

PERAN HUMAS DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT PENDAFTARAN PESERTA DIDIK BARU

**Zuhriyo Dwi Yazid Zamakhsyah
Supriyanto**

Prodi Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
zuhriyozamakhsyah16010714068@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Hubungan masyarakat adalah usaha menumbuhkan partisipasi publik sehingga dapat menambah tingkat kepercayaan publik bagi individu ataupun lembaga. Humas dalam suatu lembaga pendidikan adalah segala proses pengelolaan hubungan lembaga dengan masyarakat sebagai upaya menunjang proses pembelajaran di lembaga penyelenggara pendidikan sehingga dapat meningkatkan mutu layanan pendidikan. Fungsi humas dalam pendidikan diharapkan mampu menjadi komunikator dan mediator untuk anggota dalam sebuah organisasi atau lembaga maupun untuk masyarakat yang luas, Humas juga dapat menampung aspirasi masyarakat terkait segala kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi sehingga humas dapat meningkatkan citra yang baik dimasyarakat. Penulisan artikel bertujuan untuk mendeskripsikan peran humas dalam meningkatkan minat pendaftaran peserta didik baru. Artikel ini ditulis menggunakan metode studi literatur terhadap 20 jurnal (internasional dan nasional) serta dari pustaka lainnya. Dari beberapa jurnal tersebut maka dapat diketahui bahwasanya peran humas memiliki tujuan untuk menumbuh kembangkan persepsi yang berimbas pada citra yang positif bagi lembaga penyelenggara pendidikan di mata masyarakat.

Kata Kunci: humas, minat, peserta didik, pendaftaran peserta didik.

Abstract

Public relations is an effort to foster public participation so as to increase the level of public trust for individuals or institutions. Public Relations in an educational institution is all the processes of managing the relationship between institutions and the community as an effort to support the learning process in educational institutions so that it can improve the quality of education services. The function of public relations in education is expected to be a communicator and mediator for members in an organization or institution or for the wider community, Public Relations can also accommodate the aspirations of the community related to all activities carried out by an organization so that public relations can improve a good image in the community. Writing the article aims to describe the role of public relations in increasing interest in registering new students. This article was written using the method of studying literature from 20 journals (international and national) as well as from other literature. From these journals, it can be seen that the role of public relations has the aim to foster perceptions which impact on a positive image for educational institutions in the eyes of the public.

Keywords: public relations, interests, students, student registration.

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan bagian yang sangat penting untuk menunjang kemampuan berpikir pada peserta didik. Pendidikan bisa didapatkan melalui berbagai jenis baik formal, non formal, dan informal. Dalam pendidikan formal kita bisa mendapat ketika mengikuti aktivitas-aktivitas yang telah disusun secara terstruktur oleh institusi pendidikan. Jenis pendidikan nonformal merupakan

proses memperoleh pengetahuan oleh siswa atau peserta didik melalui pengalaman pada kegiatan sehari-hari baik yang dilakukan secara pribadi atau informasi pengetahuan yang diperoleh dari orang lain.

Pendidikan merupakan proses pembentukan ataupun perbaikan kepribadian seseorang dalam proses mendewasakan manusia melalui proses pembelajaran dan pelatihan. Sekolah merupakan

suatu lembaga pendidikan yang formal serta dibutuhkan oleh berbagai kalangan masyarakat, maka sekolah atau lembaga penyelenggara pendidikan adalah jenjang pendidikan yang tidak luput dari peran serta lingkungan serta masyarakat disekitar. Oleh karena itu jika lembaga sekolah sesuai dengan yang dibutuhkan masyarakat dan dapat mengembangkan kemampuan yang dimiliki, serta sekolah juga memberikan pendidikan yang berkualitas dan dengan hasil lulusan sesuai yang dibutuhkan masyarakat. Melihat pentingnya hal tersebut maka disitulah lembaga atau sekolah membutuhkan pendapat serta solusi dari masyarakat agar sistem hubungan masyarakat dalam lembaga penyelenggara pendidikan bisa bekerja dengan optimal dan dapat menyesuaikan dengan apa yang diharapkan.

Abdurrahman (Suryosubroto, 2012: 13) menjelaskan bahwa humas merupakan aktivitas guna menumbuh kembangkan pengertian, support atau dukungan, serta komitmen masyarakat dan lembaga lainnya. Prioritas pendidikan membuat kerjasama lembaga dengan masyarakat sebagai kebutuhan primer. Kerjasama ini digunakan untuk kelancaran proses pendidikan di sekolah dan guna meningkatkan kualitas prestasi belajar peserta didik khususnya, hubungan masyarakat yang efektif memerlukan pemahaman dan pengetahuan yang sedang dibutuhkan masyarakat sehingga bertujuan untuk menumbuhkan citra lembaga yang baik di masyarakat.

Persaingan mutu layanan pendidikan di setiap sekolah sangat terbuka lebar, mutu layanan pendidikan pada suatu lembaga pendidikan dibutuhkan sebagai pengembangan kualitas sekolah supaya lebih unggul dan diminati oleh masyarakat sehingga masyarakat lebih percaya untuk menyekolahkan anak didiknya lebih tepat dan terpercaya untuk mengembangkan kemampuan anak didiknya. Oleh karena itu lembaga pendidikan juga berkolaborasi dengan masyarakat supaya masyarakat dapat tertarik dengan promosi sekolah yang dilakukan.

Wijaya (2008:42) menyatakan pemasaran lembaga penyelenggara pendidikan salah satunya sekolah sangatlah dibutuhkan untuk menarik siswa agar dapat belajar di sekolah tersebut. Pertama sekolah merupakan lembaga non profit yang memiliki tujuan untuk memasarkan layanan pendidikan serta guna menarik dan meyakinkan minat masyarakat "pelanggan" serta pihak yang terkait di dalamnya. Selanjutnya, perlunya keyakinan pelanggan bahwa layanan pendidikan harus relevan dengan kebutuhan pelanggan. Ketiga, perlu adanya tindakan atau kegiatan publikasi pemasaran supaya mutu pelayanan dapat dipahami

masyarakat. Keempat, supaya keberadaan penyelenggara pendidikan selalu diperhatikan pelanggan atau masyarakat. Aktivitas publikasi atau pemasaran bukan sekadar hanya aktivitas bisnis lembaga pendidikan untuk mendapatkan siswa baru, melainkan menjadi sebuah prioritas tanggung jawab yang besar kepada pelanggan atau masyarakat luas.

