

STRATEGY MANAGEMENT OF PUBLIC RELATIONS IN NEW ADMISSIONS AT SMK (SMEA) PGRI PLOSO JOMBANG ACADEMIC YEAR 2014/2015

Puji Hariati dan Meylia Elizabeth Ranu
SIPendidikan Administrasi Perkantoran, Fakultas Ekonomi, UNESA

Abstract

Tough competition between public and private educational institutions increasingly felt. Various methods are used by the school to attract an attention of the society. One of with maximize the role of public relations in promoting school to attract potential new students. Through a variety of a right public relations management strategies, the school will be known and in public will be interested. This research aims to describe the strategy of public relations at SMK (SMEA) PGRI Ploso Jombang in new admissions academic year 2014/2015. This type of research is descriptive research with a qualitative research approach. In this research, the researcher as research instrument and acts as executor, planner, data collector, analyze, summarize and report the results of research. Data have been obtained will be analyzed qualitatively and described in descriptive form. To obtain validity of the research data is triangulated by source.

From the results of evaluation of public relations management strategy at last year, SMK (SMEA) PGRI Ploso reducing strategies are considered less effective for this year. The new strategy adopted is the manufacture and use of uniform footwear to all students and use of new building 3 floors for students laboratory practices. From the various strategy, be expected new admissions may increase over the last year.

Keywords: *Strategy Management of Public Relations, New Admissions*

Abstrak

Persaingan yang ketat antara lembaga pendidikan negeri dan swasta saat ini semakin terasa. Berbagai cara dilakukan oleh sekolah untuk dapat menarik perhatian masyarakat. Salah satunya adalah dengan memaksimalkan peran humas dalam mempromosikan sekolah untuk menarik minat calon siswa baru. Melalui berbagai macam strategi dan pengelolaan humas yang tepat, maka sekolah akan dikenal dan diminati. penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi manajemen humas dalam sekolah yang dilaksanakan oleh SMK (SMEA) PGRI Ploso Jombang dalam penerimaan siswa baru tahun ajaran 2014/2015. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, peneliti sebagai instrumen penelitian berperan sebagai pelaksana, perencana, pengumpul data, menganalisis, menyimpulkan dan melaporkan hasil penelitian. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Untuk melengkapi keabsahan data penelitian ini dilakukan triangulasi dengan sumber.

Dari hasil evaluasi strategi manajemen humas pada tahun sebelumnya, SMK (SMEA) PGRI Ploso mengurangi strategi yang dianggap kurang efektif, dan memaksimalkan strategi yang dianggap efektif untuk tahun ini. Strategi baru yang diterapkan adalah pembuatan dan penggunaan sepatu seragam untuk seluruh siswa dan pemanfaatan gedung baru 3 lantai untuk laboratorium praktek siswa. Dari berbagai strategi yang dijalankan diharapkan penerimaan siswa baru dapat meningkat dibandingkan tahun sebelumnya.

Kata Kunci: Strategi Manajemen Humas, Penerimaan Siswa Baru

Persaingan dalam dunia pendidikan saat ini semakin ketat, baik antara lembaga pendidikan negeri maupun swasta. Hal itu terbukti dengan semakin menjamurnya sekolah yang berdiri di bawah naungan sebuah lembaga atau yayasan yang menawarkan kualitas baik dengan nama besar yang disandang sehingga sekolah tersebut terkesan bagus dan bergengsi. Berbagai cara dilakukan oleh sekolah untuk dapat menarik perhatian para calon siswa baru. Mereka berlomba-lomba untuk menunjukkan eksistensi, kehebatan dan mutu pendidikan terbaik yang dimiliki agar peminat sekolah tidak menurun tiap tahunnya.

Pada sekolah swasta, masalah yang dihadapi semakin bertambah ketika sebagian besar masyarakat menilai bahwa sekolah swasta merupakan sekolah pilihan terakhir apabila tidak diterima di sekolah negeri. Sehingga bukan suatu perkara yang mudah untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan calon siswa baru. Kondisi tersebut membawa imbas yang sangat besar terhadap keberlangsungan hidup sekolah swasta, khususnya Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Swasta. SMK negeri maupun swasta merupakan salah satu jenjang pendidikan menengah dengan kekhususan mempersiapkan lulusannya untuk siap bekerja.

Sebagai salah satu institusi pendidikan, SMK bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa agar dapat mengembangkan diri sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan kesenian, serta menyiapkan siswa untuk masuk dalam lapangan kerja dan mengembangkan sikap profesional. Pihak sekolah harus bekerja secara efektif, efisien, dan profesional, serta pandai mengidentifikasi dan menyesuaikan dengan kondisi tersebut sehingga bisa merancang strategi yang tepat

dalam menarik minat calon siswa baru. Hal ini sesuai dengan pendapat yang menjelaskan bahwa fokus dari manajemen pendidikan mengalami perubahan dari sekedar melayani proses pendidikan menjadi bagaimana membuat pemakai pendidikan diubah menjadi pelanggan pendidikan (*customer pendidikan*), dimana pelanggan pendidikan akan memberikan loyalitas yang tinggi untuk tidak bisa berpaling pada lembaga lain (Haryanto dan Rozza, 2012).

Salah satu upaya yang bisa dilakukan adalah dengan memaksimalkan peran humas dalam sekolah. Nasution (2010:11) menjelaskan bahwa humas merupakan fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya, atau dengan kata lain antara lembaga pendidikan dengan publik internal (dosen/guru, karyawan, mahasiswa/siswa), dan publik eksternal (orangtua mahasiswa/orangtua siswa, masyarakat dan institusi luar. Tujuan dibentuknya humas di sekolah salahsatunya adalah untuk mempromosikan sekolah dalam rangka penerimaan siswa baru. Mulyasa (2007:50) menjelaskan ada 3 tujuan dari hubungan sekolah dengan masyarakat yaitu memajukan kualitas pembelajaran dan pertumbuhan peserta didik, memperkokoh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat, dan menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.

