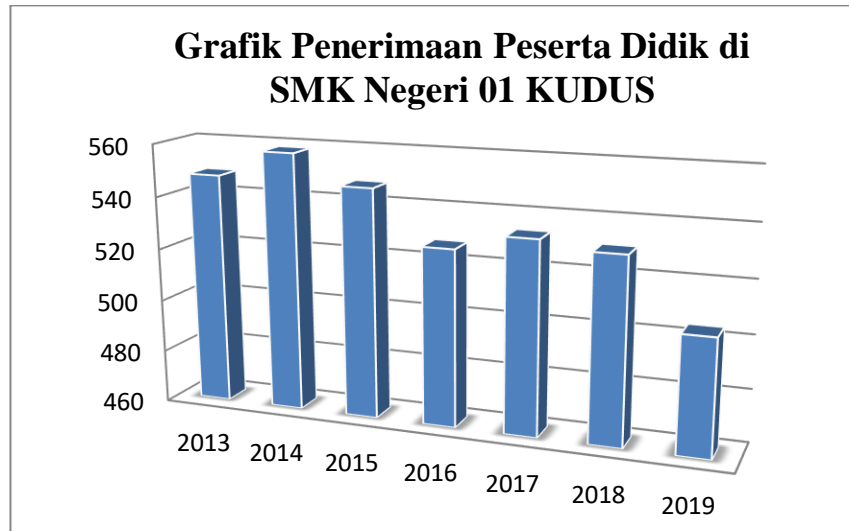
“keunggulan secara lembaga kita termasuk sekolah besar, sekolah unggulan, sekolah adiwiyata, sekolah pembina, sekolah berkarakter, tentu sudah beda dengan sekolah lain.” (W. WKU)

Dan juga diungkapkan oleh Bapak Saiful selaku kepala sekolah pada tanggal

02 Juni 2020:

“dari sisi status itu juga kita merupakan SMK yang tertua ya di Kudus dan letak strategisnya yang sangat menguntungkan.” (W.KS)

Sebagai sekolah menengah kejuruan yang unggulan dan tertua tentunya SMK Negeri 01 KUDUS harus mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya dengan sekolah lain pada tingkat yang sama, karenanya dibutuhkan berbagai upaya salah satunya adalah humas melaksanakan berbagai promosi baik dilakukan secara langsung seperti mengadakan sosialisasi ke SMP-SMP yang ada di Kota KUDUS, maupun secara tidak langsung dengan memanfaatkan berbagai media masa baik secara elektronik maupun cetak guna mendukung dalam kegiatan promosi agar publik lebih mengetahui tentang SMK Negeri 01 KUDUS dan tertarik untuk bergabung dengan SMK. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh humas tentunya memiliki dampak yang cukup besar terutama pada saat penerimaan peserta didik baru, berikut merupakan grafik penerimaan peserta didik di SMK Negeri 01 KUDUS sebagai salah satu hasil usaha bidang humas mempromosikan sekolah:

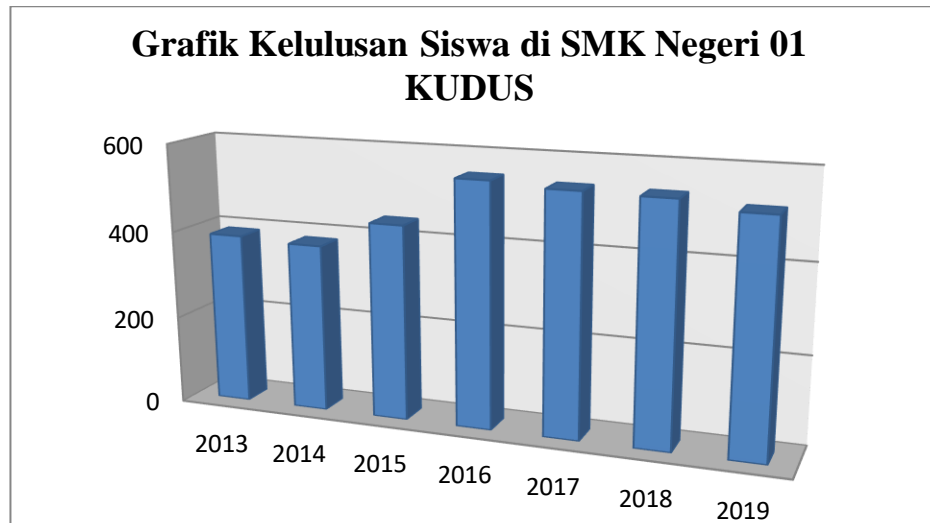


Gambar 1.1. Grafik Penerimaan Peserta Didik di SMK Negeri 01 KUDUS
(Sumber: Tata Usaha SMK Negeri 01 KUDUS)

Berdasarkan Gambar 1.1 Penerimaan Peserta Didik SMK Negeri 01 KUDUS untuk tujuh tahun terakhir mengalami keadaan fluktuasi/tidak stabil. Hal ini dapat dilihat dari tabel penerimaan peserta didik tujuh tahun terakhir yaitu: tahun 2013 sebanyak 548 peserta didik, tahun 2014 sebanyak 558 peserta didik, tahun 2015 sebanyak 547 peserta didik, tahun 2016 sebanyak 527 peserta didik, tahun 2017 sebanyak 533 peserta didik, tahun 2018 sebanyak 530 peserta didik, tahun 2019 sebanyak 504 peserta didik. Dari data tersebut dapat dikatakan minat masyarakat untuk mendaftar di SMK Negeri 01 KUDUS pada tahun 2014 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, kemudian pada tahun 2015 mengalami penurunan jumlah peserta didik dan pada tahun 2016 jumlah peserta didik semakin menurun drastis, lalu pada tahun 2017 mengalami peningkatan dan pada tahun 2018 mengalami penurunan kembali dan terus menurun drastis sampai tahun 2019.

Berikut adalah grafik keseluruhan tingkat kelulusan di SMK Negeri 01 KUDUS

:



Gambar 1.2 Grafik Kelulusan di SMK Negeri 01 KUDUS
(sumber: Tata Usaha SMK Negeri 01 KUDUS)

Berdasarkan Gambar 1.2 tabel tingkat kelulusan siswa di SMK Negeri 01 KUDUS dalam keadaan fluktuasi/tidak stabil hal ini dapat dilihat pada tabel bahwa tingkat kelulusan siswa dari tahun 2013 yang mulanya terdapat 389 siswa kemudian pada tahun 2014 mengalami penurunan menjadi 381, selanjutnya mengalami kenaikan tingkat kelulusan siswa dengan jumlah siswa 442 pada tahun 2015 dan terus naik sampai pada tingkat kelulusan tertinggi yakni pada tahun 2016 dengan jumlah kelulusan 552, namun pada tahun 2017 mengalami penurunan dengan jumlah kelulusan 542 lalu kembali menurun pada 2018 dengan jumlah kelulusan 539 dan terus menurun sampai tahun 2019 dengan jumlah kelulusan 520 siswa.

Implementasi strategi humas yang dilakukan SMK Negeri 01 KUDUS tidak selalu berjalan sesuai dengan rencana, karena dalam beberapa kasus ada masalah yang dihadapi oleh humas dalam menjaga dan meningkatkan citra sekolah, seperti masalah mengenai kinerja humas yang diungkapkan oleh Bapak Imam Santosa, S.Pd., M.Pd selaku waka kesiswaan pada hari Kamis, 16 Januari 2020 di ruang wakil kepala sekolah dengan kode W.WK:

“... kinerja humas dalam program PKL perlu dibenahi khususnya masalah pemberian prosedur bimbingan bagi guru pembimbing kepada siswa harus ada aturan dan prosedurnya dalam hal ini humas hanya memberikan buku panduan kepada guru pembimbing, hal ini sangat tidak efektif karena kebanyakan guru tidak membaca buku panduan tersebut, tak jarang guru juga bolak-balik tanya ke humas dan waka yang lain mengenai prosedur bimbingan, selain itu DU/DI tempat siswa kami magang tak jarang juga komplain kepada humas karena mereka tidak tahu bagaimana cara memberikan penilaian kepada siswa magang...” (W.WK)

Kendala lain yang dialami oleh humas dalam menjaga dan meningkatkan citra sekolah adalah kurangnya sumber daya manusia yang ada dihumas, dikarenakan program kerja humas yang kompleks dan tidak didukung dengan sumber daya manusia yang mencukupi karena humas hanya terdiri dari 3 orang, berikut pernyataan Bapak Abu Salih S.Pd., M.Pd pada hari Rabu, 15 Januari 2020:

“...humas itu sebenarnya pokjanya banyak namun karena SDM nya yang kurang dan sudah diploting jadi selama ini humas hanya punya 2 teman kerja itu kurang mbak. Memang masalah utama humas ada di SDM jadinya ada rangkap kerjaan dalam pelaksanaan tugas humas...” (W.WKU)

Pernyataan dari bapak Abu Salih juga didukung oleh pernyataan dari Bapak Puji Basuki terkait dengan dampak dari kurangnya SDM Humas di SMK Negeri 01 KUDUS, pada tanggal 14 Januari 2020:

“..selama ini kita sering pulang sampai larut (*over time*) sampai kadang ada pekerjaan yang harus dibawa pulang dan itu juga untuk memberikan informasi kepada dunia luar SMK bahwa seperti apa SMK Negeri 01 KUDUS..”
(W.WH)

Selain kurangnya SDM kendala lain mengenai SDM adalah tidak adanya pelatihan kehumasan bagi humas, seperti yang diungkapkan oleh Bapak Jamaji pada hari Rabu, 15 Januari 2020 pukul 12.00 WIB:

“...hendaknya segera membuat semacam pelatihan kehumasan untuk generasi dibawahnya atau disebut meregenerasi anggotanya...” (W.WS)

