

PENCITRAAN SEKOLAH DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT PESERTA DIDIK BARU DI SMPN 45 SURABAYA

Dr. Karwanto S.Ag., M.Pd.

Jurusan Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
karwanto@unesa.ac.id

I Gede Yogi Pratyahara Nugraha

Jurusan Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
yoginugraha192@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pencitraan sekolah melalui lima poin: Komunikasi Interpersonal; Komunikasi internal; dan Komunikasi Eksternal; Efektivitas Imajinasi Sekolah; dan Pemanfaatan Media Media Hubungan Masyarakat. Pendekatan penelitian kualitatif ini dan menggabungkannya dengan metode deskriptif dan studi kasus sebagai desain penelitiannya. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan data kondensasi, penyajian data, dan verifikasi data. Validitas data diperiksa dengan menggunakan teknik-teknik ini: kredibilitas, keterbukaan, ketergantungan, dan konfirmabilitas. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Ada upaya pencitraan sekolah dari SMPN 45 Surabaya untuk berkolaborasi dalam rangka menciptakan citra, dan meningkatkan partisipasi aktif masyarakat melalui beberapa program branding sekolah, seperti: (a) pembuatan Penerimaan Siswa Baru Sekolah (PSB) setiap tahun, (b) Menyelenggarakan Acara Seni Budaya dan mengundang masyarakat dan orang tua siswa untuk menontonnya. (c) Aktivasi Situs Sekolah, (d) membuat kerjasama dengan Dinas Pendidikan Provinsi dan Dinas Pendidikan Kota tentang seni budaya, (d) membuat perusahaan dengan Pusat Kesehatan Mulyorejo dan Kepolisian Mulyorejo untuk penyuluhan tentang Pendidikan Kesehatan dan bahaya narkoba. (2) Divisi Hubungan Manusia SMPN 45 Surabaya memiliki beberapa program dalam kegiatannya, dan program-program tersebut dilaksanakan melalui 3 kegiatan komunikasi, yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi internal, dan komunikasi eksternal. (3) Ada beberapa faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan pencitraan sekolah dalam upaya meningkatkan minat siswa baru SMPN 45 Surabaya, namun faktor-faktor ini dapat diselesaikan dengan baik karena faktor kolaborasi dari internal sekolah satu sama lain. (4) Faktor-faktor pendukung dalam pelaksanaan sekolah kegiatan siswa baru SMPN 45 Surabaya digunakan oleh Sekolah Divisi Hubungan Manusia, yang terdiri dari Kata-Kata yang Dicitak dan Kata-Kata Yang Diucapkan. **Kata Kunci:** *Pencitraan Sekolah, Minat Peserta Didik, Media Humas, Partisipasi masyarakat.*

Abstract

This This study aims to describe school's imaging through five points: Interpersonal Communication; Internal Communication; and External Communication; The School's Imaging Effectiveness; and Public Relations Media Media Utilization. This qualitative research approach and combine it with the descriptive method and case study as its research design. The data collect technique were used interviews, observation, and documentation studies. The data were analyzed with use of data condensation, data presentation, and verification of data. The data's validity was checked by using these techniques: credibility, transferbility, dependability, and confirmability. The results of this research were: (1) There were an effort of school imaging from SMPN 45 Surabaya to collaborate in order to create an image, and increasing the society's actively participation through some programs of school branding, such as: (a) making School New Student enrollment (PSB) yearly, (b) Held the Cultural Arts Event and inviting society and student's parents to watch it. (c) School Website activation,(d) make a cooperation with Province Education Department and City Education Department about cultural arts, (d) make a corporation with Mulyorejo Medical Center and Mulyorejo Police Department for counseling about Health Education and drugs hazard. (2) The Human Relationship Division of SMPN 45 Surabaya has some programs in their activities, and those programs are being implemented through by 3 communications activities, which are interpersonal communication, internal communication, and external communication. (3) There were some retard factors in the implementation of school imaging activity in effort of increase the SMPN 45 Surabaya new student's interest, however these factors can be finished well because of collaboration factors from school internal each other. (4) The supporting factors in the school implementation of the SMPN 45 Surabaya new student activity were used by the School of Human Relationship Division, comprised The Printed Words and The Spoken Words.

Keywords: *School Imaging, Student Interests, Public Relations Media, Community Participation.*

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan kebutuhan yang sangat penting dan pendidikan juga merupakan bekal untuk masa depan. Di era globalisasi saat ini pendidikan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan dan mengembangkan keterampilan guna sebagai bekal dalam mencari pekerjaan nantinya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional yang menyatakan bahwa :

Pendidikan 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.

Dengan berkembangnya kehidupan masyarakat di era globalisasi, maka keutuhan manusia juga akan mengalami perkembangan. Untuk memenuhi perkembangan tersebut salah satu upaya bidang pendidikan mampu mengembangkan potensi serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Agar upaya tersebut bisa berjalan, maka diperlukan peran suatu lembaga atau instansi pendidikan dalam hal ini yaitu sekolah.

Sekolah merupakan wadah atau tempat berlangsungnya proses pendidikan. Menurut undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 18 tentang sistem pendidikan nasional menyatakan bahwa sekolah adalah lembaga pendidikan yang menyelenggarakan jenjang pendidikan formal yang terdiri atas pendidikan menengah dan kejuruan, dan pendidikan tinggi.

Sekolah dapat dikenal oleh masyarakat karena peran hubungan masyarakat (humas) sekolah, humas merupakan salah satu substansi inti pendidikan. Humas merupakan ujung tombak dalam sekolah, tanpa adanya humas sekolah tidak dapat menjalin hubungan dengan masyarakat luar. Maka dari itu peran humas di sekolah sangatlah penting dalam menjalin komunikasi dengan masyarakat luar maupun menjaga keharmonisan stakeholder di sekolah.