Diakui atau tidak, lembaga pendidikan swasta khususnya SMK atau SMEA di beberapa daerah sampai saat ini masih merasakan bahwa masyarakat kerap memorduakan sekolah swasta dengan berbagai faktor. Hal ini dapat dilihat pada masa penerimaan siswa baru, di mana sebagian besar masyarakat akan mendaftarkan putra-putrinya ke sekolah umum, khususnya sekolah umum negeri

(SMA Negeri) atau sekolah swasta favorit. Strategi dan pengelolaan humas harus diterapkan dengan baik apabila ingin menjadi SMK swasta yang diminati para calon siswa baru.

Fenomena ini juga dirasakan oleh SMK (SMEA) PGRI Ploso. Sekolah setingkat SMA yang berbasis kejuruan ini juga merasakan bahwa sebagian besar lulusan SMP/ Mts baik negeri maupun swasta yang ada di Jombang cenderung memomorduakan SMK swasta. Menurut data yang diperoleh dari Kadispendik Kabupaten Jombang, jumlah siswa SMP baik negeri maupun swasta yang lulus pada tahun 2013 sebanyak 13.346 siswa dan Mts negeri maupun swasta sebanyak 8270 siswa. Banyaknya pilihan dikarenakan Jombang memiliki 57 SMK baik Negeri maupun Swasta, dan 130 SMA dan MA Negeri maupun swasta (<http://alamatsekolahjombang.blogspot.com>).

Lokasi SMK PGRI Ploso berdekatan dengan SMA Negeri Ploso, SMA PGRI Ploso, SMK Diponegoro Ploso, SMA Diponegoro Ploso, MA Nizhamiyah Ploso, SMA Negeri Kabuh dan SMK Negeri Kabuh. Meskipun sekolah ini termasuk SMK kecamatan, tetapi antusias masyarakat cukup baik terhadap sekolah ini, hal itu terbukti dengan hasil penerimaan siswa baru pada tahun 2011-2013 sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Penerimaan Siswa Baru Per Tingkat

Kompetensi Keahlian	Jumlah Siswa yang diterima					
	2011		2012		2013	
	L	P	L	P	L	P
Administrasi Perkantoran	1	84	0	48	7	81
Akuntansi	0	85	2	91	11	67
Multi Media	29	47	26	43	24	24
Pemasaran	7	24	7	27	13	33
Total	37	240	35	209	55	205
	277		244		260	

Sumber : <http://datapokok.ditpsmk.net>

Dari data tersebut terlihat bahwa penerimaan siswa baru menurun di tahun 2012 sejumlah 33 siswa dan kemudian meningkat pada tahun 2013 sejumlah 16 siswa dari tahun sebelumnya. Keadaan tersebut menunjukkan adanya ketidakstabilan mengenai jumlah kuota siswa baru per tahun, namun masih menjadi sekolah swasta yang cukup diminati di daerah Jombang. Letak sekolah yang mudah dijangkau dengan kendaraan juga termasuk alasan memilih SMK PGRI Ploso.

Menyadari hal tersebut, maka pihak SMK PGRI Ploso tidak mau ketinggalan dalam menarik simpati masyarakat agar mempercayakan putra-putrinya mengenyam pendidikan di sekolah ini, tentunya melalui humas sekolah. Peran humas disini adalah untuk membangun komunikasi yang baik tentang keberhasilan dan keunggulan yang dimiliki sekolah untuk meyakinkan masyarakat bahwa di SMK PGRI Ploso ini mempunyai kualitas yang baik dalam segi pendidikan, sarana dan prasarana yang memadai, tenaga pendidik yang kompeten dan berbagai prestasi yang telah diraih baik dibidang akademis maupun non-akademis.

Banyak strategi yang telah diterapkan sekolah untuk menarik minat masyarakat, seperti membuat brosur, spanduk, kunjungan ke sekolah sasaran, kerjasama dengan DU/DI, mengadakan program-program yang melibatkan masyarakat, mengajak masyarakat untuk masuk ke dalam lingkungan sekolah dalam even-even tertentu. Melalui berbagai macam strategi humas yang tepat, masyarakat dapat mengenal seperti apa SMK PGRI Ploso itu. Setelah mengenal sekolah tersebut, tidak sedikit masyarakat yang ingin menjadi bagian dari sekolah ini dengan mendaftarkan putra-putrinya ke sekolah tersebut, sehingga SMK PGRI Ploso menjadi pilihan pertama

dan bukan lagi pilihan kedua ataupun pilihan terakhir bagi calon siswa baru.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti merasa tertarik untuk mengetahui kiranya bagaimana strategi humas dan pengelolaannya yang diterapkan untuk dalam penerimaan siswa baru di SMK PGRI Ploso pada tahun ajaran 2014/2015 berkaca dari hasil penerimaan siswa baru pada beberapa tahun sebelumnya. Sehingga berangkat dari permasalahan yang menarik tersebut, tergerak dalam diri peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Siswa Baru di SMK (SMEA) PGRI Ploso pada tahun ajaran 2014/2015”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka fokus penelitian ini adalah “Bagaimanakah strategi manajemen humas yang dilaksanakan oleh SMK (SMEA) PGRI Ploso dalam penerimaan siswa baru tahun ajaran 2014/2015?”

Tujuan

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi manajemen humas yang diterapkan di SMK (SMEA) PGRI Ploso dalam penerimaan siswa baru tahun ajaran 2014/2015.

KAJIAN PUSTAKA

Hubungan Masyarakat

Mulyono (2009:201) mendefinisikan humas sebagai suatu kegiatan usaha yang berencana yang menyangkut iktikad baik, rasa simpati, saling mengerti untuk memperoleh pengakuan, penerimaan dan dukungan masyarakat melalui komunikasi dan sarana lain (media massa) untuk mencapai kemanfaatan dan kesepakatan bersama. Sedangkan pengertian humas dalam

pendidikan menurut Anggoro (2005:44) adalah rangkaian pengelolaan yang berkaitan dengan kegiatan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat (orang tua murid) yang dimaksudkan untuk menunjang proses belajar mengajar di lembaga pendidikan bersangkutan.