Berdasarkan informasi yang dikatakan oleh informan dalam wawancara dapat disimpulkan bahwa kendala-kendala yang menghambat humas dalam menjaga dan meningkatkan citra positif SMK Negeri 01 KUDUS, antara lain yang pertama adalah masalah kinerja humas pada saat melakukan kegiatan PKL belum maksimal dalam penyampaian informasi. Kedua, yakni masalah SDM humas di SMK Negeri 01 KUDUS masih kekurangan anggota, mengingat tugas humas yang begitu banyak sehingga menimbulkan terjadinya rangkap kerja dan tak jarang humas kewalahan dalam menghadapi komplain dari DU/DI ketika kegiatan PKL berlangsung. Ketiga, yakni tidak adanya pelatihan kehumasan bagi anggota humas di SMK Negeri 01 KUDUS.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara memperlihatkan bahwa masih banyak faktor yang dapat menghambat humas SMK Negeri 01 KUDUS dalam menjalankan tugasnya untuk menjaga dan meningkatkan citra sekolah, sehingga memerlukan upaya dan tindakan khusus dalam mengatasi kendala tersebut. Hal ini membuat peneliti ingin melakukan pengkajian lebih lanjut mengenai strategi yang digunakan oleh humas SMK Negeri 01 KUDUS, yang membuat sekolah tetap diakui keberadaannya di mata masyarakat meskipun banyak sekali hambatan yang terjadi. Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul:

“Strategi Humas dalam Menjaga dan Meningkatkan Citra Positif Sekolah (Studi Kasus di SMK Negeri 01 KUDUS)”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kinerja humas dalam pelaksanaan program PKL belum dilakukan secara maksimal.
2. Kurangnya sumber daya manusia untuk bidang humas di SMK Negeri 01 KUDUS.
3. Tidak adanya pelatihan kehumasan bagi anggota humas di SMK Negeri 01 KUDUS.

1.3. Cakupan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, permasalahan yang ada cukup luas, sehingga perlu adanya pembatasan masalah yang akan diteliti. Maka penelitian ini difokuskan pada strategi humas dalam menjaga dan meningkatkan citra sekolah, menjelaskan strategi humas dalam mempromosikan sekolah, menjelaskan strategi humas dalam menjaga kerja sama dengan publiknya (masyarakat, DU/DI, orang tua siswa, dan juga alumni), serta menjelaskan hambatan apa saja hambatan dan upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan tersebut.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan cakupan masalah diatas, maka permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi humas dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS?
2. Apa saja kendala yang dialami oleh humas dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS?
3. Upaya apa saja yang dilakukan oleh humas untuk mengatasi kendala dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan cakupan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi humas dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh humas dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS.
3. Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh humas untuk menangani kendala dalam menjaga dan meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan yang dapat digunakan sebagai acuan di bidang penelitian humas.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga akademik dan dapat memberikan masukan dalam pengembangan di bidang humas dan dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti terutama dalam bidang kehumasan.

b. Bagi Universitas Negeri Semarang

Hasil penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

c. Bagi sekolah

Hasil Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi SMK Negeri 01 KUDUS sebagai masukan dalam menjaga dan meningkatkan citra positif sekolah.

1.7. Orisinalitas Penelitian

Orisinalitas dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu mempunyai karakteristik yang relatif sama dalam hal tema, akan tetapi ada perbedaan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Nilam Sari Agustine (2017) dengan judul *“Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK Antonius Semarang)”* lebih fokus pada upaya strategi humas dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas yang digunakan dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah yakni: (1) menjalin hubungan dengan berbagai pihak, (2) memanfaatkan media untuk pencitraan dan kegiatan promosi, (3) meningkatkan kualitas guru, (4) meningkatkan prestasi sekolah (5) melakukan kegiatan bakti sosial, (6) bekerja sama dengan BKK.

Berdasarkan penelitian diatas dapat dikatakan bahwa perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih fokus pada strategi apa yang perlu direncanakan

humas kedepannya dalam meningkatkan citra positif di SMK Negeri 01 KUDUS. Bukan hanya meningkatkan saja namun juga cara menjaga dan mempertahankan citra positif yang sudah diperoleh agar tetap baik di mata publik. Selain itu lokasi penelitian yang dipilih yaitu di SMK Negeri 01 KUDUS, yakni sekolah yang cukup populer di Kota KUDUS yang mana belum pernah ada yang meneliti mengenai strategi humas yang ada di SMK Negeri 01 KUDUS.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Strategi Humas

2.1.1. Pengertian Strategi

Strategi atau taktik biasanya terdapat dalam sebuah perencanaan yang hendak dilaksanakan guna mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh lembaga/organisasi. Strategi menurut Rahutomo (2013:327) yaitu perencanaan (*planning*) dan manajemen yang menunjukkan bagaimana taktik operasional yang akan digunakan guna mencapai suatu tujuan tertentu. Adnanputra dalam Ruslan (2002:121) menjelaskan tentang strategi humas yakni alternatif optimal dalam kerangka suatu rencana *public relations* (*public relations plan*) yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan *public relations*. Sedangkan Cultip, Center & Broom dalam Rahutomo (2013:327) mengemukakan bahwa strategi adalah proses usaha jangka panjang dalam menentukan tujuan dan sasaran pelaksanaan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan adalah sebuah taktik yang terdapat pada proses perencanaan dan manajemen operasional perusahaan jangka panjang, guna mencapai sasaran serta tujuan yang ingin dicapai pada suatu lembaga/ perusahaan. Strategi juga merupakan salah satu

upaya alternatif yang digunakan dalam lembaga/organisasi untuk mengoptimalkan perencanaan yang ada.

2.1.2. Pengertian Humas

Humas merupakan salah satu bagian yang terdapat pada suatu lembaga atau organisasi yang memiliki tugas dan fungsi tertentu guna membantu lembaga dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Rahmat (2016:13) mendefinisikan bahwa humas merupakan segala bentuk hubungan atau kontrak yang melibatkan adanya komunikasi yang dilakukan oleh organisasi dengan publiknya baik secara internal maupun eksternal. Seidel dalam Ardianto (2011:9) mengemukakan bahwa humas adalah sebuah proses dari usaha yang dilakukan secara kontinu yang dilaksanakan oleh manajemen guna memperoleh *goodwill* (itikad baik) dan pengertian dari publiknya, secara internal mengadakan analisis dan secara eksternal memberikan pernyataan-pernyataan. Sedangkan menurut Kuswantoro (2017:123) humas merupakan salah satu bagian yang ada pada lembaga pemerintah maupun swasta yang memiliki kegiatan mencari dukungan dari publiknya guna memperlancar usahanya.

Pengertian humas menurut IPRA (*International Public Relation Association*) dalam Ruslan (2002:17) adalah: fungsi manajemen yang mendukung dan memelihara aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama yang melibatkan manajemen dalam; persoalan/permasalahan, menanggapi opini publik; memanfaatkan

perubahan secara efektif, penggunaan teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama”.

Sementara pengertian humas menurut Griswold (ibu *public relations*) dalam Ardianto (2011:9) yaitu: “*Public Relations is the management function which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual or an organization with the public interest and plans and executes a program of action to earn public understanding and acceptance*”. Yang artinya humas merupakan fungsi manajemen yang mengevaluasi publik, memperkenalkan berbagai kebijakan dan prosedur berdasarkan kepentingan publik, dan membuat perencanaan, serta melaksanakan suatu program kerja dalam upaya memperoleh pengertian dan pengakuan publik.

Seitel dalam Ardianto (2011:10) mengemukakan pendapatnya bahwa definisi humas adalah fungsi manajemen yang berperan dalam menciptakan dan memelihara arus komunikasi guna tercapainya pengertian, dukungan, dan kerja sama antara lembaga dengan publiknya. Humas juga ikut terlibat langsung dalam menangani suatu masalah atau isu-isu manajemen, serta membantu manajemen dalam menyampaikan informasi guna menciptakan opini publik dan juga memantau berbagai perubahan yang ada.

Perintis pendidik *Public Relations*, Harlow dalam Ardianto (2011:11) menyebutkan definisi PR sebagai berikut: (1) Berpenampilan menarik; (2) memiliki

performa yang baik dan memperoleh pengakuan; (3) bekerja dengan baik dan layak mendapatkan pujian; (4) Tindakan dan keputusan yang diambil dapat menunjang hubungan yang menguntungkan dengan masyarakat umum; (5) PR merupakan usaha lembaga untuk mendapatkan kerja sama dari sekelompok orang.

Berdasarkan pendapat ahli seperti diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian humas adalah fungsi manajemen yang berkaitan dengan pelaksanaan komunikasi, pelayanan, serta kerja sama lembaga/organisasi dengan publiknya dalam membangun dan memelihara hubungan yang harmonis, guna memperoleh pengertian serta pengakuan dari publik. Humas juga berperan dalam menangani krisis/masalah yang melibatkan lembaga/organisasi dengan memberikan berbagai solusi dan keputusan yang tepat sebagai upaya dalam menjaga nama baik dan citra lembaga.

2.1.3. Fungsi Humas

Adanya humas pada suatu lembaga atau organisasi tentunya memiliki beberapa fungsi, seperti yang diungkapkan oleh Rahmat (2016:18) yaitu:

- a) Menumbuhkembangkan hubungan baik antara lembaga dengan publiknya
- b) Menilai dan menentukan opini
- c) Memberi saran kepada pimpinan
- d) Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik
- e) Menggunakan komunikasi guna mempengaruhi pendapat umum
- f) Mencegah konflik dan salah pengertian
- g) Meningkatkan rasa saling hormat dan tanggung jawab sosial
- h) Melakukan penyalarsan kepentingan institusi terhadap kepentingan umum.