Humas melalui fungsinya dapat melakukan upaya-upaya membangun citra lembaga yang bertujuan melakukan pembinaan hubungan baik dengan sebagian besar segmen pasar atau calon konsumen dan dapat menangkalkan dampak negatif yang ditimbulkan dari persepsi masyarakat yang dapat merugikan lembaga.

Dalam hal ini keberadaan public relation (hubungan masyarakat) menjadi suatu hal yang penting dan diperhitungkan, karena jika lembaga pendidikan tersebut ingin survive di lingkungan publik maka suatu lembaga pendidikan perlu memperhitungkan interaksinya dengan publik. Interaksi ini adalah upaya untuk saling memahami

antara masyarakat dengan lembaga pendidikan dan saling menguntungkan serta menjadi jembatan komunikasi yang baik antara dalam rangka meningkatkan minat peserta didik baru. Hubungan yang baik diantara kedua belah pihak tersebut khususnya bagi lembaga sekolah akan menjadi citra yang baik merupakan peluang dan potensi yang akan meningkatkan akses publik terhadap sekolah berkaitan dengan minat peserta didik baru.

Menurut Harlow (Ruslan, 2006) Public relation adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antar organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian penerimaan dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/ permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai system peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Menurut Nasution, (2006:39) Humas merupakan pengembangan dan pemeliharaan kerjasama yang efisien untuk menyampaikan saluran informasi dua arah. Bertujuan memberikan pemahaman antara pihak sekolah (pimpinan), komunitas sekolah (guru, karyawan, dan siswa) dan masyarakat (orang tua, masyarakat sekitar, dan lembaga lain di luar sekolah).

Humas merupakan salah satu substansi di sekolah yang tidak bisa ditinggalkan. Dengan adanya humas di sekolah, sekolah dapat membangun citra sekolah (Brand Image) di masyarakat, Brand image dalam hal ini merupakan faktor penting yang dapat membuat publik mengeluarkan keputusan untuk mempercayai bahkan sampai kepada tahap loyalitas kepada lembaga pendidikan, karena brand image dapat mempengaruhi hubungan emosional antara publik dengan lembaga dalam hal ini adalah sekolah.

Humas di dalam sekolah juga ikut berperan di dalam membangun citra sekolah dalam hal ini sebuah sekolah sangat penting dalam membangun sebuah citra positif pada benak masyarakat, karena dengan citra yang positif sebuah sekolah dapat dengan mudah untuk menyampaikan tujuannya secara efektif kepada masyarakat.

Citra yang baik harus dibangun oleh sebuah sekolah karena merupakan cikal bakal harta yang harus dipertahankan dan dikembangkan oleh sekolah itu sendiri. Salah satunya untuk mengambil keputusan penting dan mempertahankan eksistensi dari sekolah tersebut dimata masyarakat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra merupakan pendapat-pendapat baik positif atau negatif dari masyarakat kepada suatu organisasi atau lembaga dalam hal ini adalah sekolah.

Kotler (Nesia, 2014) mendefinisikan citra sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Sedangkan pengertian citra menurut Jeffkins (Hairunisa 2015:56) menyimpulkan bahwa secara umum citra diartikan sebagai kesan seseorang/ individu tentang suatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Yusoff (Nurkholis, 2004) Mendefinisikan citra yang positif akan memberikan arti yang baik terhadap produk perusahaan tersebut dan seterusnya dapat meningkatkan jumlah penjualan produk dan jasa, sebaliknya penjualan produk suatu perusahaan akan jatuh atau mengalami kerugian jika citranya dipandang negatif oleh masyarakat. Citra yang baik harus dibangun oleh sebuah lembaga karena merupakan cikal bakal harta yang harus di pertahankan dan dikebangkan oleh lembaga itu sendiri. salah satunya untuk mengambil keputusan penting dan mempertahankan eksistensi lembaga tersebut (daya saing). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra adalah sebuah kesan yang kuat yang melekat pada seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu institusi kesan yang didapatkan sebuah institusi dari masyarakat karena adanya keunggulan yang ada pada institusi tersebut, sehingga institusi tersebut dapat berkembang untuk terus menciptakan hal-hal yang baru dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.

Pencitraan merupakan penilaian yang diberikan masyarakat atau konsumen kepada perusahaan, sehingga timbul adanya suatu persepsi tentang kegiatan yang dilakukan perusahaan selama ini Tjiptono(1999) beranjak dari penjelasan diatas, maka citra yang baik sangatlah penting dan harus dimiliki oleh lembaga manapun, karena citra yang baik mampu memberikan manfaat bagi sebuah lembaga.

Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 45 Surabaya merupakan salah satu sekolah negeri yang terdapat di Kota Surabaya Provinsi Jawa Timur. SMP Negeri 45 Surabaya mulai didirikan pada tanggal 1 juli 2009. SMP Negeri 45 Surabaya pertama kali berdiri diatas tanah yang dahulunya adalah SDN Mulyorejo II No. 184 Surabaya, dengan luas wilayah 5010m² dengan bangunan yang masih sangat sederhana untuk sebuah Sekolah Menengah Pertama Negeri.

Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 45 Surabaya merupakan salah satu sekolah di Surabaya yang menunjukkan mutu yang diraih oleh sekolah yakni sekolah yang berbasis budaya dibuktikan dengan banyak prestasi yang diraih dalam bidang seni budaya terutama pada kesenian ludruk dan karawitan. Hal tersebut dibuktikan dengan penghargaan-penghargaan yang diperoleh oleh SMP Negeri 45 Surabaya dalam hal seni budaya selalu menjadi peringkat pertama dalam pelaksanaan “Seleksi

Pekan Seni Pelajar” yang diselenggarakan oleh Dinas Pendidikan Kota Surabaya pada tahun 2015.

Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 45 Surabaya juga memiliki kerjasama yang baik dengan lembaga pendidikan salah satunya adalah kerjasama dengan pihak Universitas Airlangga Surabaya dimana SMP Negeri 45 Surabaya sudah melakukan Memorandum of Understanding (MoU) dengan pihak Universitas Airlangga Surabaya terkait dengan penyelenggaraan penelitian mahasiswa dari Universitas Airlangga yang dilakukan di SMP Negeri 45 Surabaya, dan SMP Negeri 45 Surabaya menjadi sekolah sasaran budaya dari Dinas Pendidikan Provinsi jatim dalam hal ini yang menjadi sasaran adalah kesenian ludruk, dimana kesenian ludruk yang dimiliki oleh SMP Negeri 45 Surabaya akan dilombakan untuk mewakili provinsi Jawa Timur dan semua biaya bahkan pelatih dari kesenian ludruk ini sendiri juga akan di tanggung oleh pihak Dinas Pendidikan Provinsi. Untuk

Pihak Humas harus mampu melakukan upaya-upaya untuk mempertahankan citra sekolah yang positif dapat mengelola isu-isu yang berkembang di masyarakat, dapat meningkatkan citra sekolah, selain itu SMP Negeri 45 Surabaya juga harus dapat mempertahankan identitas sekolah, dikarenakan di Kota Surabaya juga banyak memiliki sekolah-sekolah di jenjang SMP yang mutunya juga tidak kalah bagus dengan SMP Negeri 45 Surabaya.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh wakasek Humas Ibu Juli Susilowati ketika peneliti melakukan studi pendahuluan di lapangan sebagai berikut :

SMP Negeri 45 Surabaya mempunyai kegiatan sekolah yang berhubungan dengan humas. Diantaranya seperti SMP Negeri 45 Surabaya memperkenalkan sekolahnya kepada masyarakat melalui usulan program sekolah dari komite sekolah dan akan langsung di rapatkan oleh wali murid dari sekolah tersebut apakah program yang telah diusulkan tersebut di dukung oleh wali murid atau tidak, selain itu adanya kerjasama dengan pihak Pemerintah Provinsi terkait dengan seni budaya juga dapat menambah citra positif bagi SMP Negeri 45 Surabaya, dan masih banyak lagi.

SMP Negeri 45 Surabaya mempunyai visi yaitu membentuk insan yang berakhlak mulia, unggul di bidang akademis, non akademis dan teknologi serta berwawasan lingkungan. Sedangkan misi SMP Negeri 45 Surabaya yaitu : (1) menerapkan disiplin kepada warga sekolah, (2) mengefektifkan dan mengintensifkan kegiatan belajar mengajar, (3) mengintensifkan kegiatan pengembangan diri, (4) meningkatkan profesionalis guru, (5) mengembangkan potensi siswa agar unggul dalam mutu dan dapat berkembang secara optimal, (6) mengikuti perkembangan IPTEK diiringi pendalaman IMTAQ, (7) memantapkan kemandirian serta berprestasi dalam segala

bidang, (8) menciptakan lingkungan sekolah yang asri, aman nyaman, dan menyenangkan, (9) menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat sekeliling.

Salah satu kegiatan pencitraan di SMP Negeri 45 Surabaya adalah dengan memperkenalkan profil, keunggulan-keunggulan yang dimiliki maupun prestasi sekolah melalui media web, diharapkan masyarakat dapat mengetahui tentang keberadaan atau eksistensi dari SMP Negeri 45 Surabaya. Kegiatan pencitraan tersebut dalam praktik kehidupan di sekolah berwujud seperti, usaha menanamkan pengertian yang baik kepada masyarakat dapat direalisasikan melalui berbagai kegiatan nyata, misalnya kegiatan yang dilakukan oleh kepala sekolah, guru, karyawan, atau siswa. Kegiatan nyata tersebut dikenal dengan publisitas sekolah. Publisitas sekolah dapat meningkatkan pencitraan sekolah, pencitraan dikatakan berhasil apabila timbul simpati dan partisipasi aktif dari masyarakat dan calon peserta didik baru.

Kesan simpati dan partisipasi aktif dari masyarakat dapat diperoleh dan ditingkatkan dengan cara menjalin komunikasi yang baik. Artinya komunikasi yang dilakukan tidak bersifat sepihak, tetapi melibatkan kedua belah pihak dalam hal ini antara sekolah dengan masyarakat. Sekolah merasa bahwa masyarakat/calon peserta didik baru adalah bagian penting dalam proses pendidikan. Dan sebaliknya masyarakat/calon peserta didik baru beranggapan bahwa sekolah adalah lembaga yang sangat dibutuhkan untuk memperoleh pendidikan.

Pencitraan di SMP Negeri 45 Surabaya dalam mempertahankan reputasi sekolah dan meningkatkan calon peserta didik baru selalu ada komponen-komponen yang mendukung. Peran dan aktivitas yang sudah dilakukan serta media yang menjadi penunjang dalam membangun reputasi sekolah di SMP Negeri 45 Surabaya dapat dijadikan contoh bagi sekolah-sekolah lain agar dapat berdampak dalam mempertahankan reputasi sekolah dan mampu bersaing dengan sekolah lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana pencitraan sekolah yang dilakukan di SMP Negeri 45 Surabaya dalam upaya meningkatkan minat peserta didik, strategi pemasaran yang dilakukan oleh sekolah dalam upaya meningkatkan minat peserta didik, karena akan berpengaruh terhadap kepercayaan orang tua dalam memberikan pendidikan untuk anaknya. Sehingga, hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Pencitraan Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di SMP Negeri 45 Surabaya”.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pencitraan sekolah melalui lima poin: Komunikasi Interpersonal; Komunikasi internal; dan Komunikasi

Eksternal; Efektivitas Imajinasi Sekolah; dan Pemanfaatan Media Media Hubungan Masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan penelitian studi kasus yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh data secara jelas gambaran mengenai Pencitraan Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMPN 45 Surabaya.