Tugas pokok hubungan sekolah dengan masyarakat dalam pendidikan menurut Suryosubroto (2004:80). antara lain: Memberikan informasi dan menyampaikan ide atau gagasan kepada masyarakat atau pihak-pihak lain yang membutuhkannya; Membantu pemimpin yang karena tugas-tugasnya tidak dapat langsung memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak yang memerlukannya; Membantu pemimpin mempersiapkan bahan-bahan tentang permasalahan dan informasi yang akan disampaikan atau yang menarik perhatian masyarakat pada saat tertentu; Melaporkan tentang pikiran-pikiran yang berkembang dalam masyarakat tentang masalah pendidikan; Membantu kepala sekolah bagaimana usaha untuk memperoleh bantuan dan kerja sama; Menyusun rencana bagaimana cara-cara memperoleh bantuan untuk kemajuan pelaksanaan pendidikan.

Selain memiliki tugas pokok seperti yang disebutkan diatas, humas juga berperan sebagai pelaksana tujuan ke dalam dan keluar melalui pendekatan informatif, edukatif, persuasif, dan dihindarkan pendekatan yang bersifat imperatif dan punitive yang memiliki tugas untuk memberikan informasi dan menyampaikan ide atau gagasan kepada masyarakat atau pihak-pihak lain yang membutuhkannya.

Tujuan dilaksanakan kegiatan kehumasan adalah untuk menimbulkan rasa saling pengertian dan terbinanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publik (Effendi, 2006:132). Sedangkan menurut Mulyasa (2007:50), tujuan dari hubungan sekolah dengan masyarakat adalah: Memajukan kualitas pembelajaran dan pertumbuhan peserta didik; Memperkokoh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat; dan; Menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.

Bent dan Kronenberg (dalam Daryanto 2001:75) mengemukakan tiga hal tujuan utama hubungan sekolah dengan masyarakat, yaitu a. *To prevent misunderstanding*, yaitu untuk mencegah kesalahpahaman antara masyarakat terhadap sekolah, b. *To secure financial support*, yaitu untuk memperoleh sumbangan-sumbangan finansial dan material dari masyarakat, dan c. *To secure cooperation in policy making*, yaitu untuk menjalin kerja sama dalam pembuatan kebijaksanaan-kebijaksanaan.

Purwanto(2005:193) menjelaskan tiga jenis hubungan kerjasama antara sekolah dan masyarakat, yaitu hubungan edukatif, hubungan kultural dan hubungan institusional.

Strategi Manajemen Humas

Strategi merupakan sebuah rencana yang mengandung cara komprehensif dan integratif yang dapat dijadikan pegangan untuk bekerja, berjuang dan berbuat guna memenangkan kompetisi (Sagala,2007:137). Sedangkan Simandjuntak,dkk (2003:79) mendefinisikan strategi sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan dalam

organisasi sehingga dapat mencapai performa terbaik.

Sedangkan yang dimaksud dengan strategi dalam manajemen sebuah organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen, yang terarah pada tujuan strategik organisasi (Nawawi, 2005:147). Manajemen dibutuhkan oleh setiap kegiatan dalam suatu organisasi, tidak terkecuali kegiatan hubungan masyarakat (humas) dalam dunia pendidikan.

Manajemen humas adalah suatu proses yang diterapkan oleh humas dalam merencanakan,mengorganisasikan,mengaktualisasikan serta mengontrol kegiatan humas dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Siagian (dalam Nasution 2010) pengertian manajemen adalah sebagai proses menggerakkan orang lain untuk memperoleh hasil tertentu dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya

Fungsi atau aktifitas atau suatu kegiatan dari organisasi adalah menyesuaikan diri dengan lingkungannya, menentukan struktur kerjanya atas dasar kebutuhan-kebutuhan dalam mencapai tujuan (Sagala, 2005:46). Menurut Nasution (2006:14), fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam manajemen meliputi: Fungsi Perencanaan, Perencanaan meliputi kegiatan menetapkan apa yang ingin dicapai, bagaimana pencapaian, berapa lama, berapa orang yang diperlukan dan berapa jumlah biaya yang diperlukan. Perencanaan ini dibuat sebelum suatu tindakan dilaksanakan. Menurut jangka waktu perencanaan dapat dibagi 3 yaitu perencanaan

jangka pendek(satu minggu, satu bulan, satu tahun), perencanaan jangka menengah (perencanaan yang dibuat untuk jangka waktu 2 sampai 5 tahun) dan perencanaan jangka panjang (perencanaan yang dibuat lebih dari 5 tahun). Perencanaan dalam Penerimaan siswa baru meliputi kuota penerimaan siswa, kurikulum yang dipakai, dan juga fasilitas dan sarana prasarana yang digunakan; Fungsi Pengorganisasian, merupakan kegiatan membagi tugas-tugas pada orang yang terlibat dalam kerjasama di lembaga pendidikan. Kegiatan pengorganisasian bertujuan menentukan siapa yang akan melaksanakan tugas sesuai dengan prinsip manajemen lembaga pendidikan. Fungsi pengorganisasian disini meliputi: pembagian tugas kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan, serta menetapkan wewenang dan tanggung jawab, sistem komunikasi serta mengkoordinir kerja setiap karyawan dalam tim kerja yang solid dan terorganisir. Hal tersebut berlaku sama dalam penerimaan siswa baru; Fungsi Penggerakan, Menggerakkan dalam hal ini merangsang anggota-anggota organisasi melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan yang baik. tugas penggerakkan dilakukan pemimpin lembaga pendidikan, karena itu kepemimpinan lembaga pendidikan mempunyai peran yang sangat penting dalam menggerakkan karyawan, tenaga pengajar melaksanakan program kerja; Fungsi Pengkoordinasian, merupakan fungsi untuk menjaga agar masing-masing tugas yang telah diberi wewenang dan tanggung jawab dikerjakan sesuai dengan aturan dalam mencapai tujuan. Pengkoordinasian dalam lembaga pendidikan adalah mempersatukan rangkaian