Berdasarkan pendapat diatas dapat dikatakan bahwa humas pada suatu lembaga/organisasi memiliki fungsi yang kompleks, yang mana humas harus dapat memahami dan menjaga kondisi dan situasi yang ada di luar lembaga guna memastikan hubungan yang terjalin antar lembaga dengan publiknya masih terjaga dengan baik, serta humas juga perlu mengontrol opini publik yang ada dan menciptakan partisipasi dan motivasi agar senantiasa percaya kepada lembaga.

Canfield dalam Nesia (2014:41) mengungkapkan bahwa terdapat 3 fungsi humas yakni: a) *It should serve the public's interest*, b) *Maintain good communication*, c) *And stress good morals and manners*. Artinya humas pada suatu lembaga/organisasi memiliki fungsi untuk mengabdikan diri kepada kepentingan publik dengan cara tetap menjaga komunikasi yang harmonis dan menjaga moral dan tingkah laku yang baik pada publiknya.

Sedangkan Kusumastuti (2004:22) menyebutkan ada dua fungsi humas dalam lembaga yakni: a) Fungsi Konstruktif (perantara jalan), b) Fungsi Korektif (pemadam kebakaran). Hal ini berarti bahwa humas memiliki fungsi konstruktif yang berguna sebagai “garda” terdepan dalam bertindak secara preventif (mencegah) dari adanya hal-hal yang tidak diinginkan dalam lembaga, sedangkan fungsi korektif berarti humas ikut melibatkan diri dalam mengatasi masalah yang terjadi pada lembaga.

Menurut Bernay dalam Ruslan (2002:20) humas memiliki tiga fungsi yaitu: a.)Memberikan penerangan terhadap masyarakat, b.)Melaksanakan persuasi, c.)Menyesuaikan diri dengan publiknya. Fungsi humas menurut Bernary berarti sebagai petunjuk atau memberikan arahan yang baik bagi masyarakat dengan cara mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu lembaga sesuai dengan masyarakat atau sebaliknya guna mengubah sikap serta perbuatan masyarakat secara langsung.

Fungsi *Public Relation* juga dijelaskan oleh Cutlip and Center dalam Nesia (2014:41) yaitu: a) menjamin dan menilai opini publik, b) memberikan penerangan pada opini publik, c) menggunakan komunikasi guna mempengaruhi opini publik. Fungsi humas menurut Cutlip and Center berarti bahwa humas harus dapat menilai dan mengontrol opini publik yang beredar tentang lembaga dengan cara menjaga komunikasi yang baik guna mempengaruhi opini publik yang ada, serta humas juga berfungsi memberikan pembenaran apabila terjadi miskomunikasi atau kesalahan pemahaman

Menurut Ruslan (2002:20) fungsi humas dalam lembaga/organisasi ada 6 yakni: (1) Menunjukkan kegiatan tertentu (*action*); (2) Kegiatan yang jelas (*activities*); (3) Adanya perbedaan khas dengan kegiatan lain (*different*); (4) Terdapat suatu kepentingan tertentu (*important*); (5) Adanya kepentingan bersama (*common interest*); (6) Terdapat komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two ways traffic communication*).

Dari pendapat para ahli diatas dapat dikatakan bahwa fungsi humas mencakup tentang pengabdian humas terhadap publiknya dengan memberikan informasi, pelayanan, kebijakan, yang layak terhadap publiknya. Ketika sebuah lembaga/organisasi menghadapi krisis/masalah maka humas berfungsi menangani krisis tersebut dan berusaha meyakinkan publiknya agar tetap memiliki citra yang baik. Humas juga dapat berfungsi sebagai penasihat ketika manajemen lembaga akan membuat suatu kebijakan.

2.1.4. Tujuan Humas

Menurut Kuswantoro (2017:124) humas memiliki tujuan utama yakni menciptakan, mempertahankan, dan melindungi reputasi lembaga, memperluas prestis serta menampilkan citra yang baik. Stainberg dalam Nesia (2014:34). mengemukakan bahwa tujuan adanya humas dalam lembaga/organisasi adalah membangun opini publik yang baik (*favorable*) mengenai kegiatan yang dilaksanakan oleh lembaga yang bersangkutan. Sedangkan Jefkins dalam Nesia (2014:34) menjelaskan bahwa tujuan humas adalah meningkatkan citra yang baik dan mengurangi atau menghapus citra yang buruk pada lembaga tersebut.

Rahmat (2016:15) menyebutkan mengenai tujuan humas dalam lembaga atau organisasi adalah: (1) Mengevaluasi sikap dan opini publik, (2) Mengkoordinasikan program-program komunikasi, (3) Mengembangkan hubungan melalui proses komunikasi dua arah, (4) Mengembangkan hubungan positif antar organisasi dan

publik. Tujuan dari adanya humas pada suatu lembaga menurut Rahmat adalah untuk mempererat hubungan antara lembaga dengan publiknya, dengan cara melaksanakan koordinasi mengenai program-program yang dijalankan lembaga kepada publiknya melalui komunikasi dua arah dan juga melakukan pemantauan mengenai opini publik guna mencapai hubungan yang positif antara lembaga dengan publiknya.

Sedangkan Kusumastuti (2004:20) menjelaskan bahwa tujuan adanya humas dalam lembaga/organisasi adalah untuk membentuk aspek kognisi, afeksi dan psikomotoris, yakni: a) Membentuk dan memelihara sikap saling pengertian (Aspek Kognisi), b) Membentuk serta menjaga sikap saling percaya (Aspek Afeksi), c) Menciptakan dan memelihara hubungan kerja sama (Aspek Psikomotoris). Hal ini berarti bahwa tujuan dari adanya humas adalah membuat lembaga agar lebih mengenal dengan publiknya secara lebih mendalam sehingga dapat terbentuk rasa saling percaya antara kedua belah pihak untuk mendukung terciptanya kerja sama yang nyata dan dapat dimanifestasikan dalam bentuk tindakan tertentu.

Selanjutnya menurut Anggoro (2000:71) tujuan humas dalam organisasi/lembaga adalah: 1) Menyebarluaskan informasi, 2) Mempublikasi cerita kesuksesan lembaga, 3) Membentuk identitas/citra lembaga yang baru dan tentunya lebih baik dari citra sebelumnya, 4) Memperbaiki dan menjaga hubungan antara lembaga dengan publiknya. Tujuan humas menurut Anggoro dapat diartikan bahwa humas memiliki tujuan untuk menyebarluaskan berbagai informasi mengenai aktivitas yang ada pada lembaga serta mempublikasikan cerita baik yang diterima oleh lembaga

guna memperoleh pengakuan publik dan membentuk citra baru yang lebih baik dari sebelumnya dengan tujuan untuk menjaga hubungan lembaga dengan publiknya tetap harmonis.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas mengenai tujuan humas dapat dikatakan bahwa humas dalam lembaga/organisasi memiliki tujuan, yakni untuk menjaga dan meningkatkan citra yang telah didapatkan oleh lembaga, sebagai benteng bagi lembaga untuk menjaga dari hal-hal yang tidak diinginkan, membentuk sikap yang saling pengertian baik untuk publik eksternal maupun internal, dan juga untuk menyebarluaskan informasi dan juga citra lembaga sebagai upaya dalam memperoleh pengakuan dari publik.

2.1.5 Tugas Humas

Menurut Rumanti (2002:39) humas memiliki lima tugas yang harus dikerjakan pada suatu lembaga atau organisasi, yaitu: (1) Bertanggung jawab atas penyampaian informasi kepada publiknya; (2) Bertanggung jawab atas opini publik; (3) Memperbaiki citra pada organisasi; (4) Bertanggung jawab secara sosial; (4) Melaksanakan kegiatan komunikasi timbal balik. Tugas humas menurut Rumanti dapat diartikan bahwa humas memiliki tanggung jawab pada proses penyampaian penyebaran berita terbaru berkaitan dengan lembaga dan juga bertanggung jawab dalam mengontrol berbagai opini publik yang menyangkut lembaga, selain itu humas juga memiliki tugas bertanggung jawab secara sosial mengenai citra yang telah didapatkan oleh lembaga.

Menurut Kusumastuti (2004:25) ada tiga tugas humas dalam organisasi/lembaga: a) melakukan analisis terhadap perilaku publik dan memberikan saran kepada manajemen lembaga untuk merumuskan kebijakan yang akan diambil oleh lembaga, b) menyatukan kepentingan lembaga dengan kepentingan publik, c) melakukan evaluasi terhadap program-program lembaga yang berkaitan dengan publik. Dalam hal ini berarti bahwa humas memiliki tugas dalam mengawasi dan melakukan analisis terhadap berbagai perilaku publik serta melakukan penyesuaian mengenai berbagai kepentingan publik dan juga kepentingan lembaga, yang dapat dijadikan sebagai masukan pada saat lembaga membuat kebijakan sehingga dapat mencapai tujuan bersama. Selain itu humas juga bertugas dalam melaksanakan evaluasi mengenai program lembaga yang berkaitan dengan publik apabila terjadi perubahan pada perilaku publik.

Tugas dan kewajiban yang harus dilakukan oleh humas pada lembaga menurut Rahmat (2016:21) sebagai berikut: 1) Menyampaikan informasi perusahaan kepada publiknya, 2) Melakukan studi dan analisis atas reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan perusahaan, 3) Membantu memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik. Tugas dan kewajiban humas menurut Rahmat dapat diartikan bahwa humas memiliki tugas dalam menyampaikan berbagai informasi yang berkaitan dengan lembaga kepada publiknya, humas juga bertugas dalam melakukan studi dan analisis mengenai tanggapan publik yang dapat digunakan sebagai acuan oleh lembaga dalam mengambil keputusan dan juga humas memiliki

tugas dalam memberikan pelayanan yang baik kepada publik guna mendapatkan citra yang baik.