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di SMPN 45 Surabaya yang terletak di Jalan Pucang Anom No.91, Surabaya. Sedangkan subjek penelitian ini yaitu: bapak Supardi selaku kepala sekolah SMPN 45 Surabaya, ibu Juli Susilowati selaku wakasek humas, Bapak Achmad Zainul Hasan selaku ketua komite sekolah, ibu Kartika Dewi Sangga selaku guru, ibu Tri Alikah selaku masyarakat, Bapak Tono Suherman selaku wali murid. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan teknik wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik analisis data dengan melakukan beberapa langkah yaitu: Pengumpulan Data, Kondensasi Data, Penyajian Data dan Verifikasi Data. Selanjutnya, untuk menguji keabsahan data yang diperoleh di lapangan, penelitian ini menggunakan uji Kredibilitas, Tranferabilitas, Konfirmabilitas, dan Dependabilitas.

PEMBAHASAN

1. Pencitraan Sekolah di SMPN 45 Surabaya

Upaya kerjasama dalam pencitraan sekolah dimulai sejak SMPN 45 Surabaya didirikan. Upaya kerjasama dalam pencitraan sekolah merupakan sebuah bentuk inovasi dan tanggung jawab sekolah di dalam menghadapi persaingan antar sekolah agar sekolah mampu mempertahankan eksistensinya dan meningkatkan citra sekolah sehingga sekolah mendapatkan partisipasi aktif dari masyarakat. Membangun pencitraan tidak mudah dimata publik, tetapi harus ada tindakan nyata melalui strategi program yang dilaksanakan dengan memberikan layanan informasi yang profesional kepada publik internal dan publik eksternal.

Pencitraan yang dilakukan oleh SMPN 45 Surabaya tidak hanya pencitraan eksternal saja, akan tetapi pencitraan dari dalam lembaga juga. Adapun kegiatan-kegiatan pencitraan sekolah seperti berikut ini. (a) pembentukan panitia PSB (penerimaan siswa baru) setiap tahunnya, (b) mengadakan kegiatan pagelaran seni budaya dan mengundang masyarakat serta wali murid untuk menonton pertunjukan (c) aktivasi website sekolah, (e) kerjasama sekolah dengan pihak Dinas Pendidikan Provinsi dan Dinas Pendidikan kota dalam hal seni budaya, (f) Kerjasama sekolah dengan puskesmas mulyorejo dan polsek mulyorejo dalam hal penyuluhan

tentang kesehatan dan bahaya narkoba. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Katz (Soemirat dan Ardianto 2004) yang mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Sementara itu, Jefkins dalam buku Public Relation (2004: 20-23), berpendapat an image is impression gained according to knowledge and understanding of fact, wrong or incomplete information can result in an imperfect image. Sejalan dengan pendapat Soemirat dan Ardianto (2007) menyatakan pencitraan merupakan sasaran public relation dalam organisasi yang ditujukan kepada setiap orang yang diakumulasikan melalui komunikasi dan penampilan-penampilan berdasarkan norma dan etika. Jadi, dapat dikatakan pencitraan adalah suatu usaha yang diformulasikan ke dalam bentuk kegiatan humas dalam menampilkan berbagai kebijakan sekolah dan model disiplin keilmuan pada masyarakat sehingga masyarakat memiliki kesan image yang positif terhadap sekolah. Image atau gambaran dalam benak publik, yang tentu saja diarahkan kepada sesuatu yang positif. Dalam rangka membentuk citra positif publik terhadap pembangunan dunia pendidikan.

2. Program Humas dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru Di SMPN 45 Surabaya

Pihak humas SMPN 45 Surabaya dalam melakukan kegiatan pencitraannya mempunyai beberapa program. Program tersebut dilaksanakan melalui 3 komunikasi yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi internal, dan komunikasi eksternal.

Menyebarkan informasi sekolah melalui komunikasi interpersonal dilakukan oleh humas terhadap setiap public yang datang ke pihak humas SMPN 45 Surabaya. Selain publik mendatangi humas, layanan informasi yang diberikan humas terhadap publik yang membutuhkan informasi melalui hubungan komunikasi yaitu telepon, rapat, maupun bertemu langsung dengan yang bersangkutan.

Berkaitan dengan menyebarkan informasi secara interpersonal, pihak humas SMPN 45 Surabaya selalu memberikan pelayanan serta informasi melalui komunikasi interpersonal terhadap mereka yang datang ke humas dan melalui rapat maupun bertemu langsung. Pengamatan berperan serta peneliti terhadap Bagian Informasi Sekolah disaat memberikan layanan informasi melalui komunikasi interpersonal yang baik.

Tugas dari Bagian Informasi Sekolah ini membantu seseorang yang datang ke pihak humas untuk memperoleh informasi. Dan komunikasi interpersonal ini melibatkan semua warga yang ada di sekolah meliputi kepala sekolah, wakasek, guru, karyawan, hingga siswa. Hal ini sesuai dengan pendapat Mulyana (Suranto, 2011) yang mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal adalah

komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

Hal ini juga sependapat dengan apa yang dikemukakan oleh Sutopo (2012) bahwa tujuan komunikasi adalah untuk memberikan suatu layanan informasi terhadap publik yang membutuhkan informasi dari organisasi. Dengan adanya suatu informasi yang diperoleh publik, maka akan terbina hubungan yang harmonis dan saling pengertian, serta akan meningkatkan partisipasi positif sekolah.

Membangun citra organisasi selain melalui komunikasi interpersonal juga dilakukan pihak humas SMPN 45 Surabaya melalui komunikasi internal. Komunikasi internal sebagai sarana yang digunakan humas SMPN 45 Surabaya dalam menyebarkan berbagai informasi kegiatan akademiknya. Sasaran utama komunikasi internal yaitu seluruh warga sekolah. Hal ini sesuai dengan pendapat Cutlip, dkk (2009) hubungan masyarakat internal atau hubungan kepegawaian (employee relations) yang mempunyai arti sebagai sekelompok orang-orang yang sedang bekerja disuatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya.