aktivitas penyelenggaraan di lembaga pendidikan dan pembelajaran dengan menghubungkan dan menyelaraskan orang-orang dan pekerjaannya sehingga semua berlangsung secara tertib ke arah tercapainya maksud yang telah ditetapkan. Koordinasi dapat diwujudkan dengan cara rapat lengkap, pertemuan berkala, pembentukan panitia, wawancara pada bawahan dan instruksi. Dengan demikian kemampuan kepemimpinan lembaga pendidikan dalam mengorganisasikan program kerja lembaga pendidikan menjadi demikian penting; Fungsi Pengarahan, pengarahan dilakukan agar kegiatan yang dilakukan bersama tetap melalui jalur yang ditetapkan, tidak terjadi penyimpangan yang dapat menimbulkan terjadinya pemborosan. Yaitu dengan memberikan petunjuk dalam melaksanakan kegiatan, memberikan dan menjelaskan perintah, memberikan kesempatan meningkatkan pengetahuan kepada pegawai agar dalam lebih efektif dalam melaksanakan tugas, memberikan kesempatan ikut serta menyumbangkan tenaga dan pikiran, memberikan koreksi agar setiap personil melaksanakan tugas-tugasnya secara efisien. Sebagai pengarah pimpinan lembaga pendidikan tersebut berada pada tingkat pimpinan eksekutif tertinggi pada lembaga pendidikan tersebut; Fungsi Pengawasan, Sebagai salah satu kegiatan untuk mengetahui realisasi perilaku tenaga pengajar dan karyawan dalam organisasi lembaga pendidikan. Secara umum pengawasan dikaitkan dengan upaya pengendalian, pembinaan dan pelurusan sebagai upaya pengendalian kualitas pendidikan.

Penerimaan Siswa Baru

Berdasarkan keputusan kepala dinas pendidikan kabupaten jombang nomor: 421/1677 /415.28/2013 tentang pedoman pelaksanaan penerimaan peserta didik baru pada satuan pendidikan di kabupaten Jombang tahun pelajaran 2013/2014, Penerimaan Peserta Didik Baru harus berasaskan: Objektivitas artinya bahwa Penerimaan Peserta Didik Baru, baik peserta didik baru maupun pindahan harus memenuhi ketentuan yang berlaku; Transparansi artinya pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru bersifat terbuka dan dapat diketahui oleh masyarakat termasuk komite dan orang tua peserta didik; Akuntabilitas artinya Penerimaan Peserta Didik Baru dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat baik prosedur maupun hasilnya; Tidak diskriminatif artinya setiap warga negara yang berusia sekolah dapat mengikuti program pendidikan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia tanpa membedakan suku, daerah asal, agama, ras, dan golongan; Kompetitif artinya sistem penerimaan memberikan kesempatan yang sama kepada setiap calon peserta didik baru.

Terdapat dua strategi yang dapat dilaksanakan oleh sekolah dalam penerimaan siswa baru, yaitu strategi humas dengan publik intern dan publik ekstern. Strategi humas dengan publik intern dalam hal ini adalah suatu cara alternatif optimal yang dipilih untuk melaksanakan atau ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas (Nasution, 2010:28). Menurut Jefkins dalam Ruslan (2006:271) mengatakan bahwa hubungan masyarakat internal sama pentingnya dengan hubungan masyarakat eksternal, karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang

mepunya arti sama dan saling terkait erat satu sama lain.

Nasution (2010:115) menjelaskan beberapa media internal yang sering digunakan para praktisi humas di lembaga pendidikan, antara lain: Warta atau bulletin; Papan Informasi; Spanduk dan Baliho; Kotak Saran; Presentasi Video dan *Slide*; Komunikasi Tatap Muka; Acara Kekeluargaan; Literatur Pengenalan /Informasi.

Sedangkan strategi humas dengan publik ekstern dapat dilakukan dengan disediakannya media humas eksternal yang berfungsi memberikan informasi dan penyampaian komunikasi kepada pihak luar (Nasution, 2010:119). Bentuk media eksternal tersebut antara lain: Komunikasi lisan; Sponsor; Media cetak; Media elektronik; Media tatap muka atau secara langsung; Spanduk dan umbul-umbul; *Company profile* (profil lembaga pendidikan); *Special event* (kegiatan khusus dalam humas); Media internet.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian dilaksanakan di SMK (SMEA) PGRI Ploso yang beralamat di Jl. Pendidikan No.4 (RT.09/RW.01) Ds. Ploso, Kec. Ploso Kab. Jombang.

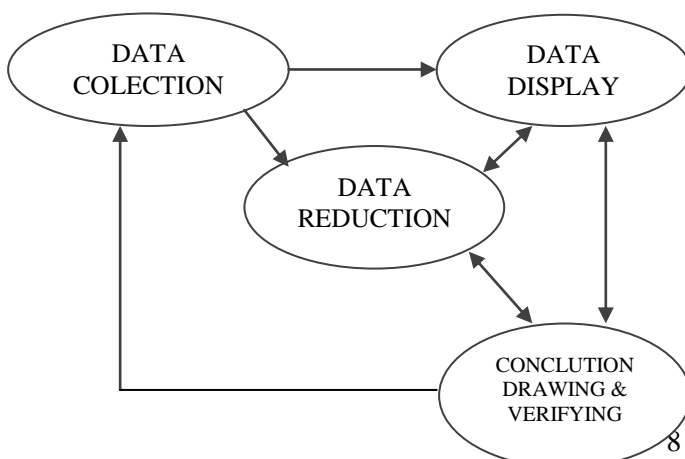
Dalam penelitian ini yang berperan sebagai subjek atau informan adalah ibu Tatik, selaku waka humas SMK (SMEA) PGRI Ploso, Bapak Aton selaku Waka Kesiswaan SMK (SMEA) PGRI Ploso, kepala sekolah dapat memberikan informasi atau data terkait dengan kebijakan yang dibuat mengenai humas yang ada di sekolah karena kepala sekolah

sebagai penanggungjawab dalam penentuan sistem pelaksanaan, 10 siswa dan 5 wali murid yang dipilih secara acak disini memberikan sumbangsih alasan pemilihan SMK PGRI Ploso ketika pendaftaran siswa baru. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah strategi manajemen humas yang diterapkan dalam penerimaan siswa baru tahun ajaran 2014/2015 di SMK (SMEA) PGRI Ploso.