Berdasarkan pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa tugas humas adalah bertanggung jawab secara sosial dalam penyelenggaraan informasi kepada publiknya, memantau segala perubahan serta pendapat yang diberikan oleh publik berkaitan dengan lembaga/organisasi, menyatukan berbagai kepentingan lembaga dengan kepentingan publiknya serta melakukan peningkatan kegiatan lembaga guna mencapai tujuan bersama. Humas juga memiliki tugas dalam mengevaluasi program-program yang berkaitan dengan masyarakat dan juga humas dapat memberikan nasehat atau masukan kepada atasan mengenai program yang berkaitan dengan humas.

2.1.6. Media Humas

Media humas menurut Khadijah (2012:2) adalah adalah alat komunikasi yang efektif yang digunakan oleh *public relations* kepada *stakeholder*. Media humas juga digunakan sebagai sarana dalam menyampaikan pesan dan informasi tertentu dari atasan kepada bawahan atau sebaliknya, dan juga sebagai sarana dalam komunikasi humas dengan publiknya untuk memperkuat hubungan antara keduanya. Media humas juga diperlukan oleh lembaga/organisasi dalam berkomunikasi dengan publik eksternal sebagai jembatan dalam membentuk opini publik sehingga dapat terciptanya citra positif.

Jefkins (1995:61) mengemukakan bahwa media-media humas yang pokok adalah: (1) Media pers (*press*); (2) Audio-visual; (3) Radio; (4) Pameran (*exhibition*); (5) Bahan-bahan cetakan (*printed material*); (6) Surat langsung (*direct mail*); (7) Pesan-pesan lisan (*spoken word*); (8) Pemberian sponsor (*sponsorship*); (9) Ciri khas (*house style*); (10) Bentuk-bentuk media humas lainnya. Sedangkan menurut Kuswanto (2017:132) media internal yang digunakan humas dalam kegiatan publikasi : a). Jurnal internal; b). Papan Pengumuman; c). Kaset Video; d). Stasiun Radio; e). Jaringan Telepon Internal; f). Kotak Saran; g.) Intensif Bicara; h). Dewan Pekerja; i). Siaran umum.

Media eksternal yang digunakan humas dalam kegiatan publikasi juga diungkapkan oleh Kuswanto (2017:133): (1) Jurnal Eksternal; (2) Media Audiovisual; (3) Literatur Edukatif; (4) Komunikasi Lisan; (5) Pameran; (6) Seminar; (7) Sponsor.

Berdasarkan pendapat ahli mengenai media humas dapat disimpulkan bahwa penggunaan media dalam kegiatan kehumasan memiliki peranan yang sangat penting, karena media merupakan alat atau sarana penghubung antara lembaga dengan publiknya untuk mendukung tercapainya hubungan yang harmonis. Media sebagai alat komunikasi secara langsung maupun tidak langsung memiliki jenis yang beragam, baik media cetak, elektronik, maupun visual,dll. Seiring dengan perkembangan zaman media akan terus berubah dan berkembang mengikuti perkembangan yang ada, sehingga humas harus terampil dalam mengikuti perkembangan dan perubahan zaman.

2.1.7. Peran Humas

Peran humas menurut Kusumastuti (2004:24) dibagi menjadi empat kategori yakni: (1) *Expert Preciber Communications* (orang ahli), (2) *Problem Solving Process Facilitator* (pemecah masalah), (3) *Communication Facilitator* (penghubung), (4) *Technician Communication* (pelaksana). Dalam hal ini berarti humas berperan sebagai orang yang ahli sehingga memiliki hak dalam memberikan nasihat kepada pimpinan lembaga, sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah dan ikut melibatkan diri untuk menyelesaikan masalah, sehingga humas biasanya dilibatkan dalam setiap krisis. Humas dianggap sebagai penghubung komunikasi antara lembaga dengan publiknya baik publik internal maupun eksternal, dan yang terakhir humas berperan sebagai pelaksana teknis komunikasi lembaga dengan publiknya.

Ruslan (2002:29) mengemukakan peranan humas dalam suatu lembaga /organisasi adalah: a) komunikator, b) menjalin hubungan, c) menunjang kegiatan lain, d) membentuk citra. Dapat diartikan bahwa peran humas pada lembaga/organisasi adalah sebagai Humas sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, humas juga bertindak sebagai mediator dan persuador. Humas juga berperan dalam menjalin hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara lembaga dengan publik internal maupun eksternal, selain itu humas juga melaksanakan dukungan atau menunjang kegiatan lain untuk mencapai tujuan bersama serta berperan dalam menciptakan dan membentuk citra yang baik untuk lembaga yang diwakilinya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa peran humas dalam lembaga/organisasi adalah:

- a) Humas berperan sebagai penghubung antara lembaga/instansi dengan publiknya.
- b) Humas sebagai fasilitator ketika ada krisis/masalah yang menyangkut dengan lembaga dan berusaha untuk menanganinya.
- c) Humas berperan dalam membentuk opini publik guna mendapatkan dan menjaga citra yang baik bagi lembaga.
- d) Humas berperan dalam menyediakan berbagai pelayanan, informasi yang dibutuhkan publik dan berperan dalam menjaga komunikasi dengan publiknya agar terhindar dari adanya kesalahpahaman.

2.1.8. Komunikasi Humas

Komunikasi humas menurut Nesia (2014:62) adalah komunikasi organisasi yang terjadi pada kegiatan kehumasan yang meliputi dua ruang lingkup kegiatannya, yakni: komunikasi secara internal yang berkaitan dengan orang-orang atau pihak yang berada di dalam lembaga dan komunikasi eksternal yang berkaitan dengan pihak atau orang-orang yang berada di luar lembaga yang memiliki hubungan dengan lembaga.

Rumanti (2002:86) mengemukakan bahwa peran komunikasi humas dalam lembaga/organisasi sebagai berikut: a) Komunikasi merupakan titik sentral pada kegiatan *public relations*, b) Komunikasi melibatkan sikap, tingkah laku, kepribadian yang terjadi pada orang-orang yang berkomunikasi, c) *Public relations* melaksanakan komunikasi dua arah (persuasif), d) Komunikasi timbal balik yang terjadi pada *public relations* mengartikan proses integrasi antar manusia yang bersifat manusiawi. Berdasarkan pernyataan pendapat Rumanti dapat diartikan bahwa komunikasi

merupakan bagian paling penting pada pelaksanaan kegiatan kehumasan, oleh karenanya komunikasi harus dilakukan secara timbal balik atau dua arah guna memperoleh pemahaman yang sama dan juga dalam pelaksanaan komunikasi melibatkan sikap, tingkah, laku, dan kepribadian yang baik guna mendapatkan hubungan yang harmonis.

Nesia (2014:63) mengemukakan bahwa pola transformasi informasi komunikasi organisasi dalam aktivitas humas dapat berbentuk: (1) Vertikal dari atas ke bawah (turun); (2) Vertikal dari bawah ke atas (naik); (3) Horizontal (komunikasi ke samping); (4) Diagonal (komunikasi silang). Komunikasi dari atas ke bawah biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawah ke atas biasanya dilakukan oleh bawahan kepada atasan, dan komunikasi horisontal biasanya dilakukan oleh orang yang memiliki pangkat yang setara dan dilakukan di bidang yang sama, sedangkan komunikasi diagonal biasanya dilakukan oleh orang yang memiliki pangkat yang sama tetapi dilakukan pada bidang yang berbeda.

Rumanti (2000:96) menyebutkan beberapa hambatan yang dapat terjadi dalam komunikasi yakni: 1) egois, 2) penuh rahasia dan disampaikan dalam waktu yang kurang tepat, 3) Bersifat diktator, 4) , penjelasan sifatnya hanya umum, 5) Lamban dan tidak efisien, 6) Tidak konsekuen. Dalam pelaksanaan komunikasi tentunya tidak terlepas dari adanya gangguan yang dapat menghambat proses komunikasi, hambatan tersebut dapat berupa rasa egois atau berpikir dalam lingkup dirinya sendiri, pelaksanaan komunikasi yang dilakukan pada waktu yang tidak tepat, kurang

menggunakan perasaan sebagai pimpinan, sebagai teman, informasi yang disampaikan belum jelas intinya dan masih bersifat umum, dll.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa peran komunikasi dalam kegiatan kehumasan sangatlah penting. Melalui komunikasi, humas lembaga dapat menyampaikan segala kepentingannya dan juga adanya timbal balik dari publik kepada humas lembaga dapat memperkuat hubungan antara keduanya. Humas dalam melakukan komunikasi tentunya menerapkan berbagai pola komunikasi menyesuaikan dengan sasarannya. Kegiatan komunikasi tentunya tidak terlepas dari adanya hambatan dalam komunikasi sehingga humas harus bisa mengantisipasi dan menangani hambatan dalam komunikasi.

2.1.9. Strategi Humas

Nova (2011:52) mengemukakan bahwa strategi humas yang digunakan dalam lembaga/organisasi adalah: (1) *Publications* (melakukan publikasi), (2) *Event* (membuat acara), (3) *News* (menciptakan berita), (4) *Community involvement* (kepedulian terhadap komunitas), (5) *Inform or image* (menciptakan citra), (6) *Lobbying and Negotiations* (melobi dan negosiasi), (7) *Sosial Responsibility* (tanggung jawab sosial). Humas dalam melaksanakan tugasnya tentunya tidak lepas dari adanya strategi yang digunakan yakni dengan cara melaksanakan kegiatan publikasi mengenai kegiatan lembaga yang layak untuk diberitahukan kepada publik, membuat sebuah acara yang bertujuan untuk mendekatkan lembaga dengan publiknya, merancang dan

menciptakan berita yang berhubungan dengan lembaga melalui berbagai media seperti *press release, bulletin, news letter*, dll. Selain itu melakukan kepedulian terhadap komunitas merupakan tugas sehari-hari humas dalam melibatkan diri dengan berbagai kelompok sosial, setiap kegiatan yang dilakukan oleh humas memiliki tujuan untuk mendapatkan citra yang positif di mata publiknya, melobi dan negosiasi merupakan salah satu keterampilan yang harus dimiliki oleh pihak humas pada saat melakukan kegiatan dengan berbagai pihak, aktivitas yang dilakukan humas tentunya harus menunjukkan adanya tanggung jawab sosial.