Promosi yang baik dapat memberikan imbas terhadap minat peserta didik untuk mendaftarkan dirinya pada lembaga sekolah yang dianggapnya baik dan berkualitas untuk mengembangkan kemampuan yang dimilikinya, promosi sangatlah penting untuk memasarkan lembaga sekolahnya baik berupa poster tentang mutu sekolah yang hampir di setiap jalan terpampang, pembagian brosur di dekat-dekat sekolah serta kegiatan sosialisasi ke sekolah-sekolah untuk menyampaikan mutu lembaga sekolah agar dapat menarik minat peserta didik baru.

Persaingan mutu antar sekolah semakin meningkat. Setiap tahunnya sekolah mengalami pertumbuhan yang baik, baik sekolah yang berstatus negeri maupun swasta, demikian lembaga harus menyeimbangkan daya saing dengan perkembangan pendidikan sekarang dan seterusnya. Perkembangan pembangunan sekolah semakin tahun mengalami penambahan jumlah, dengan begitu peranan masyarakat sekolah khususnya humas pada sekolah ini sangat diperlukan guna untuk meningkatkan kualitas sekolah agar sekolah mampu mempertahankan citra sekolah dan sekolah mampu menarik minat peserta didik baru pada era selanjutnya.

Berdasarkan ulasan penulis menggali lebih dalam tentang peran humas dalam lembaga sekolah untuk dapat menumbuhkan tingkat minat pendaftar siswa baru sehingga sekolah dapat memperoleh kepercayaan dari pelanggan untuk menyekolahkan anak didiknya.

METODE

Metode penulisan yang digunakan dalam tulisan ini adalah menggunakan studi literatur dengan menelaah 20 jurnal (internasional dan nasional) yang memiliki hubungan dengan peran humas dalam meningkatkan minat pendaftaran peserta didik baru.

Tabel 1. Studi literatur jurnal

No	Nama (tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Teknik pengumpulan data
1	Khosidah Vivin Indahrini. 2011.	Strategi Pemasaran Sekolah dalam	Metodel iteratur	Dokumentasi Dan Artikel

		Meningkatkan Jumlah Siswa di SD Muhammadiyah Sugio Kecamatan Sugio Kabupaten Lamongan		
2	Ina Komariyah. 2013	Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik di TK Al-Firdaus Jatisari Semarang.	Kuantitatif	Observasi, wawancara, dokumentasi
3	Anwar Yahya. 2009.	Upaya Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa Bersekolah di SMK Perkebunan MM 52 Yogyakarta	Metode kuantitatif	Kuesioner dan dokumentasi
4	Ahmad Husaini (2013)	Pelaksanaan Seleksi Penerimaan Siswa Baru Program Akselerasi di SMPN 3 Tangerang Selatan	Metode literatur	artikel penelitian
5	Xu Yuanzhong (2016)	<i>A study on the relationship between public relations and brand strategy</i>	Metode literatur	Artikel
6	Brian D. Christensen (2010)	<i>Public Relations Building in Grassroots Community Organizing, Relational Intervention for individual and sistem changes</i>	Metode kualitatif	Observasi, wawancara, dokumentasi
7	Bala. B Kwashaba	<i>Administrative Challenges</i>	Metode kualitatif	Observasi,

	wa (2014)	<i>And Strategies Of Managing School Community Relationship In Secondary School In Zamfara State</i> baing A Paper Submitted For Publication In	f	wawancara, dokumentasi
8	Micah (2017)	<i>Influence Of School Community Relationship On The Management Of Secondary School In Southern Senatorial District Of Taraba State, Nigeria,</i>	Metode Kualitatif	wawancara, observasi, dan studi dokumentasi deskriptif analitis
9	Setyoko (2015)	Peran dan Strategi Humas (Public Relation) di Institut Perguruan Tinggi Vokasi	Metode kualitatif	Observasi, wawancara, dokumentasi
10	Ergun Demirel dan Dincer Bayer (2015)	Establishment of cooperation and collaboration platforms between universities and industry to improve education quality	Metode kualitatif	Dokumentasi, observasi, wawancara
11	Edi. 2019	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Berbagai Pengetahuan	Metode Literatur	Dokumentasi dan Artikel
12	Kim A. Johnston (2014)	Public Relations and Engagement: Theoretical	Metode Literatur	Artikel

		Imperatives of a Multidimensional Concept		
13	Jaap Dronkers & Silvia Avram (2010)	A cross-national analysis of the relations of school choice and effectiveness differences between private-dependent and public schools,	Metode Literatur	Artikel
14	Yan Jin (2010)	Emotional Leadership as a Key Dimension of Public Relations Leadership: A National Survey of Public Relations Leaders	Metode Literatur	Artikel
15	Kelly Page Werder & Derina Holtzhausen (2009)	An Analysis of the Influence of Public Relations Department Leadership Style on Public Relations Strategy Use and Effectiveness	Metode Literatur	Artikel
16	Bey-Ling Sha (2006)	Cultural Identity in the Segmentation of Publics: An Emerging Theory of Intercultural Public Relations	Metode Literatur	Artikel
17	Lee Edwards (2009)	Symbolic Power and Public Relations Practice: Locating Individual Practitioners in Their	Metode Literatur	Artikel

		Social Context		
18	Shannon A. Bowen (2005)	A Practical Model for Ethical Decision Making in Issues Management and Public Relations	Metode Literatur	Artikel
19	Kathy R. Fitzpatrick (2007)	Advancing the New Public Diplomacy: A Public Relations Perspective	Metode Literatur	Artikel
20	Jae-Hwa Shin, Robert L. Heath & Jaesub Lee (2011)	A Contingency Explanation of Public Relations Practitioner Leadership Styles: Situation and Culture	Metode Literatur	Artikel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian dari Indahrini (2011). Cara yang digunakan dalam meningkatkan jumlah siswa yaitu menggunakan cara kunjungan ke ranting-ranting Muhammadiyah se-kecamatan Sugio yang dilakukan pihak sekolah sejak berdirinya sekolah. Cara yang dilakukan sekolah cukup efektif karena sekolah melakukan kegiatan-kegiatan yang dirasa cukup menghibur dan menambah wawasan pada masyarakat sekitar. Persamaan pada peneliti ini yaitu sama-sama membahas tentang cara meningkatkan peserta didik serta sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, perbedaan terletak pada lokasi penelitian, fokus penelitian dan strategi pemasaran yang digunakan