Menurut Arikunto (2002: 136) instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Peranan manusia sebagai alat atau instrumen penelitian besar sekali dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2007:163). Oleh karenanya untuk memperoleh data dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2010:308), yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif.

Langkah-langkahnya menurut Bungin (2007:69) adalah mulai dari pengumpulan data, reduksi data, display data, dan kesimpulan. Dalam memenuhi keabsahan data yang diperoleh, dilakukan triangulasi dengan sumber.

Gambar 3.2 Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif



Sumber: Bungin (2007:69)

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, kemudian dicari tema dan polanya. Seluruh data yang penulis peroleh di lapangan dirangkum, kemudian dipilih data yang sesuai dengan rumusan masalah. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data/informasi yang tidak relevan. Di sini berarti data mengenai implementasi manajemen humas dan strategi humas di SMK (SMEA) PGRI Ploso yang diperoleh dan terkumpul, baik dari hasil penelitian lapangan/dokumentasi kemudian dibuat rangkuman.

Display data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif. Penyajiannya juga dapat berbentuk matrik, diagram, tabel dan bagan. Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan. Antara display data dan penarikan kesimpulan terdapat aktivitas analisis data yang ada.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari hasil wawancara diketahui bahwa globalisasi dan pesatnya perkembangan Ilmu

Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) telah mendorong setiap lembaga pendidikan untuk lebih meningkatkan kualitasnya sehingga mampu bersaing dalam menarik perhatian calon siswa baru untuk bergabung menjadi bagian dari sekolah.

Berbagai variasi strategi dan program manajemen humas ini disusun oleh kepala sekolah, waka humas, waka kesiswaan, dan panitia penerimaan siswa baru. Strategi yang telah direncanakan oleh SMK (SMEA) PGRI Ploso pada tahun ini diantaranya : Pemasangan spanduk di tempat yang ramai dilalui orang, seperti jalan raya; Penyebaran brosur ke SMP/Mts sasaran; Presentasi profil sekolah ke SMP/Mts sasaran; Memanfaatkan gedung baru 3 lantai sebagai lab. praktek siswa sehingga lebih efektif dalam proses belajar mengajar; Kerjasama yang baik dengan DU/DI (> 60 DU/DI); Mencarikan tempat kerja bagi lulusan, termasuk pengurusan surat-surat kelengkapan lamaran pekerjaan; Pembuatan sepatu sekolah, sehingga dapat seragam dan sesuai aturan; Prakerin Mandiri di berbagai tempat sekaligus untuk memperkenalkan sekolah di lingkungan masyarakat; Pengurusan E-KTP bagi siswa kelas XII yang belum memiliki E-KTP (Petugas E-KTP didatangkan ke sekolah); Bagi siswa kelas XI dan XII yang berhasil mengajak 1 lulusan SMP/Mts untuk mendaftar di SMK PGRI Ploso, maka uang pendaftaran akan diberikan kepada siswa tersebut; Kerjasama yang baik dengan SMK lain untuk saling membantu dalam pendidikan; Beasiswa Sampoerna, BKSM, BSM, BOS, CJI, GNOTA.

Dalam melaksanakan strategi manajemen humas tersebut, SMK (SMEA) PGRI Ploso memperhatikan langkah-langkah sebagai berikut: Mengidentifikasi sasaran, dalam mengidentifikasi sasaran, pihak sekolah mengidentifikasi dan menganalisis tujuan yang

ingin dicapai dengan melihat sasaran yang akan dituju sehingga bisa mempermudah dalam menerapkan strategi yang akan digunakan; yang kedua adalah langkah Perencanaan, perencanaan strategi manajemen humas SMK (SMEA) PGRI Ploso meliputi: Membuat rumusan tujuan strategi, strategi dalam mempromosikan sekolah dilakukan dengan tujuan mendapatkan siswa/siswi baru, membantu pemerintah dalam mencerdaskan anak bangsa, dan memperkenalkan kepada masyarakat mengenai keistimewaan sekolah atau ciri khas SMK (SMEA) PGRI Ploso jika dibandingkan dengan sekolah yang lainnya, sehingga sekolah ini mempunyai daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Dalam hal ini, tujuannya adalah untuk menarik minat calon siswa baru; Merancang pesan, dalam merumuskan strategi mengenalkan sekolah kepada masyarakat, tentunya ada pesan yang ingin disampaikan kepada yang akan membaca, sehingga setelah membacanya mereka merasa tertarik dengan apa yang sedang dipromosikan yakni sekolah. Dalam hal ini SMK (SMEA) PGRI Ploso berusaha merancang pesan yang informatif dan persuasif melalui ide dan tema yang diberikan. Disamping itu, pihak sekolah juga melakukan koordinasi yang baik dengan pihak yang terkait guna menjaga hubungan baik dan membangun citra sekolah di mata masyarakat.

Langkah ketiga adalah Menentukan Anggaran, Jumlah anggaran yang tersedia merupakan faktor yang sangat penting untuk dapat menerapkan strategi yang telah direncanakan. Anggaran yang digunakan tentunya disesuaikan dengan kemampuan

sekolah. Besarnya anggaran biasanya bersifat dinamis, karena bisa naik atau turun setiap tahun. Dalam menerapkan strategi humas yang telah dibuat, SMK (SMEA) PGRI Ploso mengalokasikan 20% dari anggaran pengeluaran sekolah yang dibuat setiap tahunnya melalui RKAS (rencana kerja anggaran sekolah). Hal tersebut dilakukan karena kegiatan tersebut mempunyai peranan yang besar terhadap peningkatan jumlah siswa baru setiap tahunnya.