Sedangkan Ruslan (2002:131) menyebutkan bahwa aspek-aspek yang harus dilakukan pada strategi humas adalah: a) Strategi operasional, b) Pendekatan persuasif dan edukatif, c) Pendekatan tanggung jawab sosial humas, d) Pendekatan kerja sama, e) Pendekatan koordinatif dan integratif, f) Berperan secara luas. Humas melaksanakan strategi dengan cara melakukan pendekatan kemasyarakatan (*sociologi approach*), melalui berbagai mekanisme sosial dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat, selain itu humas juga menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan tujuan untuk menciptakan saling pengertian, pemahaman, toleransi dan juga saling menghargai serta Menumbuhkan sikap bahwa tujuan serta sasaran yang hendak dicapai bukan hanya demi keuntungan sepihak, akan tetapi demi keuntungan bersama (*benevitas*). Humas juga berupaya dalam membina hubungan yang harmonis antara lembaga dengan publiknya, baik secara internal maupun eksternal dengan cara ikut berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional serta mewujudkan

ketahanan Nasional dalam berbagai bidang, seperti: ekonomi, politik, sosial budaya dll.

Komponen pembentuk strategi menurut Ruslan (2003:117) dibagi menjadi dua yakni: a) secara makro, b) secara mikro. Komponen secara makro terdiri dari kebijakan umum (*public policy*), budaya (*culture*), sistem perekonomian dan teknologi yang dikuasai oleh organisasi bersangkutan. Sedangkan komponen secara mikro terdiri dari misi perusahaan, sumber daya yang dimiliki perusahaan, sistem pengorganisasian, dan rencana jangka pendek atau jangka panjang, serta tujuan dan sasaran yang hendak dicapai.

Dari pendapat penjelasan diatas disimpulkan bahwa strategi yang digunakan humas adalah dengan melakukan berbagai pendekatan terhadap publiknya dalam upaya membina hubungan yang baik dan menumbuhkan rasa percaya publik kepada lembaga. Strategi humas juga meliputi publikasi, penyebaran berita baik kepada khalayak, mengadakan *event* dan juga melakukan berbagai kepedulian terhadap masyarakat untuk mempertahankan citra lembaga. Pada proses pembentukan strategi tentunya perlu diperhatikan juga berbagai komponen dalam membentuk strategi humas sehingga strategi yang dibentuk dapat mencapai sasarannya.

2.1.10. Humas Sekolah

Lembaga pendidikan di era globalisasi saat ini dituntut untuk mampu memberikan berbagai terobosan dalam berbagai bidang, salah satunya adalah dalam

bidang pelayanan kepada masyarakat. Humas merupakan alat bagi sekolah dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pendidikan di masyarakat. Rahmat (2016:79) mengemukakan bahwa pentingnya membangun dan menjaga hubungan yang harmonis antara sekolah dengan publiknya merupakan sarana yang berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik di sekolah, selain itu juga dapat berpengaruh pada tercapainya tujuan sekolah.

Rahmat (2016:80) mengemukakan secara konkret tujuan diselenggarakan hubungan sekolah dengan masyarakat adalah: a) Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat, b) Mendapatkan dukungan untuk pengembangan sekolah, c) Memberikan informasi kepada masyarakat d) Memperluas program sekolah, e) Mempererat kerja sama keluarga dan sekolah. Berdasarkan pendapat Rahmat dapat dikatakan bahwa membangun hubungan yang baik antara sekolah dengan masyarakat memiliki beberapa tujuan yakni untuk mempermudah kerja sama antara sekolah dengan keluarga dalam hal mendidik anak, mendapatkan dukungan dari masyarakat dalam pengembangan sekolah, dan untuk memperkenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat sehingga sekolah memperoleh dukungan dalam memperluas program sekolah.

Rahmat (2016:30) menyebutkan ruang lingkup bidang kerja humas pada lembaga pendidikan yakni melakukan berbagai kerja sama dengan pihak internal maupun eksternal sekolah seperti melaksanakan a) Koordinasi dengan kepala sekolah dan unsur pimpinan lain, b) Kerja sama dengan (BK, warga sekolah, tokoh masyarakat,

aparatus pemerintahan kelurahan, perguruan tinggi, kantin sekolah, pengurus OSIS), c) Menjalin silaturahmi antar alumni, d) Mengembangkan persaudaraan dengan lingkungan yang harmonis.

Humas pada lembaga pendidikan juga memiliki beberapa kegiatan seperti yang diungkapkan oleh Rahmat (2016:31) yakni:

- a) Koordinasi secara kontinue dengan pimpinan dan tata usaha.
- b) Menerima tamu umum yang berkaitan dengan tugas kehumasan.
- c) Penyampaian informasi
- d) Mempersiapkan agenda rapat, dan menyampaikan guru yang tidak hadir pada saat belajar kepada guru piket.
- e) Mempersiapkan pertemuan-pertemuan dengan pengurus komite.
- f) Melakukan *home visit* bersama BP/BK, wali kelas, jika ada siswa yang sakit, atau siswa yang jarang masuk sekolah.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa keberadaan humas pada lembaga pendidikan terutama sekolah memang diperlukan. Hal ini dikarenakan sekolah di masa yang akan datang tentunya akan mengalami perubahan mengikuti perkembangan zaman yang ada. Adanya humas pada sekolah tentunya untuk mempererat hubungan antara sekolah dengan publiknya sehingga dapat tercipta hubungan yang harmonis. Humas sebagai perwakilan dari pihak sekolah tentunya harus memberikan berbagai pelayanan, informasi, dan kebijakan yang dapat membuat publik memberikan kepercayaan terhadap sekolah agar memperoleh citra yang baik di mata publik.

2.2. Citra

2.2.1 Pengertian Citra

Pada era globalisasi sekarang ini banyak sekali organisasi atau perusahaan yang memahami pentingnya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi organisasi, tidak hanya dengan melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif. Dengan kata lain, citra perusahaan adalah *fragile commodity* (komoditas yang rapuh /mudah pecah). Namun, kebanyakan organisasi juga meyakini bahwa citra yang positif adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang.

Canton dalam Soemirat (2003:111) mengatakan bahwa citra adalah “*image: the impression, the feeling, the conception, wich the public has a company; a concioussly created impression of an object, person or organizaton*”, yang artinya bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran, diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Jadi menurut Canton, citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi.

Ruslan (2002:74) mendefinisikan bahwa citra merupakan sebuah tujuan, prestasi, dan reputasi yang harus dicapai pada dunia kehumasan. Oleh karenanya citra sebuah lembaga sangat penting dan harus dijaga agar tetap baik di mata publik baik secara internal maupun eksternal. Dalam pengelolaannya citra harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis dengan khalayak atau publik, mengingat citra merupakan cerminan identitas lembaga tersebut. Sedangkan Soemirat (2003:113)

mengemukakan bahwa citra merupakan pandangan yang diberikan oleh pihak lain pada suatu lembaga dan segala yang bersangkutan dengan lembaga tersebut.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa citra merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh lembaga/organisasi. Citra sendiri merupakan pandangan atau penilaian publik mengenai sebuah lembaga dan segala yang berkaitan dengan lembaga secara nyata dan apa adanya. Salah satu aset lembaga/organisasi adalah memiliki citra yang positif yang tentunya harus dijaga oleh lembaga agar citra tersebut tidak rusak.

2.2.2. Komponen Pembentuk Citra

Soemirat (2003:115) mengungkapkan ada beberapa komponen yang harus dilakukan dalam membentuk citra, yakni: 1) Persepsi, 2) Kognisi, 3) Motivasi, 4) Sikap. Citra dapat dibentuk dengan adanya beberapa komponen yakni adanya persepsi merupakan hasil dari pengamatan terhadap unsur-unsur pada lingkungan, kognisi merupakan suatu keyakinan yang timbul dari diri individu yang disebabkan karena adanya persepsi, dan motivasi merupakan dorongan yang timbul dari akibat adanya keyakinan, serta sikap adalah suatu tindakan yang tercipta dari adanya persepsi, kognisi dan motivasi.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pembentukan citra harus dilakukan dengan adanya beberapa komponen yang mendukung pembentukan citra. Salah satu komponennya adalah persepsi, dalam pembentukan citra persepsi merupakan pengamatan awal yang dilakukan pada lingkungan untuk lebih mengenal dan memahami lingkungan yang ada, kognisi merupakan keyakinan yang timbul

karena adanya persepsi, motivasi merupakan dorongan yang ditimbulkan dari adanya keyakinan, dan sikap merupakan tanggapan dari dilakukan berdasarkan motivasi.