Hasil penelitian dari Komariyah (2013). Menunjukkan bahwa pemasaran dalam peningkatan penerimaan peserta didik yaitu dilakukan oleh pemimpin sekolah. Hal ini dilakukan lembaga sekolah dikarenakan agar perencanaan pendidikan yang dilaksanakan dapat tersusun lebih efektif. Program pemasaran yang dilakukan oleh lembaga sekolah tersebut yaitu dengan bersosialisasi dengan masyarakat dengan baik serta saling menyapa, santun, ramah agar menimbulkan efek yang positif bagi sekolah tersebut. Persamaan pada peneliti ini yaitu sama-sama membahas tentang cara meningkatkan peserta didik serta sama

menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, perbedaan terletak pada lokasi penelitian, fokus penelitian dan strategi pemasaran yang digunakan.

Hasil penelitian dari Yahya (2009). menyatakan bahwa pada tahun sebelumnya sekolah mengalami penurunan peserta didik yang mendaftar, oleh karena itu lembaga pendidikan tersebut melakukan kegiatan kegiatan yang dapat menarik siswa agar dapat bersekolah di lembaga sekolah ini yaitu dengan cara melakukan kegiatan sosialisasi ke sekolah sekolah tujuannya agar siswa mengetahui profil sekolah dan tujuan tujuan sekolah selain itu juga sekolah menyediakan fasilitas tempat tinggal gratis bagi siswa yang berasal dari luar kota maupun luar daerah. Persamaan pada peneliti ini yaitu sama-sama membahas tentang cara meningkatkan peserta didik serta sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, perbedaan terletak pada lokasi penelitian, fokus penelitian dan strategi pemasaran yang digunakan.

Menurut penelitian Husaini (2013). Menjelaskan bahwa kegiatan penerimaan peserta didik baru merupakan kegiatan awal yang dilakukan oleh seluruh lembaga sekolah dalam menyesuaikan kemampuan diri dengan adanya program akselerasi. Sebelum penerimaan siswa baru di kelas akselerasi terdapat beberapa langkah yang sama dilakukan pada penerimaan siswa baru kelas reguler. Diantaranya adalah analisis kebutuhan, panitia penerimaan siswa baru, dan pengumuman. Persamaan pada peneliti ini yaitu sama-sama membahas tentang cara meningkatkan peserta didik serta sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, perbedaan terletak pada lokasi penelitian, fokus penelitian dan strategi pemasaran yang digunakan.

Hasil penelitian dari Yuanzhong (2016) Penelitian menunjukkan hubungan masyarakat merupakan alat yang berguna untuk menerapkan strategi masyarakat. Hubungan masyarakat memainkan peran penting dalam meningkatkan motivasi pada peserta didik, persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang cara meningkatkan peserta didik serta membicarakan tentang hubungan baik dengan masyarakat, perbedaan dari penelitian ini yaitu penerapan strategi yang berbeda untuk meningkatkan minat peserta didik.

Hasil penelitian dari Christensen (2010) Yaitu hubungan timbal balik antara masyarakat dan peserta didik sehingga peserta didik dapat mencapai prestasi yang diharapkan dan mampu membawa nama baik sekolah, persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang peserta didik dan membicarakan tentang hubungan baik dengan masyarakat, perbedaan dari penelitian ini yaitu

strategi yang dilakukan dalam menjalin hubungan baik dengan masyarakat.

Hasil penelitian dari Bala dan Aliyu (2014) penelitian ini menjelaskan tentang strategi yang dikelola oleh hubungan masyarakat dalam mempromosikan sekolah tersebut sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan putra dan putrinya di sekolah tersebut, persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang minat pendaftaran peserta didik, serta perbedaan dari penelitian ini yaitu berbeda cara dalam strategi memasarkan sekolah.

Hasil penelitian dari Micah, dkk (2017). Penelitian ini yaitu menjelaskan tentang pengaruh hubungan masyarakat dalam meningkatkan peserta didik sehingga sekolah tersebut dapat dipercayai oleh masyarakat yang dapat mampu mengembangkan potensi yang dimiliki oleh peserta didik, persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang meningkatkan peserta didik dan membahas tentang hubungan masyarakat, perbedaan dari penelitian ini yaitu strategi yang diterapkan oleh lembaga sekolah tersebut.

Hasil penelitian dari Setyoko (2015). Penelitian ini yaitu peranan humas dalam perguruan tinggi vokasi di era kompetisi bukan suatu hal yang bisa ditunda tetapi sudah termasuk dalam skala prioritas utama dari berbagai program perguruan tinggi vokasi. Persamaan pada peneliti ini yaitu sama-sama membahas tentang peranan hubungan masyarakat serta sama menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, perbedaan terletak pada lokasi penelitian, fokus penelitian dan strategi yang digunakan.

Hasil penelitian dari (Demirel dan Bayer, 2015). Penelitian ini yaitu kerjasama antara universitas dan industri guna meningkatkan pendidikan dan melatih yang merupakan elemen penting bagi perkembangan ekonomi. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama sama membahas tentang peningkatan kualitas pendidikan, menggunakan pendekatan kualitatif, perbedaan terletak pada lokasi penelitian dan fokus penelitian.

Menurut hasil dari jurnal Johnston (2014) menjelaskan bahwa konsep yang paling penting dalam hubungan masyarakat yaitu menyediakan fasilitas sarana dan prasarana yang bertujuan untuk memudahkan berkomunikasi dalam suatu organisasi agar meningkatkan hubungan yang harmonis dalam organisasi sehingga suatu organisasi dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Selain itu juga hubungan masyarakat juga menyajikan ruang untuk menyampaikan aspirasi mereka dalam mencapai tujuan yang diharapkan dan memadukan aspirasi-aspirasi dari berbagai pemikiran agar tercapai dengan baik

Menurut hasil dari jurnal Dronkers dan Avram (2010) menjelaskan bahwa kecenderungan masyarakat dengan mempertimbangkan antara sekolah swasta dan sekolah negeri dengan pendapatan ekonomi orang tua untuk menyekolahkan putra-putrinya. Dari sampel yang didapatkan orang tua memilih menyekolahkan anaknya di sekolah negeri dikarenakan sekolah negeri sebagian pembiayaan pendidikan dibiayai oleh Negara dan diharapkannya orang tua dapat meringankan beban ekonominya

Menurut hasil dari jurnal Jin (2010) menjelaskan bahwa dengan adanya rasa kepemimpinan yang dapat meningkatkan sumber daya manusia dan menimbulkan rasa kepercayaan kepada seseorang yang berusaha memotivasi untuk melakukan hal sesuatu yang dapat mengembangkan kemampuannya sehingga hal tersebut menimbulkan rasa kepercayaan bagi masyarakat.