Langkah yang terakhir adalah Memilih Saluran Komunikasi, penggunaan saluran komunikasi ini dimaksudkan untuk memudahkan komunikasi antara komunikator dan komunikan (audiens sasaran dan target audiens) yang terdiri dari publik intern dan publik ekstern. Pertama adalah strategi manajemen humas dengan publik intern (warga sekolah), dalam menjalin hubungan dengan sesama publik internal, SMK (SMEA) Ploso menyusun program untuk meningkatkan hubungan yang harmonis antara kepala sekolah, guru, pegawai dan karyawan SMK (SMEA) PGRI Ploso. Strategi manajemen humas dengan publik intern ini dilakukan dengan kegiatan langsung (tatap muka langsung), melalui pembinaan pada rapat sekolah, upacara bendera setiap hari Senin, halal bi halal dan acara keagamaan maupun kegiatan senam setiap hari jumat.

Selain itu, salah satu upaya menjalin hubungan yang lebih baik dengan sesama guru, waka humas juga membuat program untuk mempermudah kinerja guru, yaitu dengan memfasilitasi segala sesuatu yang diperlukan para guru dalam pekerjaannya di sekolah, salah

satunya adalah seperti membuat jaringan akses komputer sekolah. Jaringan akses komputer sekolah merupakan sebuah penggunaan teknologi yang digunakan untuk mengumpulkan semua tugas para guru dalam satu komputer induk sekolah, sehingga semua guru dapat bekerja di manapun untuk kemudian dikirim lewat jaringan internet ke komputer sekolah.

Kedua, adalah strategi manajemen humas dengan publik ekstern, menurut hasil wawancara dengan Waka Humas dan Waka Kesiswaan, strategi manajemen humas dengan publik ekstern di SMK (SMEA) PGRI Ploso dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi, yaitu strategi kerja sama, strategi pencitraan dan strategi promosi. Semua strategi ini bertujuan untuk mendapatkan kerja sama yang baik dengan berbagai pihak, baik kerja sama dalam hal finansial, dukungan moral, peningkatan prestasi akademik hingga untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat terhadap SMK (SMEA) PGRI Ploso untuk membimbing putra-putrinya sebagai siswa dari sekolah ini.

Strategi pertama adalah strategi kerjasama, pengelolaan bidang humas SMK (SMEA) PGRI Ploso diarahkan pada upaya membina dan menjalin hubungan serta kerja sama dengan berbagai pihak, yaitu: Kerja Sama dengan Orang Tua Peserta Didik; Kerja Sama dengan Komite Sekolah dan Instansi Terkait; Hubungan dengan Perguruan Tinggi; Hubungan Kerja Sama dengan Lingkungan Masyarakat; Hubungan kerja sama dengan DU/DI; Hubungan Kerja Sama dengan Alumni

SMK (SMEA) PGRI Ploso; Hubungan Kerja Sama dengan Lembaga Bimbingan Belajar.

Strategi kedua adalah strategi pencitraan, pencitraan sekolah terhadap pihak ekstern ditunjukkan melalui peserta didik; prestasi sekolah yang didapat; sarana dan prasarana, melalui tokoh masyarakat; kerjasama dengan media massa; melalui momen HBI dan HBN; dan melalui kegiatan-kegiatan yang dilakukan di luar sekolah. Strategi yang ketiga adalah strategi promosi, strategi promosi dilakukan melalui dua metode, yaitu metode langsung dan tidak langsung.

Metode langsung yaitu melalui kunjungan panitia penerimaan siswa baru (*school profile*); mengundang SMP/Mts terdekat; melalui siswa kelas XI dan XII yang mengajak ttangga atau saudaranya mendaftar di SMK. Sedangkan metode tak langsung dilakukan melalui penggunaan media cetak seperti brosur, spanduk, kalender, baliho, dan plang dan juga melalui internet.

Selain hasil diatas, peneliti melengkapi hasil penelitian dengan kegiatan observasi yang dilakukan peneliti, ditemukan bahwa pada lingkungan SMK (SMEA) PGRI Ploso memiliki bangunan sekolah yang megah, lahan yang luas, dan memiliki ekstrakurikuler yang bermacam-macam. Hanya saja, ada beberapa kelas yang masih menempati bangunan lama yang perlu untuk direnovasi. Sebagai sekolah SMEA, tentunya di sekolah ini memang di dominasi oleh perempuan, hanya ada beberapa laki-laki setiap kelasnya.

Setiap strategi yang diterapkan di sekolah adalah suatu kesatuan yang utuh dengan tujuan yang sama yaitu mencerdaskan kehidupan anak bangsa. Untuk mendukung strategi tersebut dibutuhkan media sebagai perantara, baik media langsung maupun tak

langsung. Dalam prakteknya, kegiatan humas di SMK (SMEA) PGRI Ploso tidak hanya dikerjakan oleh Waka Humas, namun dibantu Waka Kesiswaan dalam kegiatan promosi.

Setiap strategi yang telah direncanakan dapat berjalan dengan baik karena mendapatkan dukungan dari semua pihak terkait. Dukungan yang diberikan tersebut berupa dukungan secara riil maupun materiil. Dukungan secara riil ditunjukkan dengan bantuan secara langsung terhadap jalannya sebuah acara/kegiatan, sedangkan dukungan secara materiil diberikan sekolah melalui dana yang diberikan untuk kelancaran setiap kegiatan promosi.

SMK (SMEA) PGRI Ploso selalu melakukan evaluasi terhadap setiap strategi yang telah diterapkan, sehingga dapat diketahui efektif atau tidaknya strategi tersebut untuk terus dikembangkan selanjutnya. Pengembangan strategi terus dilakukan untuk menyempurnakan strategi yang sudah ada sehingga SMK (SMEA) PGRI Ploso mampu menjadi sekolah swasta yang unggul.

