



PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS) DI SMK PALEBON SEMARANG

Eka Widhiyarti[✉], Ismiyati

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Oktober 2016

Disetujui Oktober 2016

Dipublikasikan

Juni 2017

Keywords:

Roles Public Relation

Abstrak

Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui lebih mendalam bagaimana peran humas di SMK Palebon, kendala dalam melaksanakan peran humas dan upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka perlu dilakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif serta dengan model analisis data Miles dan Huberman. Hasil penelitian berdasarkan dari observasi, wawancara dan dokumentasi diperoleh informasi bahwa humas memiliki 3 peran yaitu humas sudah baik dalam membangun citra sekolah meskipun terkadang terkendala oleh biaya, humas berperan dalam melakukan komunikasi publik yang efektif, baik dalam internal maupun eksternal dan humas mampu berperan dalam melakukan peluncuran produk baru berupa jurusan Multimedia. Kendala yang ditemui yaitu minimnya dana untuk kebutuhan humas karena status sekolah swasta, *miscommunication* yang terkadang menjadi timbulnya kesalahpahaman. Kemudian untuk upaya yang dilakukan oleh sekolah adalah dengan mendirikan unit produksi dari masing-masing jurusan serta selalu meningkatkan koordinasi antar unit kerja. Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat diambil simpulan bahwa peran humas di SMK Palebon terbagi dalam dua bagian yaitu humas internal dan humas eksternal. Saran yang berkaitan dengan hasil penelitian ini yaitu: (1) Menjalin kerjasama dengan media promosi. (2) Tingkatkan komunikasi antara waka humas dan semua unit kerja ataupun sebaliknya sehingga kendala berupa *miscommunication* bisa terminimalisir. (3) Perlunya pelatihan mengajar kreatif bagi guru, sehingga pelajaran yang diterima mampu diserap oleh siswa. (4) optimalisasi guru dalam melatih kegiatan ekstrakurikuler sehingga citra SMK Palebon dalam bidang non akademik dapat meningkat.

Abstract

The objective of the study was to understand the roles of public relation at SMK Palebon Semarang, the difficult about role of public relation and problem solving about that. It was a qualitative study, than the data were analyzed by Miles & Huberman interaction model. The data were collected by observation, interview and documentation. The result of the study showed public relation have 3 roles : The public relations are good in building the positive value of school although minimum cost make a difficult, public relation are good roles to effective communicate of the intenal and external public, and public relations role of the launching new product. Because school status is private, so the cost minimum and make difficult and miscommunication cannot be understood. The solution about that is building production units by each major and always coordination with all units. Then it is concluded that the roles of public relation at SMK Palebon Semarang are roles of the public relation have 2 section there are internal and external. Therefore, it is suggested : 1) building cooperation with promotion media. 2) enhance communicate with all working units or contrarily, so the difficult about miscommunication can decrease. 3) creative teaching training to teacher, so the student can materiai delivered well 4) to optimize the teacher who train the extracurricular activities for students.

© 2017 Universitas Negeri Semarang

[✉]Alamatkorespondensi:

Gedung L1 Lantai1 FEUnnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: bcbirama@gmail.com

p-ISSN 2252-6544

e-ISSN 2502-356X

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu hal yang penting dalam kehidupan manusia. Menurut Ki Hajar Dewantara dalam Munib (2012:30) menyatakan bahwa “Pendidikan pada umumnya berarti daya upaya untuk memajukan tumbuhnya budi pekerti (kekuatan batin, karakter) pikiran (intelekt) dan tubuh anak”. Pendidikan pada umumnya dapat diperoleh disuatu lembaga, baik dilembaga formal, lembaga non formal dan lembaga informal.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia (UU RI) Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS) yang tertuang dalam Bab I ketentuan umum pasal 1 ayat 11 menerangkan bahwa “Pendidikan formal adalah jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang yang terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi”. Pasal 1 ayat 12 menerangkan: “Pendidikan nonformal adalah jalur pendidikan di luar pendidikan formal yang dapat dilaksanakan secara terstruktur dan berjenjang”, dan pasal 1 ayat 13 menerangkan “Pendidikan informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan”.