Menurut hasil dari jurnal Werder dan Holtzhausen (2009). Menjelaskan tentang gaya kepemimpinan yang adil dalam lingkungan masyarakat dapat berpengaruh penting bagi masyarakat, sehingga tidak membebaskan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut juga berdampak pada kemajuan motivasi masyarakat agar lingkungan masyarakat tersebut dapat mengembangkan potensi yang dapat meningkatkan hasil perekonomian mereka sehingga masyarakat merasa senang akan keputusan yang diberikan oleh pemimpin yang dianggap masyarakat dapat memimpin mereka kedepannya.

Menurut hasil dari jurnal Edwards (2009) menjelaskan tentang untuk membangun hubungan masyarakat yang baik di masyarakat seseorang harus melakukan interaksi agar dapat dikenal dikalangan masyarakat dan menjelaskan tentang program-program yang sedang di laksanakan sehingga dapat menarik minat masyarakat. Selain itu juga mendapatkan citra yang baik di kalangan masyarakat sehingga dapat dipercayai untuk memperkuat rasa hubungan masyarakat mereka di kalangannya.

Menurut hasil dari jurnal Bowen (2005) menjelaskan tentang dalam pengambilan keputusan yang baik sehingga dapat menguntungkan orang banyak dan tidak merugikan masyarakat pemimpin harus mengerti kondisi dan situasi yang sedang dialami oleh masyarakat sehingga keputusan tersebut dapat diterima oleh semua dikalangan, oleh sebab itu pengambilan keputusan yang tepat dapat berpengaruh penting bagi kedepannya.

Menurut hasil dari jurnal Fitzpatrick (2007). Menjelaskan tentang peran hubungan masyarakat sangat penting dalam pendidikan dikarenakan hubungan masyarakat dapat menjalin kerjasama

yang baik antara masyarakat dan lembaga pendidikan.

Menurut hasil dari jurnal Shin, dkk (2011). Menjelaskan tentang strategi yang dilakukan hubungan masyarakat diharapkan dapat memecahkan suatu permasalahan pada sekolah sehingga hubungan masyarakat dengan sekolah dapat berjalan dengan baik.

Pembahasan

Peranan humas sangatlah penting bagi meningkatnya jumlah siswa yang mendaftar di sekolah tersebut, oleh sebab itu maka semakin meningkatnya jumlah siswa pada sekolah tersebut dapat dilihat dari kualitas sekolah yang baik selain itu juga upaya humas dalam mempromosikan sekolah juga baik sehingga masyarakat dapat mengetahui program-program yang terdapat pada sekolah tersebut.

Menurut Yahya (2009). menyatakan bahwa pada tahun ketahun jumlah siswa yang mendaftar di sekolah ini mengalami penurunan, oleh karena itu lembaga pendidikan tersebut melakukan kegiatan kegiatan yang dapat menarik siswa agar dapat bersekolah di lembaga sekolah ini yaitu dengan cara melakukan kegiatan sosialisasi ke sekolah sekolah tujuannya agar siswa mengetahui profil sekolah dan tujuan tujuan sekolah selain itu juga sekolah menyediakan fasilitas asrama sekolah gratis bagi siswa siswa yang berasal dari luar kota maupun luar daerah.

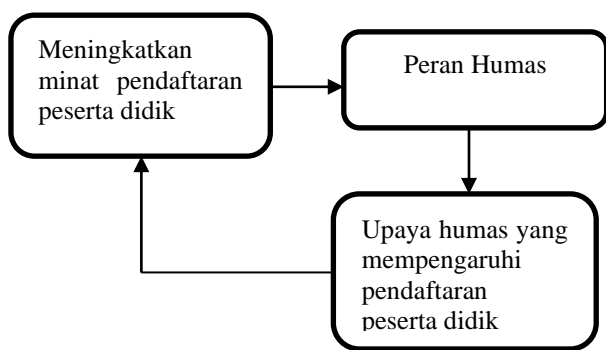
Menurut hasil dari jurnal Johnston (2014) menjelaskan bahwa konsep yang paling penting dalam hubungan masyarakat yaitu menyediakan fasilitas sarana dan prasarana yang bertujuan untuk memudahkan berkomunikasi dalam suatu organisasi agar meningkatkan hubungan yang harmonis dalam organisasi sehingga suatu organisasi dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Selain itu juga hubungan masyarakat juga menyajikan ruang untuk menyampaikan aspirasi mereka dalam mencapai tujuan yang diharapkan dan memadukan aspirasi-aspirasi dari berbagai pemikiran agar tercapai dengan baik

Upaya tersebut dilakukan humas sekolah agar sekolah mendapatkan kepercayaan peserta didik dan masyarakat. Berikut merupakan gambaran kerangka konseptual tentang upaya meningkatkan hasil belajar siswa.

Peran Humas

Hubungan masyarakat (humas) adalah suatu cara atau teknik yang digunakan untuk menjelaskan sesuatu hal yang lebih baik terhadap masyarakat sehingga dapat mempengaruhi rasa kepercayaan masyarakat terhadap hal tersebut. Humas merupakan terjemahan istilah dari bahasa Inggris:

Public Relations (sering disingkat PR) atau "Hubungan Publik".



Gambar 1. Kerangka Berfikir.

Menurut International Public Relations Association (IPRA). (Effendy, 2002:20-21) Humas merupakan suatu kegiatan yang sudah direncanakan oleh lembaga pendidikan bertujuan untuk memperoleh dukungan dari masyarakat agar kegiatan belajar di sekolah dapat berjalan dengan baik serta dapat meningkatkan mutu sekolah.