2.2.3. Jenis-Jenis Citra

Soemirat (2003:117) mengemukakan ada beberapa jenis citra (*image*) yang dikenal di dunia hubungan masyarakat (*public relations*), yaitu dapat dibedakan sebagai berikut: 1) *The mirror image* (citra cermin), 2) *The current image* (citra masa kini), 3) *The wish image* (citra keinginan), 4) *The multiple image* (citra berlapis). citra cermin artinya bagaimana dugaan manajemen lembaga terhadap kesan, tanggapan citra yang diberikan oleh publik eksternal dalam melihat dan menilai lembaga tersebut. Citra masa kini terbentuk karena kemungkinan adanya informasi atau pengalaman yang kurang baik yang diterima oleh publik eksternal. Citra keinginan terbentuk karena lembaga menginginkan suatu pencapaian tertentu, yang dapat ditampilkan kepada publik untuk mendapatkan pengakuan. Dan citra berlapis dibentuk dari sejumlah individu yang membentuk citra yang berbeda-beda atau beragam.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa citra memiliki jenis yang berbeda-beda. Citra terbagi menjadi 4 jenis yang memiliki penafsiran yang berbeda. Seperti citra *image* yakni lebih kepada dugaan eksternal dalam memandang lembaga tersebut, citra masa kini yang merupakan kurangnya pemahaman publik terhadap lembaga sehingga menimbulkan perbedaan, citra keinginan yang lebih terfokus pada apa yang

ingin dicapai lembaga dan yang terakhir adalah citra berlapis yang artinya tiap elemen yang ada pada lembaga membentuk citra yang berbeda-beda.

2.2.4. Tujuan Citra

Nesia (2014:38) menyebutkan tujuan dari adanya citra dalam lembaga yakni: 1) pemahaman publik, 2) kepercayaan publik, 3) dukungan publik, 4) menciptakan hubungan dengan publik.

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa citra memiliki tujuan yang beragam, yakni: Citra diharapkan mampu menciptakan pemahaman publik mengenai segala aktivitas lembaga, citra bertujuan untuk membentuk kepercayaan publik terhadap lembaga, citra bertujuan untuk memberikan dukungan dari publik kepada lembaga atau sebaliknya, dan juga citra bertujuan untuk membentuk dan menjaga hubungan yang harmonis dengan lembaga.

2.3. Kerangka Teoritis

Penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi dan pembandingan dalam menyusun skripsi. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pembaca dapat mengetahui perbedaan dan persamaan antar skripsi. Adapun penelitian terdahulu dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 2.3.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Pengarang	Judul Penelitian	Hasil	Perbedaan

1.	Indhira Hari Kurnia (2013)	Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi kasus di SMK Negeri 1 Surakarta)	Pada penelitian ini mengungkapkan bahwa peranan strategis humas dalam meningkatkan reputasi sekolah di SMK Negeri 01 Surakarta memiliki berbagai kendala yakni: adanya keterbatasan dalam hal sarana dan prasarana sebagai penunjang kegiatan sekolah, efektifitas kinerja humas yang belum optimal dan berdampak langsung terhadap sekolah, pengelolaan <i>website</i> resmi sekolah yang belum optimal, serta hambatan lainnya yang berasal dari luar sekolah. Dalam hal ini tentunya disikapi sekolah dengan melakukan berbagai solusi yakni dengan meningkatkan sarana dan prasarana sekolah, memprioritaskan dengan bijak	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari fokus variabel penelitian yang terdapat pada strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah di SMK Negeri 01 Surakarta memiliki beberapa tujuan yakni untuk mengetahui strategi yang digunakan humas dalam meningkatkan reputasi sekolah, untuk mengetahui <i>stakeholders</i> terhadap strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah, untuk mengetahui hambatan serta solusi yang digunakan oleh humas dalam menjaga dan meningkatkan reputasi di SMK Negeri 01 Surakarta. Strategi yang digunakan oleh humas dalam meningkatkan reputasi sekolah yakni dengan: menyelenggarakan ceramah ilmiah untuk seluruh
----	----------------------------	--	--	---

			mengenai sarana dan prasarana yang dibutuhkan, melakukan perawatan dalam hal sarana dan prasarana, dan melakukan pengelolaan terhadap <i>website</i> resmi sekolah.	elemen yang ada di sekolah, meningkatkan SDM yang ada, meningkatkan prestasi siswa, mengadakan studi banding ke sekolah yang lebih maju sebagai langkah dalam memperbaiki peningkatan reputasi sekolah.
2.	Adi Nugroho Rahutomo (2013)	Strategi Humas dalam Mempublikasikan Informasi pelayanan Publik pada PT. PLN (PERSERO) Rayon di Samarinda Iilir.	Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh PT. PLN (persero) dalam hal publikasi yakni melalui media publikasi seperti majalah internal, brosur, leaflet, papan pengumuman, poster, <i>website</i> , <i>facebook</i> , dan alat sosial media lainnya. Sedangkan strategi awal yang digunakan oleh humas PLN adalah melakukan perencanaan dengan memilih	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari fokus variabel penelitian yang terdapat pada strategi humas dalam mempublikasikan informasi pelayanan publik pada PT. PLN (persero) Rayon di Samarinda Iilir, yakni lebih terfokus pada bagaimana strategi publikasi yang digunakan oleh humas dalam menyebarkan berbagai informasi dan pelayanan melalui berbagai media komunikasi dan media massa

			daerah-daerah yang strategis untuk melakukan kampanye dan memberikan pelayanan serta informasi mengenai PLN kepada masyarakat dengan berbagai bentuk pendekatan komunikasi. Hal ini tentunya memiliki tujuan untuk membentuk citra yang positif di mata khalayak.	dengan tujuan yakni: untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis strategi humas dalam mempublikasikan informasi pelayanan publik pada PT. PLN (persero) rayon di Samarinda ilir, selanjutnya untuk mengetahui dan menganalisa hambatan komunikasi yang terjadi dalam mempublikasikan informasi pelayanan publik pada PT. PLN (persero) Rayon di Samarinda Ilir.
3.	Emha Surya Histining (2014)	Membangun Citra SMK Melalui Peran dan Strategi Humas (Studi SMK Negeri 01 Sooko Mojokerto)	Pada penelitian ini mengungkapkan bahwa membangun citra SMK melalui peran dan strategi humas di SMK Negeri 01 Sooko adalah dengan melakukan berbagai	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari fokus variabel penelitian yang terdapat pada strategi dan peran humas dalam membangun citra SMK negeri 01 Sooko Mojokerto yakni dengan: melakukan

			<p>pendekatan kepada masyarakat dengan melakukan bakti sosial ke panti asuhan, bersih bersih tempat ibadah dan melakukan pengabdian masyarakat berupa memberikan pelatihan keterampilan menjahit dan membordir. Selain itu strategi komunikasi melalui berbagai media juga digunakan oleh humas baik kepada publik internal maupun eksternal untuk memperkenalkan dan memperluas informasi mengenai SMK Negeri 01 Sooko Mojokerto.</p>	<p><i>communicator</i> sebagai juru bicara atau sebagai penghubung dalam menyampaikan informasi kepada publik internal maupun publik eksternal, humas sebagai <i>relationship</i> yakni sebagai penghubung antara SMK dengan publiknya, selain itu humas SMK juga berperan untuk membangun hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak yang berhubungan dengan SMK, dan yang paling utama humas berperan sebagai <i>back up management</i> dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh SMK sehingga kegiatan tersebut dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana.</p>
--	--	--	--	--

4.	Ira Nur Harini (2014)	Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi kasus di SMP Al hikmah Surabaya)	Pada penelitian ini mengungkapkan bahwa Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya peningkatan Pencitraan sekolah di SMP Al Hikmah memiliki beberapa hal yang perlu dievaluasi untuk kedepannya yakni dalam hal mengatasi komplain pada pemberian pelayanan kepada publiknya, evaluasi juga diberikan oleh pihak eksternal kepada sekolah pada periode tertentu, dan juga setiap tamu diminta untuk memberikan <i>feedback</i> untuk masukan kinerja humas. Selain itu humas juga	Pada penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi yang digunakan oleh humas di SMP Al Hikmah Surabaya antara lain dengan: melibatkan semua pengelola sekolah sekolah, melaksanakan rapat tahunan sekolah guna membahas lebih rinci mengenai program kehumasan, bekerja sama dengan orang tua wali dan pihak-pihak terkait. Sedangkan pelaksanaan yang dilakukan oleh humas di SMP Al Hikmah Surabaya adalah dengan melaksanakan program sesuai dengan perencanaan, dan menginformasikan segala kegiatan yang ada di sekolah agar dapat
----	-----------------------	--	--	---

			berusaha untuk meningkatkan hubungannya dengan masyarakat yakni dengan: memberikan peningkatan informasi kepada masyarakat, dengan cara memperbarui sara dan prasarana yang digunakan dalam menyampaikan informasi di SMP Al Hikmah Surabaya.	diketahui oleh publik.
5.	Moses Otieno (2015)	<i>Effects of Strategic Public Relations on Organization Performance: A Case Study of Kenya Red Cross Society.</i>	Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi <i>public relations</i> dipandang sebagai hasil dari proses pemikiran strategis oleh manajemen senior terutama untuk meningkatkan manajemen strategis agar citra perusahaan yang lebih baik dikomunikasikan kepada publik. Strategi <i>Public Relations</i>	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari fokus variabel penelitian yakni strategi <i>Public Relations</i> yang diartikulasikan dengan baik akan selalu memberikan strategi kerja yang baik yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan kepada publik. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh strategi <i>public</i>

			<p>menyediakan sarana komunikasi yang luas kepada manajemen tingkat atas kepada publik agar dapat berhubungan dengan kliennya. Penelitian ini dilakukan melalui studi kasus Palang Merah Kenya.</p>	<p><i>relations</i> dalam kinerja organisasi. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada karyawan Palang Merah Kenya. Sastra ditinjau dari berbagai sumber tentang efek strategi PR dalam kinerja organisasi. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan populasi. Temuan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dari <i>public relations strategis</i> pada kinerja organisasi.</p>
6.	Nurma Hermawati (2016)	Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK PL Tarcisius Semarang)	Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah memiliki kendala pada berbagai faktor, diantaranya adalah faktor	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat pada fokus variabel penelitian yang terletak pada strategi humas dalam meningkatkan reputasi dengan tujuan penelitian untuk mengetahui kedudukan humas