Pada penelitian ini, yang menjadi fokus peneliti adalah pendidikan formal. Pada umumnya pendidikan formal dibagi menjadi 4 yaitu Pendidikan menengah berbentuk Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dan Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK), atau bentuk lain yang sederajat (UU RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang SISDIKNAS Bab VI pasal 18).

Berdasarkan Data Pokok Pendidikan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (DAPODIKMEN KEMENDIKBUD), status sekolah dibagi dua yaitu sekolah yang diselenggarakan oleh lembaga pemerintah yang disebut sekolah negeri dan sekolah yang diselenggarakan oleh non lembaga pemerintah yang disebut sekolah swasta. Persaingan antara sekolah negeri dan swasta dirasakan langsung oleh para siswa selaku konsumen. Bagaimana persaingan dalam memperebutkan kuota di sekolah negeri dan

daya tarik akan sekolah swasta sudah menjadi hal yang umum.

Berdasarkan hasil wawancara dengan wakil kepala hubungan masyarakat (waka humas) SMK Palebon Semarang pada tanggal 01 Februari 2016 bertempat di ruang waka humas, beliau menyatakan “Mayoritas ketertarikan siswa setelah lulus SMP adalah mendaftarkan dirinya ke sekolah negeri daripada sekolah swasta hal itu dipicu oleh penilaian bahwa SMK swasta biayanya mahal dan kualitasnya masih lebih bagus sekolah negeri”.

Lupiyoadi dan Hamdani (2009:159) menyatakan: “Kebanyakan lembaga pendidikan dalam berkomunikasi dengan pasar menggunakan humas, publikasi pemasaran, dan periklanan, yang merupakan jenis utama dari program komunikasi pemasaran formal”. Dalam hal ini khususnya sekolah swasta peran humas sangat penting karena sekolah swasta seperti layaknya bisnis menjual jasa berupa pendidikan yang pada dasarnya harus mampu menarik minat siswa dan orang tua untuk mendaftarkan anaknya di sekolah swasta tersebut.

Berdasarkan keadaan tersebut maka komunikasi harus dijalankan secara baik antara pihak waka humas dengan konsumen, sehingga tujuan komunikasi dalam lembaga pendidikan dapat tercapai, dimana hal tersebut sesuai dengan pernyataan Lupiyoadi dan Hamdani (2009:159) karena salah satu tujuan komunikasi dalam lembaga pendidikan adalah untuk memelihara dan meningkatkan citra dari lembaga dan menarik para calon siswa. Kota Semarang merupakan kota besar yang terdiri dari sekolah negeri dan sekolah swasta, berdasarkan DAPODIKMEN menerangkan bahwa tahun 2015-2016 jumlah SMK negeri sebanyak 12 sekolah dan SMK swasta sebanyak 77 sekolah. Angka tersebut artinya menunjukkan bahwa jumlah SMK swasta lebih banyak daripada SMK negeri, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan munculnya persaingan yang cukup ketat pada sekolah swasta.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua program keahlian administrasi perkantoran SMK Palebon Semarang, pada tanggal 01 Februari 2016 di ruang guru, beliau

mengungkapkan bahwa “Suara mayoritas siswa SMK Palebon Semarang, siswa yang mendaftar di SMK swasta salah satu faktor yang dominan adalah mereka yang telah mendaftar di SMK negeri dan tidak diterima, sehingga mau tidak mau mereka mendaftar di SMK swasta”. Berdasarkan pernyataan tersebut mencerminkan bahwa terdapat indikator tertentu yang dapat menentukan pengambilan keputusan siswa ketika hendak mendaftar di SMK swasta, terlebih SMK swasta yang pada dasarnya seperti bisnis berupa jasa pendidikan dan akan dipilih oleh orang tua dan siswa karena alasan tertentu.