Sedangkan menurut Howard Bonham dalam kegiatan American National Red Cross menyatakan bahwa definisi humas yaitu: "*Public relations is the art of bringing about better public understanding which breeds greater public confidence for any individual or organization.*"

Dari beberapa pengertian diatas, humas merupakan seni dalam menciptakan pengertian masyarakat lebih baik dan dapat berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat. Lembaga Humas di Amerika mendefinisikan bahwa humas merupakan kegiatan yang direncanakan dan bersifat kontinuitas yang dilaksanakan guna menunjang dan membangun hubungan timbal balik antara organisasi dan masyarakat.

Ragas, dkk (2015:1) "*public relations is often defined today as a strategic management function that contributes to the attainment of organizational goals and objectives*" yaitu hubungan masyarakat sering didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang strategis dengan memberikan kontribusi untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi

Hubungan Masyarakat/*public relations* adalah suatu kegiatan yang menilai sikap masyarakat terhadap suatu kegiatan yang menunjukkan rasa kebijaksanaan yang tumbuh dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh hasil dari perencanaan yang sudah direncanakan.

Fungsi Humas

Fungsi-fungsi humas dalam organisasi yang tercantum dalam *booklet in PRSA (Public Relations Society Of America)* yang berjudul *Careers in*

Public Relations Dalam Putra (1999:10-11) dapat menjelaskan berbagai fungsi humas, antara lain:

1. **Programming.** Kegiatan ini menentukan jalan keluar suatu permasalahan dalam organisasi serta memberikan pengalaman untuk melaksanakan kegiatan selanjutnya.
2. **Relationship .** Seorang pelaksana manajemen humas yang berhasil dalam melaksanakan kegiatan harus dapat mengembangkan keterampilan dalam mengumpulkan data dan informasi guna menjadikan organisasi yang dapat dipercaya oleh masyarakat luas.
3. **Writing dan Editing.** Kegiatan ini bertujuan untuk mencapai tujuan yang besar, Dalam hal tersebut yang harus dilakukan yaitu melalui barang cetakan yang digunakan dalam kegiatan humas seperti laporan tahunan, majalah sekolah ataupun dengan media informasi yang berbentuk berita, yang diharapkan mampu mencapai tujuan yang diharapkan.
4. **Information.** Membangun sistem informasi yang baik dan menyebarkan informasi secara luas guna memberikan pengetahuan bagi masyarakat secara efektif dari berbagai media atau saluran, komunikasi, termasuk di dalamnya, koran, radio, sosial media atau internet.
5. **Production .** Fungsi humas ini berkaitan dengan kegiatan produksi media komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi yang sudah dirancang oleh humas.
6. **Special Event .** Suatu kegiatan yang bertujuan untuk mencapai hasil yang diharapkan dengan acara konferensi pers, pameran, pemberian penghargaan, kunjungan perusahaan dan sebagainya merupakan kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan oleh manajemen humas.
7. **Speaking.** Suatu kegiatan penting yang harus dikuasai atau di pahami oleh manajemen humas yaitu keterampilan berbicara baik secara jarak jauh maupun untuk tatap muka kelompok (*public speaking*).
8. **Research dan Evolution .** Suatu kegiatan yang bertujuan untuk pengumpulan informasi sebanyak-banyaknya. Baik dengan cara formal maupun informal, dapat juga menggunakan berbagai teknik. Penelitian biasanya digunakan untuk hasil kegiatan yang sudah direncanakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Pengertian Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah Keinginan yang timbul pada hati seseorang dalam melakukan sesuatu dan hasrat untuk memiliki suatu hal. Menurut Wassid dan Sunendar (2011) minat adalah perpaduan rasa kemauan untuk memiliki yang dapat tumbuh pada diri

seseorang. Walgito (1981) mengatakan bahwa minat merupakan keadaan yang timbul dari keprihatinan pada diri seseorang terhadap objek untuk mengetahui dan mempelajarinya. Proses pendidikan dibutuhkan adanya rasa perhatian dalam mempelajari dan memahami suatu hal sehingga peserta didik dapat terbiasa melakukan sesuatu yang biasanya jarang diperbuat. Maka dengan hal ini terjadilah kegiatan yang dapat merubah sikap, kepribadian yang bersifat afektif, kognitif dan psikomotorik.

Nasution, dkk (1981) berpendapat bahwa minat adalah hal yang penting bagi seseorang ketika melakukan kegiatan sebagai pemenuhan aspek kewajiban. Minat dapat mempengaruhi perilaku seseorang sehingga dapat mendorong untuk melakukan kegiatan, sehingga seseorang tersebut rela meninggalkan sesuatu agar dirinya terikat pada kegiatan yang diikuti. Sedangkan Winkel (2009) berpendapat bahwa definisi minat adalah perasaan yang timbul dari seseorang untuk memiliki objek pada dirinya sehingga merasakan kesenangan dan kenyamanan dalam melakukan kegiatan. Menurut Witherington (1985) minat adalah kesadaran pada diri seseorang pada objek yang dilakukan.

Definisi minat menurut Suryabrata (2011) yaitu rasa ketertarikan terhadap suatu kegiatan yang berada di sekelilingnya yang dapat menarik keinginan untuk mengikuti kegiatan tersebut. Pada dasarnya minat merupakan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang terdapat dalam luar dirinya, apabila semakin besar dan semakin kuat hubungan tersebut maka semakin besar pula minatnya. Dalam usaha meningkatkan minat harus dilalui proses pembelajaran yang dilakukan dalam bentuk kegiatan bekerja. Dalam kelompok tersebut menjadi interaksi antar seseorang yang dapat menumbuhkan minat terhadap suatu kegiatan.

Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Suatu kegiatan yang ada di sekelilingnya yang dapat menarik keinginan untuk mengikuti kegiatan tersebut secara tiba-tiba. Rasa minat juga dapat timbul dari berbagai interaksi yang dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap suatu hal. Menurut Crow and Crow yang dikutip Dimiyati (2001) yang mengatakan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

Faktor dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan suatu objek yang dianggapnya tertarik untuk melakukannya.

1. Faktor motif sosial yang timbul akibat adanya dorongan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan sekitar.