			<p>internal dan faktor eksternal. Adapun kendala yang ada berdasarkan faktor dari dalam yakni kurangnya guru yang ikut dalam pelatihan pada program-program yang sudah direncanakan untuk membantu meningkatkan reputasi sekolah, siswa yang sedang melaksanakan tugas magang berulah di tempat kerja. Faktor dari luar itu sendiri adalah adanya persaingan dengan sekolah/instansi lain. Humas sekolah beserta pihak sekolah lain selalu berusaha agar sekolah mampu mempertahankan serta meningkatkan reputasi sekolah.</p>	<p>di sekolah, strategi apa yang digunakan humas dalam meningkatkan reputasi sekolah, dan kendala apa yang dihadapi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah. Strategi yang sekarang digunakan oleh humas SMK PL Tarcisius Semarang antara lain adalah dengan melakukan promosi sekolah ke SMP-SMP, melaksanakan kegiatan bakti sosial di lingkungan sekolah, mengikuti kegiatan keagamaan di sekolah, mengkomunikasikan serta mempublikasikan keunggulan SMK PL Tarcisius Semarang kepada masyarakat dan juga menjalin kerja sama dengan orang tua siswa dan juga DU/DI terkait.</p>
--	--	--	--	--

7.	Nilam Sari Augustine (2017)	Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi kasus di SMK Antonius Semarang)	Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam meningkatkan reputasi di SMK Antonius Semarang yakni mempromosikan sekolah ke berbagai SMP di kota Semarang, melakukan kegiatan bakti sosial dan menjalin relasi yang baik dengan DU/DI. Kendala yang sering dihadapi oleh humas berasal dari luar sekolah dan juga dalam sekolah. Kendala dari dalam sekolah adalah masalah pendanaan dari siswa sedangkan kendala dari luar sekolah adalah adanya persaingan yang ketat dengan sekolah lain. Upaya yang dilakukan oleh humas sekolah adalah dengan mengarahkan siswa agar berperilaku baik di	Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari fokus variabel penelitian yang terdapat pada strategi humas dalam meningkatkan dan mempertahankan reputasi dengan tujuan penelitian yakni: untuk mengetahui strategi humas dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang, kendala yang dihadapi dalam menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang, dan upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut untuk menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang.
----	-----------------------------	---	---	---

			<p>luar sekolah, melakukan koordinasi dengan yayasan untuk meminta bantuan, meningkatkan kualitas input dan output sekolah.</p>	
8.	Rizal Maulana (2019)	<p>Strategi Humas dalam Menjalin <i>Good Relationship</i> dengan DU/DI di SMK Teuku Umar Semarang.</p>	<p>Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam menjalin <i>good relationship</i> dengan DU/DI adalah melakukan manajemen prosedur menjalin kerja sama dengan perusahaan industri dalam prakerin, dan melakukan mekanisme penyaluran lulusan di dunia kerja yang ditangani oleh BKK sekolah, melakukan peningkatan mutu kompetensi dengan ikut jejaring LSP, melakukan peningkatan pelayanan sekolah kepada DU/DI. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari fokus variabel penelitian yang terdapat pada strategi humas dalam menjalin <i>good relationship</i> dengan DU/DI, dengan tujuan yakni: untuk mengetahui strategi humas dalam upaya menjalin <i>good relationship</i> dengan DU/DI, untuk mengetahui kendala yang terjadi dalam menjalin <i>good relationship</i>, dan untuk mengetahui upaya yang dilakukan humas dalam mengatasi kendala menjalin <i>good relationship</i> dengan DU/DI SMK Teuku Umar Semarang.</p>

			<p>strategi yakni: kendala dari dalam berupa kurangnya sarana dan prasarana yang masih kurang lengkap untuk kepentingan pengembangan mata pelajaran, sedangkan kendala dari luar yang harus dihadapi humas adalah masalah sistem kerja sama dengan DU/DI. Upaya yang dilakukan humas adalah membentuk personil tambahan untuk mengurus tugas lapangan agar kerja sama dengan DU/DI dapat berjalan dengan lancar, membenarkan sarana dan prasarana sekolah khususnya untuk menunjang pembelajaran kondusif.</p>	
9.	Ismi Noerul Izzah (2019)	Peran Strategis Humas dalam Mempertahankan <i>Image</i> dan Reputasi SD Plus Nurul Hikmah Pamekasan.	Pada penelitian ini mengungkapkan bahwa peranan strategis humas dalam mempertahankan <i>image</i> dan reputasi	Pada penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi yang digunakan oleh humas di SD Plus Nurul Hikmah Pamekasan antara

			<p>SD Plus Nurul Hikmah memiliki berbagai kendala yakni : kurangnya sumber daya manusia atau tenaga kerja khusus di bidang humas, kurangnya jam kerja khusus kegiatan humas, keadaan sarpras yang belum mencukupi. Humas sekolah tentunya juga melakukan berbagai upaya untuk mengatasi hal tersebut yakni dengan: mengerahkan seluruh elemen yang ada di sekolah untuk berpartisipasi dalam kegiatan kehumasan, melakukan perombakan jadwal yang sesuai dengan keperluan, memanfaatkan sarana dan prasarana untuk aktivitas humas.</p>	<p>lain dengan : menumbuhkan hubungan yang harmonis kepada publik internal dan eksternal sekolah, yakni dengan memberikan berbagai pelayanan, mengadakan pameran seni, melakukan kunjungan ke rumah siswa dan guru, selain itu humas juga menjadi fasilitator dan teknisi komunikasi yang menyangkut lembaga. Humas juga berperan sebagai penasihat ahli yakni mengelola opini negatif yang bisa merusak reputasi SD, mempertahankan citra dan reputasi SD, dan membina kerja sama yang baik dengan berbagai pihak dan instansi yang berkaitan dengan SD Plus Nurul Hikmah.</p>
--	--	--	---	---

2.4. Kerangka Berpikir

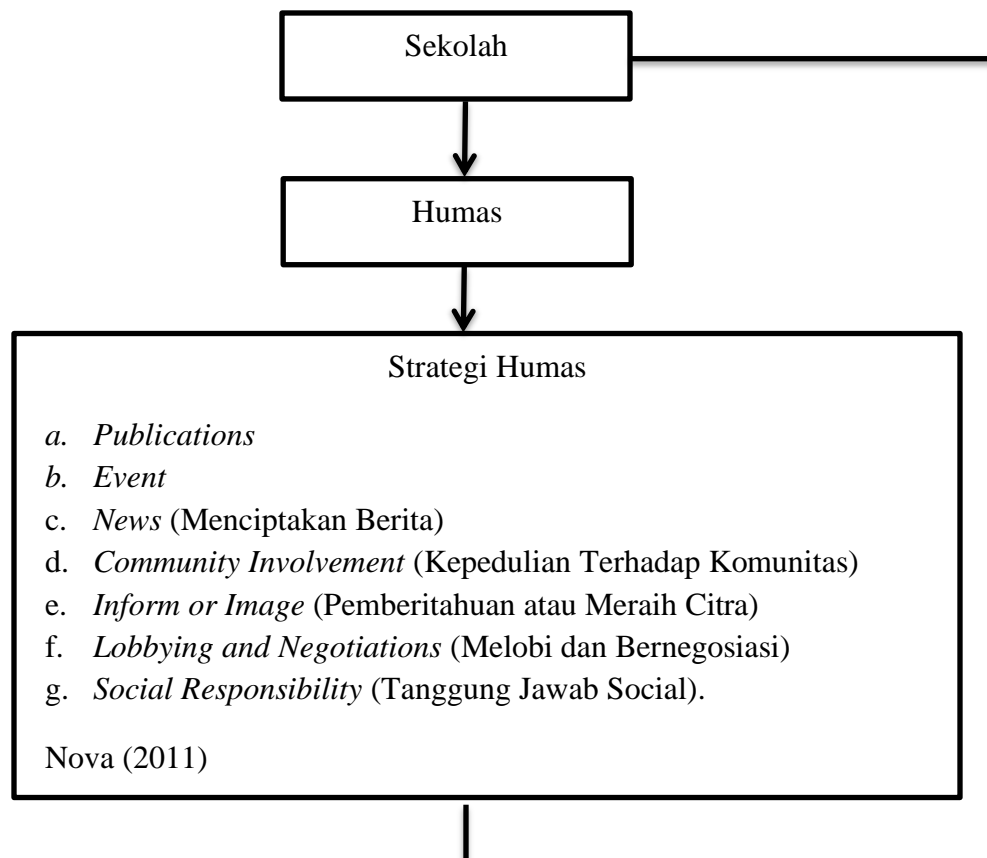
Pada penelitian ini kerangka berpikir menjadi bagian dalam dalam alur pemikiran yang digunakan pada penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada suatu lembaga pendidikan/sekolah tingkat kejuruan yang memiliki tujuan untuk mencetak lulusan yang siap kerja di dunia nyata. Pada perkembangan zaman seperti sekarang, setiap sekolah dituntut untuk siap dalam menghadapi berbagai persaingan yang ketat di dunia kerja, oleh karenanya sekolah perlu mempersiapkan lulusan yang siap bersaing dalam dunia kerja melalui pembelajaran yang efektif.