Pengembangan dilakukan melalui berbagai cara, salahsatunya melalui pembangunan gedung 3 lantai yang tahun ini difungsikan sebagai laboratorium praktek siswa. Strategi baru yang mulai diterapkan tahun ini adalah penggunaan sepatu seragam yang diproduksi sendiri oleh sekolah. Siswa hanya dibebankan penggantian biaya produksi sebesar Rp.40.000,-. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kerapian dan kedisiplinan siswa, selain itu juga untuk pembentukan citra yang baik di mata masyarakat.

Pembahasan

Analisis Strategi dan Program Manajemen Humas SMK (SMEA) PGRI Ploso

Langkah-langkah strategi humas yang diterapkan di SMK (SMEA) PGRI Ploso meliputi identifikasi sasaran, perencanaan, menentukan anggaran, dan pemilihan saluran

komunikasi. Dimulai dari identifikasi sasaran, SMK (SMEA) PGRI Ploso telah mengidentifikasi siapa saja yang akan menjadi target sasaran, sehingga sekolah bisa menyiapkan strategi yang tepat. Ruslan (2006:133) menjelaskan tahapan fungsi-fungsi manajemen, tahap yang pertama adalah menetapkan tujuan (*object*) yang hendak diraih, berikutnya adalah strategi apa dan bagaimana yang digunakan dalam perencanaan untuk mencapai suatu tujuan organisasi/ lembaga, kemudian program kerja (*action plan*) yang merupakan suatu strategi yang dijabarkan dalam langkah-langkah yang telah dijadwalkan, dan yang terakhir adalah unsur anggaran (*budget*) yang merupakan “dana dan daya” yang berfungsi sebagai pendukung khusus yang dialokasikan untuk terlaksananya suatu strategi program kerja manajemen humas/PR.

Langkah kedua adalah perencanaan, perencanaan yang pertama adalah dengan membuat rumusan tujuan strategi barulah sekolah bisa merancang pesan yang ingin diampai kepada sasaran. Menurut Sagala (2007:133) Terdapat lima langkah formulasi strategi, yaitu: (1) perumusan misi (*mission determination*), yaitu pencitraan bagaimana seharusnya sekolah bereksistensi; (2) asesmen lingkungan eksternal (*environmental external assessment*), yaitu mengakomodasi kebutuhan lingkungan akan mutu pendidikan yang dapat disediakan oleh sekolah; (3) asesmen organisasi (*organization assessment*), yaitu merumuskan dan mendayagunakan sumber daya sekolah secara optimal; (4) perumusan tujuan khusus (*objective setting*), yaitu penjabaran dari pencapaian misi sekolah yang ditampakkan

dalam tujuan sekolah dan tujuan tiap-tiap mata pelajaran; dan (5) penentuan strategi (*strategy setting*), yaitu memilih strategi yang paling tepat untuk mencapai tujuan yang ditetapkan dengan menyediakan anggaran, sarana dan prasarana, maupun fasilitas yang dibutuhkan untuk itu.

Langkah selanjutnya adalah penentuan anggaran yang diberikan sekolah untuk pelaksanaan. Pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar karena sekolah telah memberikan dukungan materiil yang cukup. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Waka Kesiswaan dan Kepala Sekolah.

Langkah yang terakhir adalah dengan pemilihan saluran komunikasi kepada publik internal dan publik eksternal. Publik internal terdiri dari civitas akademika memiliki hubungan yang harmonis di sekolah. Adanya jaringan akses komputer sekolah juga memudahkan guru dalam pekerjaannya di sekolah.

Strategi humas dengan publik ekstern terdiri dari 3 strategi yaitu strategi kerjasama, strategi pencitraan dan strategi promosi. Ketiganya memiliki fungsi masing-masing. Strategi kerjasama terdiri dari kerjasama dengan orangtua murid, komite sekolah, lingkungan masyarakat, DU/DI, perguruan tinggi, alumni, lembaga bimbingan belajar. Kerjasama terjalin dengan baik, hanya saja belum adanya wadah bagi alumni sehingga masih berdiri sendiri-sendiri dan kerjasama yang terjalin tidak bisa berjalan maksimal.

Strategi pencitraan ditampilkan melalui penampilan peserta didik, prestasi yang diraih, bangunan gedung sekolah yang bagus, tersedianya sarana dan prasarana yang memadai, kedatangan tokoh masyarakat dalam acara-acara

sekolah, pencitraan melalui media massa dan melalui kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan sekolah. Strategi yang ketiga adalah strategi promosi, kegiatan promosi di SMK (SMEA) PGRI Ploso ditangani oleh Waka Kesiswaan yang bekerja sama dengan Waka Humas dan Panitia Penerimaan Siswa Baru.

Terdapat dua metode yang digunakan dalam promosi, yaitu metode langsung dan metode tidak langsung (media). Metode langsung diterapkan melalui *school profile* ke sekolah sasaran, mengundang perwakilan SMP/Mts pada acara yang diselenggarakan sekolah dan melalui siswa kelas XI dan XII.

Metode tidak langsung diterapkan melalui media cetak brosur, spanduk, kalender, plang dan media online internet. Berbagai strategi dan program manajemen humas yang disusun untuk mengenalkan dan menarik minat masyarakat terhadap SMK (SMEA) PGRI Ploso pada beberapa tahun belakangan ini sebenarnya sudah baik, karena terdapat berbagai variasi strategi dan program menarik yang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai keunggulan SMK dan memaksimalkan peluang yang ada.

Hasil Penerimaan Siswa Baru SMK (SMEA) PGRI Ploso Sebagai Hasil dari Strategi Humasnya

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa hasil dari diterapkannya berbagai strategi dan program humas dalam meningkatkan penerimaan siswa baru selama ini di SMK (SMEA) PGRI Ploso belum begitu memuaskan. Hal ini dapat diketahui dari jumlah siswa baru yang diterima pada 2 tahun terakhir menurun, secara rata-rata jumlahnya masih naik turun dan tidak stabil.

Berbagai strategi yang telah direncanakan untuk penerimaan siswa baru tahun ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah siswa baru yang diterima.