Salah satu komunikasi internal humas SMPN 45 Surabaya yang digunakan dalam menyebarkan informasinya yaitu rapat internal. Rapat tersebut dihadiri oleh Kepala sekolah, wakasek humas dan kesiswaan, wakasek kurikulum, wakasek sarpras, serta guru. Rapat tersebut bertujuan untuk menggali informasi yang ada di sekolah atau informasi yang didapatkan dari Dinas Pendidikan baik Provinsi maupun Kota Surabaya. Hal ini sesuai dengan pendapat Nasution (2010) yang mengemukakan bahwa tujuan dari media internal adalah untuk mempublikasikan kegiatan dan informasi lembaganya.

Kelancaran komunikasi internal sekolah menyebabkan semua orang merasa dihargai dan merasa diperlukan di sekolah dengan diterimanya saran dan pendapat, serta menjadi bagian dari sukses yang diraih sekolah. Karena rasa memiliki tersebut, semua warga sekolah merasa ikut bertanggung jawab terhadap suksesnya program pendidikan di sekolah. Kelancaran komunikasi internal sekolah diartikan sebagai kebebasan untuk mengeluarkan pendapat dan “uneg-uneg” dari semua warga sekolah. Kebebasan mengeluarkan semua “uneg-uneg” itu diwujudkan melalui sejumlah kreasi yang selalu dipublikasikan melalui media komunikasi internal sekolah. Dengan demikian, kebebasan berpendapat dan mengeluarkan “uneg-uneg” itu menyebabkan semua

warga sekolah merasa memiliki kesempatan untuk berkreasi.

Demokratisnya sebuah sekolah bisa dilihat dari kebebasan setiap individu untuk mengeluarkan pendapatnya. Iklim organisasi yang kondusif memberikan kesempatan kepada semua anggota organisasi untuk berpartisipasi dalam penyampaian pendapat dan saran. Hal ini senada dengan pendapat Effendy (2009) yang mengemukakan bahwa komunikasi internal adalah proses pertukaran gagasan diantara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau jawatan yang menyebabkan terwujudnya perusahaan atau jawatan tersebut lengkap dengan struktur yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertical di dalam perusahaan atau jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung.

Komunikasi eksternal sebagai sarana yang digunakan oleh humas SMPN 45 Surabaya mempunyai jangkauan yang lebih luas bila dibandingkan dengan komunikasi internal humas, yakni orang tua siswa, masyarakat, hingga lembaga yang bekerjasama dengan SMPN 45 Surabaya. Hal ini sesuai dengan pendapat Nasution (2010) mengemukakan bahwa media eksternalnya sasarannya adalah publik eksternal (ke luar), guna menjangkau khalayak tertentu untuk mencapai tujuan humas. Komunikasi eksternal dapat dilakukan melalui beberapa program sekolah. Dari hasil penelitian, dapat diketahui ada program Pagelaran atau Pementasan yang diadakan di SMPN 45 Surabaya sendiri, program ini juga melibatkan masyarakat serta orang tua/ wali murid siswa dimana mereka diundang untuk menyaksikan pagelaran tersebut. Selain untuk

SMPN 45 Surabaya juga bekerja sama dengan pihak luar. Adapun beberapa pihak Eksternal yang bekerja sama dengan SMPN 45 Surabaya antara lain Universitas Airlangga (UNAIR), Dinas Pendidikan Provinsi Surabaya, Dinas Pendidikan Kota Surabaya, Sanggar Tidiv, Tunas Hijau, Bank Jatim, RRI, Puskesmas Mulyorejo, Polsek Mulyorejo.

SMPN 45 Surabaya mempunyai website yang selalu up date yang berisi informasi-informasi mengenai kegiatan akademik maupun kegiatan non akademik sekolah. Masyarakat luas dapat mengaksesnya dengan mudah. Selain website, sekolah juga memberikan majalah kepada wali murid pada saat pelaksanaan kegiatan pengambilan rapor siswa dimana majalah tersebut berisi tentang kegiatan dan prestasi-prestasi yang sudah didapatkan oleh sekolah serta terdapat juga kegiatan alumni didalamnya. Dengan adanya beberapa kerjasama tersebut, maka jangkauan pencitraan SMPN 45 Surabaya menjadi semakin meluas. Hal ini sesuai dengan pendapat Widjaja (2008) yang menyebutkan bahwa pentingnya lembaga pendidikan membina hubungan baik dengan

media merupakan pelaksanaan yang sukses bagi petugas humas. Karena media massa merupakan saluran informasi yang sangat handal. Kerjasama humas dan wartawan harus didasarkan atas sikap saling menghargai masing-masing bidang profesinya.

Berdasarkan hasil penelitian, dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, sekolah melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat terlebih lagi orang tua. Dengan memperhatikan keinginan pelanggan, sekolah akan berupaya melakukan berbagai program untuk menjawab keinginan wali murid. Dengan memperhatikan keinginan wali murid tersebut serta berusaha untuk mengupayakan agar wali murid senang menyekolahkan anaknya di SMPN 45 Surabaya, maka partisipasi akan mudah didapatkan. Partisipasi dengan masyarakat juga dapat ditingkatkan melalui program-program sosial seperti Pementasan Seni Budaya, Penyuluhan bagi wali murid, buka bersama, dan sebagainya. hal ini sesuai dengan pendapat Leslie (1984) yang mengemukakan bahwa School public relations is a process of communication between the school and community for purpose of increasing citizen understanding of educational needs and practices and encouraging intelligent citizen interest and cooperation in the work of improving the school. Sekolah sebagai lembaga social yang diselenggarakan dan dimiliki oleh masyarakat seharusnya mampu memenuhi kebutuhan masyarakatnya dan sekolah mempunyai kewajiban secara legal dan formal untuk memberikan penerangan kepada masyarakat tentang tujuan-tujuan, program-program, kebutuhan, serta keadaannya, dan sebaliknya sekolah harus mengetahui dengan jelas apa kebutuhan, harapan, dan tuntutan masyarakatnya. Pernyataan tersebut didukung oleh pendapat Kriyantono (2008) yang menegaskan bahwa tujuan humas antara lain Menciptakan pemahaman (Mutual Understanding) Antara lembaga dengan masyarakatnya, Membangun citra korporat (Corporate Image) melalui program CSR (Corporate Social Responsibility), Membentuk opini publik yang favorable, membentuk good will dan kerja sama.