2. Faktor emosional yang dapat diartikan sebagai tolak ukur seseorang untuk memberikan perhatian pada objek tertentu

Konsep Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Manajemen Peserta Didik Baru

Menurut Prihatin (2011:4) menjelaskan bahwa manajemen peserta didik merupakan suatu kegiatan pengaturan yang telah diterapkan oleh pemerintah terhadap peserta didik mulai dari proses masuk dengan proses kelulusan. Menurut Imron (2012:41) bentuk manajemen peserta didik adalah pada penerimaan peserta didik baru, pada proses tersebut siswa yang akan mendaftar di suatu lembaga pendidikan harus memenuhi beberapa syarat yang telah ditentukan oleh lembaga pendidikan tersebut ataupun pemerintah. Sedangkan pengertian manajemen peserta didik menurut Mulyasa (2012:69) merupakan suatu sistem yang mengatur kegiatan yang bersangkutan dengan peserta didik mulai dari pendaftaran peserta didik sampai kelulusan. Tujuan manajemen peserta didik yaitu sebagai pengatur dan pengawas setiap kegiatan yang sedang dilakukan peserta didik di lembaga pendidikan supaya dalam proses pendidikan peserta didik dapat mengembangkan potensi secara maksimal serta dapat mencapai tujuan pendidikan nasional

Berdasarkan pendapat yang sudah dipaparkan maka dapat diartikan bahwa manajemen peserta didik merupakan suatu bentuk kegiatan yang dilakukan pemerintah maupun suatu lembaga pendidikan untuk mengembangkan potensi peserta didik serta dapat mengembangkan wawasan peserta didik dalam suatu kegiatan yang sudah dilaksanakan.

Penerimaan Peserta Didik Baru

Menurut Kusumaningrum, dkk. (2017:17) penerimaan peserta didik baru merupakan kegiatan yang dilakukan dalam rangka menyeleksi calon peserta didik baru yang akan mendaftar pada suatu lembaga pendidikan. Seleksi tersebut berkaitan dengan potensi, bakat serta sebesar apa minat peserta didik mendaftar pada lembaga pendidikan yang dituju. Menurut Prihatin (2011:4) menjelaskan bahwa manajemen peserta didik merupakan suatu kegiatan pengaturan yang telah diterapkan oleh pemerintah terhadap peserta didik mulai dari proses masuk dengan proses kelulusan.

Sebelum melakukan proses penerimaan peserta didik baru, setiap sekolah harus melakukan analisis kebutuhan jumlah siswa yang akan diterima, hal ini menjadi bagian terpenting dikarenakan menentukan daya tampung kelas atau jumlah peserta didik baru yang tersedia di sekolah, sehingga pendidikan dapat berlangsung secara nyaman dan peserta didik

baru dapat belajar dengan serius dan berkonsentrasi. Berdasarkan pengertian yang sudah dipaparkan dari berbagai para ahli penerimaan peserta didik merupakan suatu kegiatan yang terpenting dalam menjalankan suatu pendidikan serta mengatur tatanan sistem pendidikan dalam mengatur dari siswa masuk sampai kelulusan siswa dalam suatu lembaga pendidikan tersebut.

Faktor Penghambat Dalam Proses Penerimaan Peserta Didik Baru

Menurut (Badrudin, 2014:49), dalam memperoleh peserta didik baru yang sesuai dengan kebutuhan dan kriteria yang sudah diterapkan oleh sekolah. Sekolah harus menentukan kriteria-kriteria yang sesuai dengan ketetapan sekolah agar mendapatkan calon peserta didik yang diharapkan, selain itu juga hambatan yang dialami oleh calon peserta didik baru juga harus diperhitungkan sekolah agar mendapatkan serta menarik minat peserta didik untuk menimba ilmu di sekolah tersebut, adapun faktor yang menghambat proses penerimaan peserta didik baru antara lain:

- a. Adanya peserta didik yang hasil tesnya kurang memenuhi untuk mendaftar di sekolah tersebut.
- b. Memiliki tingkat ekonomi yang rendah sehingga menyebabkan calon peserta didik sulit untuk berpartisipasi terkait kegiatan yang diadakan oleh sekolah.
- c. Kurangnya percaya diri terhadap calon peserta didik dan orang tua untuk menimba ilmu di sekolah tersebut.
- d. Kurangnya rasa minat terhadap lembaga sekolah tersebut dikarenakan kurang terkenalnya sekolah tersebut.
- e. Ekstrakurikuler yang kurang memadai pada saat promosi sehingga peserta didik kurang begitu minat terhadap sekolah tersebut.

Peran Humas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pendaftaran Peserta Didik Baru

Peranan humas sangatlah penting bagi meningkatnya jumlah siswa yang mendaftar di sekolah tersebut, oleh sebab itu maka semakin meningkatnya jumlah siswa pada sekolah tersebut dapat dilihat dari kualitas sekolah yang baik selain itu juga upaya humas dalam mempromosikan sekolah juga baik sehingga masyarakat dapat mengetahui program-program yang terdapat pada sekolah tersebut. Berikut adalah upaya humas dalam meningkatkan minat pendaftaran siswa (May 2005:86-88):

1. Peran Humas Sebagai (*Customer Relations*)
 Dalam Meningkatkan Minat Pendaftar Peserta Didik Baru.

Dalam hal tersebut peran humas sangat berperan penting dalam meningkatkan peserta didik karena

peserta didik sangatlah berperan penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan, peranan humas dalam *customer relations* ini bisa disebut sebagai manajemen hubungan peserta didik yang tidak hanya melakukan sebuah hubungan dengan masyarakat sekitar tetapi hubungan ini juga dapat dilaksanakan atau diimplementasikan dalam kaitannya dengan calon peserta didik baru seperti halnya memberikan sebuah informasi tentang MOS (masa orientasi siswa baru). Dalam hal ini peran humas sangat diperlukan agar acara tersebut bisa dipahami oleh calon peserta didik baru, seperti halnya menginformasikan tanggal pelaksanaan kegiatan, menginformasikan keperluan calon peserta didik baru dan menginformasikan tentang agenda acara sebelum kegiatan tersebut dilaksanakan, hal ini juga berlaku pada wali murid atau masyarakat tidak hanya calon peserta didik baru.