Permasalahan lain yang dihadapi SMK dalam menarik minat masyarakat diantaranya adalah masyarakat belum mengetahui dengan pasti seperti apa sistem pendidikan, kualitas dan prospek dari sekolah yang setingkat dengan SMA ini, sehingga seperti kata pepatah “tak kenal maka tak sayang”, maka masyarakatpun tidak dapat langsung percaya dengan kualitas SMK. Masalah ini ditambah dengan terjadinya persaingan yang semakin kompetitif dari sekolah-sekolah umum lainnya yang terus memperbaiki kualitasnya, sehingga tidak jarang masyarakat hanya memandang sebelahmata pada SMK, terlebih SMK swasta.

Diakui atau tidak, masyarakat memilih menyekolahkan putra-putrinya di suatu lembaga pendidikan karena melihat kualitas lembaga pendidikan yang bagus, memiliki keunggulan yang tidak dimiliki lembaga pendidikan lain dan *output* yang dihasilkan sukses atau dapat melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi berikutnya yang favorit. Artinya hubungan akrab dengan masyarakat dapat dimulai dengan memajukan pendidikan. Kelebihan SMK tersebut bisa saja direalisasikan mengingat kualitas guru di SMK (SMEA) PGRI Ploso yang mumpuni, sarana dan prasarana memadai dengan perpustakaan yang memiliki banyak koleksi buku, dsb. yang dapat mendukung SMK menjadi sekolah yang komprehensif, handal dalam ilmu pengetahuan umum dan teknologi serta memiliki keterampilan di dunia usaha/industri.

Setelah semua sudah dapat dilaksanakan dengan baik oleh SMK, maka langkah selanjutnya menjadi tugas manajemen humas, yaitu mempublikasikan SMK kepada masyarakat luas dengan menjelaskan mengenai keberadaan SMK, baik dengan metode langsung maupun melalui media, bahwa SMK sebenarnya mempunyai potensi lebih, tidak hanya dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, melainkan juga dalam praktek/keterampilan dalam dunia industri. Kemudian untuk pemanfaatan gedung baru sebagai ruang lab praktek bagi siswa dan pembuatan dan penggunaan sepatu seragam di SMK (SMEA) PGRI Ploso merupakan strategi bagus untuk mendapatkan calon siswa baru. Diharapkan dengan strategi baru tersebut, minat calon siswa baru dapat meningkat daripada tahun-tahun sebelumnya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan tentang Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Siswa Baru di SMK (SMEA) PGRI Ploso, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi manajemen humas yang dilakukan SMK (SMEA) PGRI Ploso sudah mengikuti langkah-langkah komunikasi yang efektif, mulai dari identifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan, merancang pesan, pelaksanaan, hingga evaluasi hasil. Strategi yang dilakukan SMK (SMEA) PGRI Ploso yaitu penyebaran brosur, pemasangan spanduk, presentasi profil sekolah ke beberapa sekolah sasaran, melalui siswa kelas XI dan XII untuk mengajak calon siswa baru, melalui prakerin mandiri, dan promosi melalui even/kegiatan-kegiatan seperti mengadakan

perayaan dies natalis, acara olahraga dan perayaan hari besar keagamaan. Keseluruhan strategi ini merupakan satu kesatuan yang saling mengisi dan melengkapi. Tahun ini SMK (SMEA) PGRI Ploso mulai menerapkan pemakaian sepatu seragam siswa yang diproduksi oleh sekolah dan mulai memanfaatkan gedung baru tiga lantai untuk lab praktek siswa dimaksudkan agar siswa lebih nyaman dalam proses belajar mengajar dan juga termasuk strategi baru yang dilakukan sekolah untuk menarik minat calon siswa baru.

Saran

Sebagai akhir dari penulisan, maka peneliti ingin memberikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi SMK (SMEA) PGRI Ploso, yaitu jika selama ini SMK (SMEA) PGRI Ploso menerapkan strategi yang hampir sama setiap tahunnya, bisa ditambahkan untuk melakukan strategi promosi melalui radio komersil yang ditentukan waktu penyiarannya, serta diputar sesering mungkin sehingga diharapkan dapat menarik minat masyarakat yang mendengarnya. Sebenarnya, upaya yang paling baik dalam menarik minat masyarakat adalah dengan memajukan pendidikannya. Oleh karena itu pihak humas harus bekerja sama dengan bidang kurikulum, kesiswaan, bidang sarana prasarana dan seluruh civitas sekolah untuk memajukan kualitas sekolah.

DAFTAR PUSTAKA.

- Akdon. 2007. *Strategic Management for Educational Management (Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan)* cet. 2. Bandung: Alfabeta.

- Anggoro, M Linggar. 2005. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2007. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- B. Suryosubroto. 2004. *Humas dalam Dunia Pendidikan - Suatu Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Mitra Gama Widya.
- Bush, Tony dan Coleman, Marianne. 2008. *Manajemen Strategis Kepemimpinan Pendidikan cet.2 terj. Fahrurrozi*. Yogyakarta: IRCisod.
- Daryanto. 2001. *Administrasi Pendidikan cet.2*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Effendi, Uchjana Onong. 2006. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- H.A.W. Widjaja. 2010. *Komunikasi – Komunikasi & Hubungan Masyarakat cet.6*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haryanto, Rudy dan Rozza, Sylvia. 2012. *Pengembangan Strategi Pemasaran dan Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, VOL 11, NO. 1, JUNI 2012 : 27-34
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relations*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Lattimore, Dan, dkk.2010. *Public Relations Profesi dan Praktik Edisi 3*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Maisyaroh. 2004. *Buku Ajar Manajemen Hubungan Masyarakat*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Moleong. Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong. Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif cet.24*. (Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2008. *Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Humas Profesional cet. 1*. Jakarta: Kencana.
- Mulyasa, Endang. 2007. *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyono. 2009. *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan cet.2*. Jogjakarta: Ar Ruzz Media.
- Nasution, Zulkarnain. 2006. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Nasution, Zulkarnain. 2010. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: UMM Press.
- Nawawi, Hadari. 2005. *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan – Dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan cet.3*. Jogjakarta: Gajah Mada University Press.
- Purwanto, M. Ngalm. 2005. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.