a) Penggunaan Media Humas dalam Pencitraan Sekolah

Dalam melakukan pencitraan sekolah, SMPN 45 Surabaya tak lepas dari penggunaan media yang digunakan. Media memegang peranan penting dalam mensukseskan upaya humas, terlebih lagi apabila dilihat populasi jangkauan humas sangat luas dan banyak jumlahnya. Berdasarkan hasil penelitian, media yang digunakan humas SMPN 45 Surabaya dalam melakukan pencitraannya meliputi kata-kata yang tercetak (the printed word) dan kata-kata lisan (the spoken word). Hal ini sesuai dengan pendapat Suryosubroto (2012:32) yang mengungkapkan pada dasarnya media hubungan

masyarakat terdiri atas dua hal, yaitu kata-kata yang tercetak (the printed word) dan kata-kata lisan (the spoken word). hal tersebut didukung oleh pendapat Kusumastuti (2001) yang mengemukakan bahwa peran humas dalam suatu kegiatan pada prinsipnya adalah kegiatan berkomunikasi dengan berbagai macam symbol komunikasi, verbal maupun non verbal. Kegiatan komunikasi verbal sebagian besar adalah mulai menulis proposal, artikel, progress report, menulis untuk presentasi, menulis untuk pers, membuat rekomendasi dan sebagainya. sedangkan kegiatan komunikasi nonverbal meliputi penyelenggaraan pameran, seminar, special event, riset/penelitian, pers klipping, dan sebagainya.

Kata-kata yang tercetak (the printed word) atau media cetak yang pertama yaitu website, website sebagai sarana yang digunakan pihak humas SMPN 45 Surabaya dalam menyebarkan informasinya. Informasi yang dimuat melalui website ini bisa diakses dan dimanfaatkan oleh masyarakat yang mengetahui berbagai informasi tentang SMPN 45 Surabaya. Adapun website SMPN 45 Surabaya adalah www.smpn45surabaya.com Informasi yang dimuat ke website adalah informasi akademik dan berbagai informasi kegiatan yang diselenggarakan oleh SMPN 45 Surabaya yang sifatnya penting untuk diketahui oleh masyarakat.

Yang kedua terdapat surat. Di era globalisasi ini, surat masih digunakan pihak humas SMPN 45 Surabaya untuk menyampaikan informasinya kepada pihak yang bersangkutan. Surat berisi sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan SMPN 45 Surabaya atau lembaga khususnya bagi para pegawai. Surat antara lain dapat berupa laporan hasil rapat internal, rapat jenjang, undangan pertemuan, undangan rapat, dan sebagainya.

Yang ketiga yaitu Buku Pedoman, Pedoman yang dimiliki oleh SMPN 45 Surabaya berupa petunjuk pelaksanaan program kerja yang dimiliki oleh setiap wakasek di SMPN 45 Surabaya.

Yang keempat yaitu Majalah. Majalah sebagai salah satu media yang digunakan pihak humas SMPN 45 Surabaya dalam menyebarluaskan informasi sekolahnya. Melalui majalah ini baik warga SMPN 45 Surabaya maupun orang tua dapat mengetahui kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah, menandakan bahwa pihak humas SMPN 45 Surabaya ini eksis dalam membangun citra sekolahnya.

Hal ini sesuai dengan pendapat Iriantara (2005:32) mengartikan Media Relations merupakan bagian dari Public Relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. Lebih lanjut, Iriantara (2005:32) juga menyatakan bahwa dalam mempromosikan organisasi melalui media massa itu,

tentunya pertama-tama ditujukan untuk publik eksternal. Pendapat tersebut didukung oleh Rumanti (2005) tujuan penggunaan media dalam humas adalah untuk: (a) membantu mempromosikan dan meningkatkan pemasaran suatu produk atau jasa, (b) menjalin komunikasi berkesinambungan, (c) meningkatkan kepercayaan publik, dan (d) meningkatkan citra baik organisasi.

Selanjutnya yaitu kata-kata lisan (the spoken word) atau media verbal. Media verbal yang digunakan SMPN 45 Surabaya dalam melakukan pencitraannya yaitu antara lain adalah rapat, pertemuan, maupun konferensi. Melalui media ini pihak humas dapat berkomunikasi langsung dengan pihak lain. Beberapa kegiatannya meliputi rapat wali murid, rapat internal, rapat kerjasama, serta pelatihan-pelatihan yang bekerja sama dengan pihak di luar di SMPN 45 Surabaya. Dengan melakukan kegiatan ini, maka akan meningkatkan reputasi serta citra sekolah di mata masyarakat.

3. Faktor Penghambat Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di SMPN 45 Surabaya

Dalam melakukan upaya peningkatan eksistensi sekolah, humas sekolah SMPN 45 Surabaya memiliki beberapa hambatan/permasalahan yang terkait dengan masyarakat. Masalah-masalah yang terjadi yaitu masalah kecil dan langsung bisa diatasi. Kalau dengan masyarakat sekitar contoh kecilnya yaitu setiap ada kegiatan latihan dalam rangka akan mengikuti sebuah pementasan seni budaya, waktu untuk latihan biasanya bisa sampe sore hingga malam hari, dan orang tua/ wali murid selalu menanyakan kenapa bisa sampai pulang malam dan dari pihak sekolah selalu menjelaskan kepada wali murid bahwasanya mereka mengadakan latihan tambahan dalam rangka persiapan untuk menghadapi pementasan.