Dalam meningkatkan minat pendaftar peserta didik agar peserta didik terpicu oleh kegiatan-kegiatan yang ada dalam lembaga sekolah agar bakat yang dimiliki peserta didik dapat tersalurkan serta nilai plus bagi sekolah dalam meningkatkan kualitas lembaga sekolah tersebut. Dalam hal ini humas melakukan kegiatan yang dapat memikat minat pendaftar peserta didik yaitu dengan: 1. Periklanan. Kegiatan periklanan yang dilakukan oleh kepala humas yaitu dengan mengadakan pameran mengikuti pawai, menyebarkan brosur dan memasang baliho di tempat-tempat strategis agar masyarakat dapat mudah untuk melihat. 2. Peran Humas Sebagai (*Community Relations*).

Dalam hal ini peranan humas mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan masyarakat serta orang tua peserta didik agar peserta didik dapat terawasi oleh orang tua, dalam hal tersebut bahwa hubungan humas dengan masyarakat maupun orang tua peserta didik dapat berorientasi kepada kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan masyarakat atau orang tua peserta didik dapat berpartisipasi, maka dari kegiatan tersebut masyarakat serta orang tua peserta didik juga mendapatkan pengetahuan dari lembaga sekolah serta dapat melihat keberlangsungan putra dan putrinya dalam menimba ilmu.

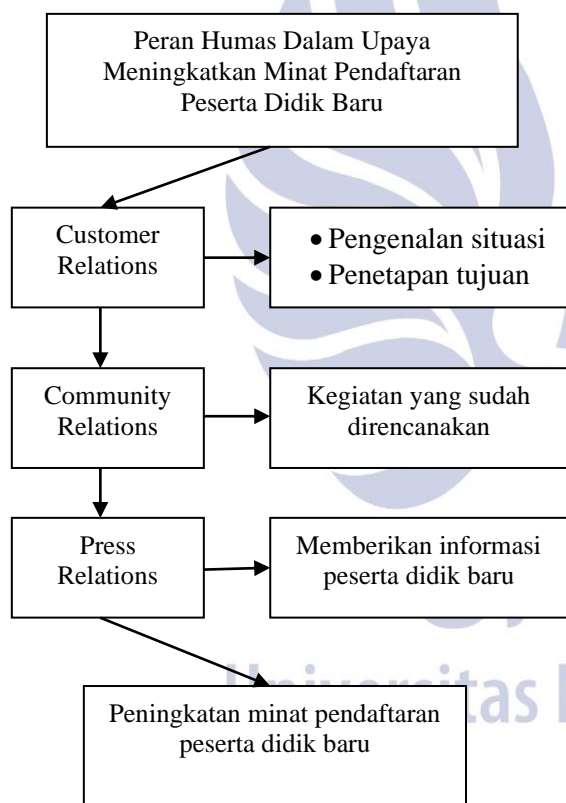
3. Peran Humas Sebagai (*Press Relations*).

Dalam kegiatan ini mencakup kegiatan membuat kliping serta menganalisa opini publik atau aspirasi dari kelompok-kelompok agar peserta didik dapat mengembangkan kemampuan IPTEK. Selain itu juga dalam kegiatan tersebut dapat melatih peserta didik dalam kemajuan ilmu teknologi yang semakin tahun semakin berkembang agar peserta didik tidak ketinggalan dengan perkembangan teknologi tersebut, serta dapat melatih peserta didik dalam mencari sumber sumber pengetahuan dalam

menambah wawasan bagi peserta didik. Manfaat lain dalam pelaksanaan peran humas *Press Relations* adalah memberikan informasi tentang bagaimana seorang peserta didik mampu bersaing dengan peserta didik yang lainnya, pentingnya ilmu pengetahuan dan pemahaman yang mendasar tentang teknologi dapat memberi gambaran pada peserta didik tentang pentingnya sebuah peningkatan dan karakteristik dalam pribadi masing-masing. Hal ini diperlukan oleh peserta didik untuk bersaing dengan kemajuan teknologi yang terjadi di persaingan yang ada di era-globalisasi.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan dari uraian diatas dapat di simpulkan bahwa peranan humas sangatlah penting bagi sekolah dikarenakan dengan adanya humas sekolah dapat mampu mengembangkan pengetahuan bagi peserta didik. Oleh karena itu akan dijelaskan mengenai bagian-bagian yang ada dalam kerangka berfikir tersebut, antara lain:



Gambar 2. Kerangka Konseptual

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa peranan humas sangatlah penting bagi sekolah, yaitu peranan humas sebagai *customer Relations* dimana hal ini peranan humas dalam memberikan sebuah informasi tentang MOS (masa orientasi siswa baru). Dalam hal ini peran humas sangat diperlukan agar acara tersebut bisa dipahami

oleh calon peserta didik baru, seperti halnya menginformasikan tanggal pelaksanaan kegiatan, menginformasikan keperluan calon peserta didik baru dan menginformasikan tentang agenda acara sebelum kegiatan tersebut dilaksanakan, hal ini juga berlaku pada wali murid atau masyarakat tidak hanya calon peserta didik baru. Peranan humas sebagai *Community Relations* yaitu peran humas dalam membina hubungan baik dengan masyarakat serta orang tua peserta didik agar peserta didik dapat terawasi oleh orang tua, dalam hal tersebut bahwa hubungan humas dengan masyarakat maupun orang tua peserta didik dapat berorientasi kepada kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan masyarakat atau orang tua peserta didik dapat berpartisipasi, dan *Pres Relation*, Disini peranan humas dalam mengembangkan keterampilan dan mengembangkan ilmu pengetahuan bagi peserta didik sehingga jiwa sosial pada peserta didik dapat tumbuh dan bisa hidup mandiri di masa depan.

Saran

Dapat dilihat dari meningkatnya jumlah pendaftar yang mendaftar di lembaga sekolah tersebut. Usaha yang dilakukan oleh humas dalam meningkatkan mutu sekolah sangat berguna sehingga sekolah dapat dikenal oleh kalangan masyarakat sekitar. Selain itu juga humas juga menjalin kerjasama dengan pihak diluar sekolah guna menambah wawasan bagi peserta didik sehingga peserta didik juga mendapatkan ilmu pengetahuan diluar sekolah sehingga dapat menjadi pegangan di kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badrudin. 2014. *Manajemen Peserta Didik*. Jakarta: Indeks.
- Bala. B & Aliyu, U.A. 2014. Administrative Challenges and Strategies of Managing School Community Relationship in Secondary Schools in Zamfara State, Nigeria. *Sokoto International Journal of Counseling Psychology (SIJCP)*, Maiden Edition, 23-32. ISBN: 2384-5120.
- Walgito. B. 1981. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Bowen, S.A. 2005. A Practical Model for Ethical Decision Making in Issues Management and Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 17:3, 191-216. http://dx.doi.org/10.1207/s1532754xjpr1703_1
- Christensen, B.D. 2010. *Public Relations Building in Grassroots Community Organizing: Relational Intervention for Individual and System Changes*.