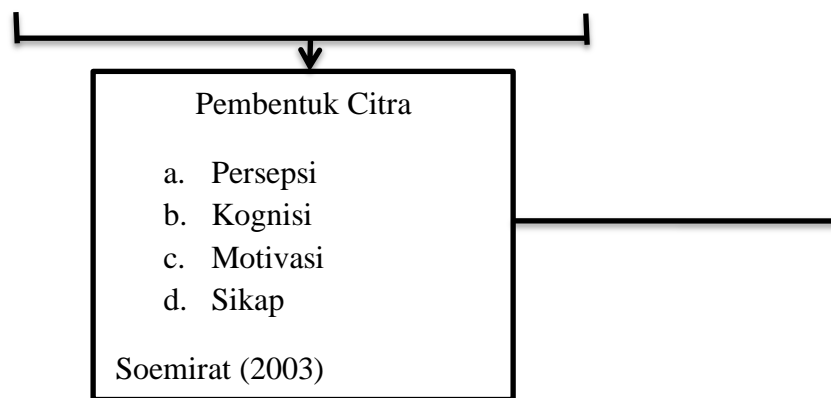
SMK Negeri 01 KUDUS membutuhkan berbagai strategi yang akan dilakukan di masa kini dan di masa yang akan datang sebagai upaya dalam menjaga dan meningkatkan citra positif sekolah. Untuk mendapatkan citra positif tentunya sekolah perlu mendapatkan kepercayaan dan menarik perhatian publiknya. Seluruh elemen yang ada di sekolah tentunya memiliki kewajiban untuk menarik dan mendapatkan kepercayaan masyarakat, terutama pihak humas yang memiliki tugas dalam menciptakan hubungan yang harmonis baik dengan publik internal (guru, karyawan, siswa, dll) serta publik eksternal (orang tua siswa, masyarakat, DU/DI, serta instansi/pihak yang terkait dengan sekolah).

Kepercayaan publik merupakan salah satu elemen yang harus dimiliki oleh pihak sekolah untuk menjaga dan meningkatkan citra yang positif. Menjaga citra yang positif tentunya merupakan kewajiban bagi seluruh elemen yang ada dalam sekolah, akan tetapi bagi humas menjaga citra positif yang ada di sekolah merupakan tugas utamanya. Humas memiliki berbagai cara dalam menjaga citra positif bagi sekolah yakni dengan menyebarkan informasi kepada publiknya sesuai dengan fakta,

memberikan berbagai pelayanan yang baik dan memuaskan, menjalin berbagai komunikasi yang harmonis dengan publiknya, meningkatkan berbagai fasilitas dan sarana sekolah, dan yang lainnya. Jika suatu lembaga sedang mengalami krisis atau masalah maka humas sebagai tameng bagi lembaga untuk menghadapi berbagai masalah yang menyangkut dengan lembaga dan tetap berusaha untuk mempertahankan citra yang telah didapatkan di mata publiknya.

Berdasarkan penjelasan di atas, kerangka berpikir pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:





Gambar 2.4. Kerangka Berpikir

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan selama proses penelitian ini, maka memperoleh kesimpulan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Strategi yang dilakukan oleh humas yang ada di SMK Negeri 01 KUDUS dalam menjaga dan meningkatkan citra positif sekolah adalah : (1) Menjalin dan menjaga hubungan yang baik antara sekolah dengan masyarakat, alumni, orang tua, siswa dan juga DU/DI. (2) Memanfaatkan berbagai media massa baik secara cetak maupun elektronik untuk kepentingan promosi. (3) Meningkatkan kualitas SDM dan juga menciptakan lulusan yang bermutu, berdasarkan pada (pengetahuan, sikap dan keterampilan). (4) Meningkatkan prestasi siswa baik akademik maupun non akademik pada setiap perlombaan. (5) Melakukan bakti sosial serta melibatkan peran masyarakat dalam *event* sekolah. (6) Membuat berbagai *event* yang dapat menarik masyarakat dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengenalkan berbagai aspek sekolah kepada publik, serta sebagai media bagi sekolah dalam mendekatkan diri dengan publiknya.
2. Kendala yang dapat menghambat humas SMK Negeri 01 KUDUS dalam menjaga dan meningkatkan citra positif sekolah yang berasal dari internal adalah : Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) untuk bidang

kehumasan di SMK Negeri 01 KUDUS sehingga menyebabkan tumpang tindih pekerjaan bagi humas sekolah, Tidak adanya pelatihan kehumasan bagi anggota humas di SMK Negeri 01 KUDUS, Kinerja humas dalam pelaksanaan kegiatan PKL (Praktik Kerja Lapangan) belum dilaksanakan secara maksimal, Masalah finansial dan regulasi yang ada di SMK Negeri 01 KUDUS merupakan masalah utama bagi sekolah dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan. Sedangkan kendala eksternal yang dapat menghambat SMK Negeri 01 KUDUS dalam menjaga dan meningkatkan citra positif sekolah adalah hubungan kerja sama antara sekolah dengan DU/DI masih belum terjalin secara maksimal.

3. Upaya yang dilakukan oleh humas SMK Negeri 01 KUDUS dalam menjaga dan meningkatkan citra positif SMK Negeri 01 KUDUS diantaranya adalah: melakukan sinkronisasi kurikulum dengan DU/DI, bekerja sama dengan berbagai unit untuk mendukung kegiatan kehumasan, bekerja sama dengan komite dan wali murid mengenai masalah pendanaan sekolah, menjaga dan meningkatkan kualitas SDM serta menciptakan lulusan yang bermutu, menjaga komunikasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada publiknya, menerima dan merespons kritik, saran serta masukan dari publiknya. Dalam upaya untuk mengatasi kendala yang ada tentunya humas selalu melakukan evaluasi pada setiap pelaksanaan kegiatan yang ada sebagai bahan untuk koreksi diri sehingga dapat menutup kekurangan yang ada.

5.2. Saran

Saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Humas SMK Negeri 01 KUDUS dalam melaksanakan kegiatan kerja sama dengan DU/DI hendaknya melakukan penyelarasan mengenai tujuan yang ingin dicapai oleh kedua belah pihak sehingga dapat tercipta kesepakatan bersama
2. Menambah jumlah SDM bagi humas guna mengurangi rangkap kerjaan bagi humas dan mengimbangi tugas humas yang banyak dan juga kompleks, selain itu humas yang ada di SMK Negeri 01 KUDUS hendaknya diberikan bekal pelatihan khusus kehumasan untuk meningkatkan kinerja serta kemampuan humas dalam melaksanakan tugasnya untuk menjaga dan meningkatkan citra positif sekolah.
3. Dalam pelaksanaan strategi humas sebagai upaya menjaga dan meningkatkan citra positif sekolah hendaknya didukung dengan berbagai elemen yang ada di sekolah baik dari segi SDM yang profesional dan berkualitas. Sarana dan prasarana yang lengkap dan layak untuk digunakan, seperti pemerataan Wi-Fi untuk setiap kelas dan juga tersedianya lahan parkir untuk siswa, maupun finansial yang memadai demi memperlancar kegiatan yang ada di SMK Negeri 01 KUDUS dan juga untuk tercapainya tujuan bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Ruslan, Rosady. (2002). *Manajemen Humas dan Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soemirat, Soleh. (2003). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nesia, Andin. (2014). *Dasar-Dasar Humas*. Yogyakarta: Graha ilmu.
- Kusumastuti, Frida. (2004). *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat*. Bogor: Ghalia indonesia.
- Anggoro, Linggar. (2000). *Teori dan profesi kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rumanti, Maria. (2002). *Dasar-dasar public Relations*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Jefkins, Frank. (1995). *Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ruslan, Rosady. (2003). *Manajemen Public Relations & media kounikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: remaja Rosdakarya.
- Rahmat, Abdul. (2016). *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kuswanto, Agung. (2017). *Pengantar Ilmu Administrasi*. Semarang: Fastindo.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, Lexy. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sarosa, Samiaji. (2012). *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta: Indeks

- Satori, Djam'an. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 1 Ayat (1).
- Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 1990 Pasal 3 Ayat (2).
- Rahutomo, Adi Nugroho. (2013). *Strategi humas dalam mempublikasikan informasi Pelayanan Publik Pada PT. PLN (persero) Rayon di Samarinda Ilir*. E-Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 1, No. 2, hal 324-340. Samarinda : Universitas Mulawarman.
- Khadijah, Siti. (2012). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan*. Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya. Vol 2 No 2. Bekasi: Universitas Islam "45" Bekasi.
- Otieno, Moses. (2015). *Effects of Strategic Public Relations on Organization Performance: A Case Study of Kenya Red Cross Society*. International Journal of Scientific and Research Publications, vol 5, Issue 9.
- Izzah, Ismi. (2019). Peran Strategis Humas dalam Mempertahankan *Image* dan Reputasi SD Plus Nurul Hikmah Pamekasan. Jurnal Stain pamekasan. Vol 2, No.01. Madura : IAIN Madura.
- Harini, Ira. (2014). *Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi kasus di SMP Al hikmah Surabaya)*. Jurnal nspirasi Manajemen Pendidikan. Vol 4 No. 4 Hlm. 8-20. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.
- Kurnia, Indhira. (2013). *Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi kasus di SMK Negeri 1 Surakarta)*. Jurnal Pendidikan Ekonomi. Vol 1 No 2 Hal 1-5. Surakarta: Universitas Negeri Surakarta.
- Histining, Emha. (2014). *Membangun Citra SMK Melalui Peran dan Strategi Humas (Studi SMK Negeri 01 Sooko Mojokerto)*. Jurnal pendidikan Administrasi Perkantoran. Vol 2 No 2. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.
- Hermawati, Nurma. (2016). *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi kasus di SMK PL Tarcisius Semarang)*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

- Agustine, Nilam. (2017). *Strategi Humas Dalam Upaya Menjaga Dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (studi kasus di SMK Antonius Semarang)*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.
- Maulana, Rizal. (2019). *Strategi Humas Dalam Menjalin Good Relationship Dengan DU/DI di SMK Teuku Umar Semarang. Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.