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dikemukakan bahwa humas SMPN 45 Surabaya dalam meningkatkan eksistensi sekolahnya juga mengalami beberapa hambatan, akan tetapi hambatan tersebut dapat diselesaikan dengan baik.

4. Faktor Pendukung Dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di SMPN 45 Surabaya

Dalam melakukan pencitraan sekolah, SMPN 45 Surabaya tak lepas dari penggunaan media yang digunakan. Media memegang peranan penting dalam mensukseskan upaya humas, terlebih lagi apabila dilihat populasi jangkauan humas sangat luas dan banyak jumlahnya. Berdasarkan hasil penelitian, media yang digunakan humas SMPN 45 Surabaya dalam melakukan pencitraannya meliputi kata-kata yang tercetak (the printed word) dan kata-kata lisan (the spoken word). Hal ini sesuai dengan pendapat Suryosubroto (2012:32) yang mengungkapkan pada dasarnya media hubungan masyarakat terdiri atas dua hal, yaitu kata-kata yang tercetak (the printed word) dan kata-kata lisan (the spoken

word). hal tersebut didukung oleh pendapat Kusumastuti (2001) yang mengemukakan bahwa peran humas dalam suatu kegiatan pada prinsipnya adalah kegiatan berkomunikasi dengan berbagai macam symbol komunikasi, verbal maupun non verbal. Kegiatan komunikasi verbal sebagian besar adalah mulai menulis proposal, artikel, progress report, menulis untuk presentasi, menulis untuk pers, membuat rekomendasi dan sebagainya. sedangkan kegiatan komunikasi nonverbal meliputi penyelenggaraan pameran, seminar, special event, riset/penelitian, pers klipping, dan sebagainya.

Kata-kata yang tercetak (the printed word) atau media cetak yang pertama yaitu website, website sebagai sarana yang digunakan pihak humas SMPN 45 Surabaya dalam menyebarkan informasinya. Informasi yang dimuat melalui website ini bisa diakses dan dimanfaatkan oleh masyarakat yang mengetahui berbagai informasi tentang SMPN 45 Surabaya. Adapun website SMPN 45 Surabaya adalah www.smpn45surabaya.com Informasi yang dimuat ke website adalah informasi akademik dan berbagai informasi kegiatan yang diselenggarakan oleh SMPN 45 Surabaya yang sifatnya penting untuk diketahui oleh masyarakat.

Yang kedua terdapat surat. Di era globalisasi ini, surat masih digunakan pihak humas SMPN 45 Surabaya untuk menyampaikan informasinya kepada pihak yang bersangkutan. Surat berisi sesuatu yang berkaitan dengan kepentingan SMPN 45 Surabaya atau lembaga khususnya bagi para pegawai. Surat antara lain dapat berupa laporan hasil rapat internal, rapat jenjang, undangan pertemuan, undangan rapat, dan sebagainya.

Yang ketiga yaitu Buku Pedoman, Pedoman yang dimiliki oleh SMPN 45 Surabaya berupa petunjuk pelaksanaan program kerja yang dimiliki oleh setiap wakasek di SMPN 45 Surabaya.

Yang keempat yaitu Majalah. Majalah sebagai salah satu media yang digunakan pihak humas SMPN 45 Surabaya dalam menyebarluaskan informasi sekolahnya. Melalui majalah ini baik warga SMPN 45 Surabaya maupun orang tua dapat mengetahui kegiatan yang diselenggarakan oleh sekolah, menandakan bahwa pihak humas SMPN 45 Surabaya ini eksis dalam membangun citra sekolahnya.

Hal ini sesuai dengan pendapat Iriantara (2005:32) mengartikan Media Relations merupakan bagian dari Public Relations eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan organisasi. Lebih lanjut, Iriantara (2005:32) juga menyatakan bahwa dalam mempromosikan organisasi melalui media massa itu, tentunya pertama-tama ditujukan untuk publik eksternal. Pendapat tersebut didukung oleh Rumanti (2005) tujuan

penggunaan media dalam humas adalah untuk: (a) membantu mempromosikan dan meningkatkan pemasaran suatu produk atau jasa, (b) menjalin komunikasi berkesinambungan, (c) meningkatkan kepercayaan publik, dan (d) meningkatkan citra baik organisasi.

Selanjutnya yaitu kata-kata lisan (the spoken word) atau media verbal. Media verbal yang digunakan SMPN 45 Surabaya dalam melakukan pencitraannya yaitu antara lain adalah rapat, pertemuan, maupun konferensi. Melalui media ini pihak humas dapat berkomunikasi langsung dengan pihak lain. Beberapa kegiatannya meliputi rapat wali murid, rapat internal, rapat kerjasama, serta pelatihan-pelatihan yang bekerja sama dengan pihak di luar di SMPN 45 Surabaya. Dengan melakukan kegiatan ini, maka akan meningkatkan reputasi serta citra sekolah di mata masyarakat.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan Paparan Data dan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Upaya kerjasama dalam pencitraan sekolah di SMPN 45 Surabaya dalam rangka membangun citra serta meningkatkan partisipasi aktif masyarakat. Kegiatan pencitraan sekolah seperti berikut ini. (a) pembentukan panitia PSB (penerimaan siswa baru) setiap tahunnya, (b) mengadakan kegiatan pagelaran seni budaya dan mengundang masyarakat serta wali murid untuk menonton pertunjukan (c) aktivasi website sekolah, (e) kerjasama sekolah dengan pihak Dinas Pendidikan Provinsi dan Dinas Pendidikan kota dalam hal seni budaya, (f) Kerjasama sekolah dengan puskesmas mulyorejo dan polsek mulyorejo dalam hal penyuluhan tentang kesehatan dan bahaya narkoba. Humas SMPN 45 Surabaya melakukan kegiatan pencitraannya mempunyai beberapa program,
2. Program Humas dilaksanakan melalui 3 komunikasi yaitu komunikasi interpersonal, komunikasi internal, dan komunikasi eksternal. Keefektifan Pencitraan SMPN 45 Surabaya dapat dilihat dari tingginya dukungan serta partisipasi aktif dari masyarakat dalam mengikuti setiap kegiatan yang ada di SMPN 45 Surabaya.
3. Faktor Penghambat dalam pelaksanaan kegiatan pencitraan dalam usaha meningkatkan minat peserta didik baru SMPN 45 Surabaya juga memiliki beberapa hambatan, tetapi hambatan tersebut dapat diselesaikan dengan baik karena adanya saling kerjasama dari pihak internal sekolah SMPN 45 Surabaya.
4. Faktor Pendukung dalam pelaksanaan kegiatan pencitraan dalam usaha meningkatkan minat peserta