- (Online).(<https://www.slideshare.net/Shashi04/public-relations-in-grassroots-innovations>, diakses 15 Maret 2018).
- Demirel, E., & Bayer, D. 2015. Establishment Of Cooperation and Collaboration Platforms Between Universities and Industry To Improve Education Quality. *The Online Journal of Quality in Higher Education*. Vol. 2 (3): pp 59-66.
- Dimiyati, M. 2001. *Psikologi Suatu Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Dronkers, J., & Avram, S. 2010. A Cross-National Analysis Of The Relations Of School Choice and Effectiveness Differences Between Private-Dependent and Public Schools, Educational Research and Evaluation. *An International Journal on Theory and Practice*, 16:2,151-175, DOI:<http://dx.doi.org/10.1080/13803611.2010.484977>
- Edwards, L. 2009. Symbolic Power and Public Relations Practice: Locating Individual Practitioners in Their Social Context. *Journal of Public Relations Research*. 21:3, 251-272 <http://dx.doi.org/10.1080/10627260802640674>
- Effendy, O.U. 2002. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: PT. Remaja
- Fitzpatrick, K.R. 2007. *Advancing the New Public Diplomacy: A Public Relations Perspective*. DOI: 10.1163/187119007X240497
- Husaini, A. 2013. *Pelaksanaan Penerimaan Siswa Baru Program Akselerasi di SMPN 3 Tangsel*. Jakarta: uinjkt.
- Imron. A. 2002. *Kebijaksanaan Pendidikan di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indahrini, K.V. 2011. *Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di SD Muhammadiyah Sugio*.
- Wassid, I., & Sunendar., D. 2011. *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jin, Y. 2010: Emotional Leadership as a Key Dimension of Public Relations Leadership: A National Survey of Public Relations Leaders. *Journal of Public Relations Research*. 22:2, 159-181 <http://dx.doi.org/10.1080/10627261003601622>
- Johnston, K.A. 2014. Public Relations and Engagement. Theoretical Imperative of a Multidimensional Concep. *Journal of Public Relations Research*, 26:5, 381-383, DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/1062726X.2014.959863>
- Komarlah, I. 2013. *Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik di TK AL-Firdaus Jatisari Semarang*. Undergraduate (S1) thesis, IAIN Walisongo.
- Kusumaningrum, D.E., Benty, D.D.N., & Gunawan, I. 2017. *Manajemen Peserta Didik*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- May, R.T., 2005. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*. Bandung: Refika Aditama.
- Micah, A., Frankel, & Robert. 2017. *Influence Of School-Community Relationship On The Management Of Secondary Schools In Southern Senatorial District Of Taraba State, Nigeria*. Nigeria. Online. (https://www.researchgate.net/profile/Isaac_Pev/publication/322137576_Influence_Of_SchoolCommunity_Relationship_On_The_Management_Of_Secodary_Schools_In_Southern_Senatorial_District_Of_Taraba_State_Nigeria/Links/5a472268aca272d2945ed498/Influence-Of-School-Community-Relationship-On-The-Management-Of-Secondary-Schools-In-Southern-Senatorial-District-Of-Taraba-State-Nigeria.pdf?origin=publication_detail). Diakses pada tanggal 3 Desember 2018.
- Mulyasa. 2012. *Praktek Penelitian Tindakan Kelas*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, J.U, Basyral, H, & Sapardi. 1981. *Minat Membaca Sastra Pelajar SMA Kelas III DKI Jakarta*. Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa.
- Permendiknas No 13 Tahun 2007 Tentang Supervisi Akademik Materi Pelatihan Penguatan Kemampuan Kepala Sekolah.
- Prihatin, E. 2011. *Manajemen Peserta Didik*. Bandung: Alfa Beta.
- Putra, I.D.N. 1999. *Manajemen hubungan masyarakat*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya
- Ragas, M.W., Uysal, N., & Culp, R. 2015. Bussines 101 In Public Relations Education: An Exploratory Survey Of Senior Communication Executives. *Public Relations Review*, 41(3),378-380. Doi: 10.1016/j.pubrev.2015.02.007.
- Setyoko. 2015. Peran dan Strategi Humas (Public Relation) di Institusi Perguruan Tinggi Vokasi. *Jurnal Orbith*. Vol. 11 (1): hal. 41-45.

Shin, J.H., Heath, R.L., & Lee, J. 2011: A Contingency Explanation of Public Relations Practitioner Leadership Styles: Situation and Culture. *Journal of Public Relations Research*, 23:2, 167-190
<http://dx.doi.org/10.1080/1062726X.2010.505121>

Suryabrata, S. 2011. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Suryosubroto, B. 2012. *Hubungan Sekolah dengan Masyarakat (School Public Relation)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Werder, K.P. & Holtzhausen, D. 2009. An Analysis Of The Influence of Public Relations Department Leadership Style on Public Relations Strategy Use and Effectiveness', *Journal of Public Relations Research*, vol. 21, no. 4, p. 404—427.

Wijaya, D. 2008. Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Unuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah: *Jurnal Pendidikan Penabur*. Nomor 11/Tahun ke-7. Jakarta: BPK Penabur (online) pada www.bpkpenabur.or.id diakses 13 November 2015 pukul 13.00.

Winkel, W.S. 2009. *Psikologi Pengajaran*. Yogyakarta: Media Abadi.

Witherington. 1985. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Aksara Baru.

Yahya, A. 2009. *Upaya Sekolah dalam Meningkatkan Animo Siswa Bersekolah di SMK Perkebunan MM 52 Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.

Yuanzhong, X. 2016. A Study on The Relationship between Public Relations and Brand Strategy. *The Department of Business Studies. Kristianstad University*. <http://google.com>. Diakses tanggal 12 Maret 2018.

UNESA
Universitas Negeri Surabaya