didik baru SMPN 45 adalah adanya Media yang digunakan humas SMA Muhammadiyah 2 Surabaya dalam melakukan pencitraannya meliputi kata-kata yang tercetak (the printed word) dan kata-kata lisan (the spoken word).

Saran

Berdasarkan paparan data, temuan penelitian, pembahasan, dan kesimpulan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut.

1. Bagi sekolah SMPN 45 Surabaya
Hendaknya lebih meningkatkan kerjasama dengan pihak luar sekolah terutama dalam hal seni budaya dimana hal tersebut bisa berpengaruh terhadap pandangan masyarakat yang menganggap bahwa SMPN 45 Surabaya merupakan salah satu sekolah di Surabaya yang mampu mengembangkan seni budaya sebagai image sekolahnya.
2. Bagi pihak komite sekolah SMPN 45 Surabaya
Agar lebih meningkatkan partisipasinya dalam kegiatan sekolah dalam meningkatkan komunikasi antar komite dengan sekolah. perlu ditingkatkan dengan membangun jaringan kerja yang lebih luas, karena itu komite sekolah masih perlu lebih membuka diri melalui pengadaan sarana komunikasi yang lebih canggih, seperti group chat BBM, Whatsapp, Facebook, email, dan sebagainya.
3. Bagi Kepala Sekolah SMPN 45 Surabaya
Diharapkan pada pengembangan citra sekolah dalam hal seni budaya dapat terus ditingkatkan mengingat SMPN 45 Surabaya merupakan salah satu sekolah di jenjang sekolah menengah pertama di Surabaya yang mengangkat seni budaya sebagai ikon sekolah, agar dapat lebih dikenal lagi di masyarakat, dan menjadi salah satu contoh sekolah yang bisa melestarikan dan mengaplikasikan seni budaya di kehidupan sehari-hari di jenjang sekolah menengah pertama di Kota Surabaya..
4. Bagi pihak humas SMPN 45 Surabaya
Hendaknya memiliki komitmen dan inovasi untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik lagi bersama dengan semua pihak yang bekerja sama dengan sekolah untuk mengembangkan citra sekolah agar lebih baik lagi dimata masyarakat dan selalu meliput setiap kegiatan dan dipublikasikan ke masyarakat luas.
5. Bagi Guru Kesenian SMPN 45 Surabaya
Guru diharapkan memiliki inovasi, kreatifitas, dan ide-ide yang banyak agar dapat meningkatkan segi kreatifitas dan pengembangan bakat siswa khususnya di bidang seni budaya dan mampu meningkatkan minat siswa agar lebih tertarik lagi untuk belajar tentang seni budaya dan bagaimana

agar seni budaya tersebut terus dilestarikan untuk kedepannya.

6. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain, diharapkan penelitian yang dilakukan ini bisa menjadi referensi dan informasi dalam melakukan penelitian dibidang yang sama, yakni terkait Pencitraan Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru, dan semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan pustaka dalam mengerjakan tugas skripsi yang lebih baik sebagai wujud pengembangan dari penelitian yang ada pada skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, Ifani Nur. 2015. Pencitraan Sekolah (Studi Kasus Di SMP AL FALAH DELTASARI Sidoarjo). *Jurnal Manajemen Pendidikan*
- Emzir, 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif: analisis data. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hairunnisa. 2015. Public Relations. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hari Kurnia, Indhira, Santoso, Djoko, Dkk. 2013. Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta). *Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Surakarta*.
- Indrioko, Erwin. 2015. Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam Vol. 9. Jurnal Universum.
- Kriyantono, R. 2008. Riset Komunikasi. Jakarta: Pernada Media Group.
- Kusumastuti, Frida. 2004. Dasar-Dasar Humas. Bogor: PT Ghalia Indonesia Dengan UMM Press.
- Moleong, Lexy J. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarnain. 2010. Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan. Malang: UMM Press.
- Nesia, Andin. 2014. Dasar-Dasar Humas. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosandy. 2007. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Schoenfeld, Gregg & Bruce, Grady. 2005. School Brand Images and Brand Choices in MBA Programs. *Journal Graduate Management Admission Council*.
- Soemirat Soleh dan Ardianto Elvinaro. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung. PT. Remaja Rosda Karya. 2002

- Sondoh Jr, Stephen L, Wan Omar, Waznah. 2007. The Effect Of Brand Image On Overall Satisfaction And Loyalty Intention In The Context Of Color Cosmetic. *Journal Asian Academy of Management*.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suryosubroto, 2012. Hubungan Sekolah dengan Masyarakat. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Tsu Chen, Chin. 2016. The Investigation on Brand Image of University Education and Student' Word-of-Mouth Behavior; Vol.6, No.4. *Journal Canadian Center of Science Education*
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Ulfatin, Nurul. 2013. Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan. Malang: Bayumedia.
- Widjaja, 2008. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara
- Yulianita. Neny, 2005. Dasar-Dasar Public Relations. Bandung: Pusat Penerbitan Universitas Bandung.