Lupiyoadi dan Hamdani (2009:132) menyatakan bahwa: hubungan masyarakat (Humas) berperan penting dalam manajemen pemasaran jasa, yaitu membangun citra perusahaan dan memperkuat *positioning* perusahaan, melakukan komunikasi publik yang

efektif dan mengantisipasi isu-isu yang berkembang serta melakukan peluncuran produk atau jasa baru yang diberikan.

Peran humas tersebut sebagai jembatan sekolah kepada masyarakat selaku konsumen karena dapat menimbulkan daya minat orang tua maupun siswa ketika akan menentukan pilihan mendaftar sekolah. Berdasarkan observasi awal di SMK Palebon Semarang, dimana SMK Palebon merupakan salah satu dari 77 sekolah swasta yang ada di Kota Semarang, diperoleh data jumlah siswa 8 tahun terakhir. Data tersebut merupakan data jumlah siswa baru pada saat pendaftaran tiap tahunnya. Berikut ini rincian jumlah siswa dari masing-masing jurusan yaitu Akuntansi (AK), Administrasi Perkantoran (AP), Multimedia (MM) dan Pemasaran (PM).

Tabel 1. Jumlah Siswa Kelas X Tahun 2008-2015 SMK Palebon Semarang

No	Tahun	Jurusan				Jumlah
		AK	AP	MM	PM	
1	2008-2009	92	65	37	48	242
2	2009-2010	80	82	40	42	244
3	2010-1011	89	47	76	47	259
4	2011-2012	96	137	84	48	365
5	2012-2013	88	133	78	47	346
6	2013-2014	83	92	42	41	258
7	2014-2015	75	93	39	46	253
8	2015-2016	83	138	69	44	334

Sumber : Waka humas, Panitia PPD dan TU SMK Palebon

SMK Palebon Semarang, menetapkan jumlah pasti tiap tahunnya dengan asumsi tiap tahunnya jumlah kelas yang ditargetkan dapat terpenuhi. Berdasarkan wawancara dengan waka humas SMK Palebon Semarang pada tanggal 01 Februari 2016 diruang wakil kepala SMK Palebon, beliau menyatakan bahwa: Memang tiap tahun memiliki tantangan tersendiri dalam merekrut siswa. Humas memiliki peran yang besar pada saat pendaftaran peserta didik (PPD) dimana humas merupakan pihak yang terjun langsung di lapangan ketika promosi SMK Palebon di sekolah-sekolah yang dijadikan tempat promosi

dan bersaing langsung dengan SMK swasta lainnya. Minat siswa dan orangtua ketika hendak mengambil keputusan mendaftarkan anaknya di SMK swasta juga kemungkinan dipengaruhi oleh petugas humas pada saat promosi.

Peneliti juga telah melakukan wawancara dengan siswa terbaik dari prodi administrasi perkantoran kelas XI pada tanggal 28 April 2016 di depan kelas XI AP yang menyatakan bahwa alasan ia mendaftarkan diri di SMK Palebon adalah: “Faktor utama kenapa saya mendaftarkan diri di SMK Palebon adalah karena saya menyadari nilai saya tidak

mencukupi untuk mendaftar di SMK negeri sehingga saya memilih SMK Palebon yang mau menerima nilai saya yang tergolong rendah”.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Tendea (2013:14) menunjukkan bahwa humas berperan positif dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan dengan teknik statistik deskriptif dengan persentase, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan model interaktif analisis menurut Miles dan Huberman (1994:12) menyatakan “Aktifitas dalam analisis data yaitu *data reduction, data display dan conclusion drawing/verification*”.

Penelitian tentang humas juga telah dilakukan oleh Bernadeth (2014:13) menunjukkan bahwa humas berperan dalam instansi pemerintahan dengan judul peranan humas dalam membangun citra pemerintahan Kabupaten Kutai Barat, yaitu humas berperan sebagai mediator apabila terjadi sengketa antara pihak internal dan pihak eksternal, maupun pihak eksternal dengan pihak eksternal apabila diminta dan dianggap perlu untuk ikut campur.

Permasalahan yang dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang tersebut yaitu:

1. Bagaimana peran humas di SMK Palebon Semarang ?
2. Kendala apa saja yang ditemukan dalam melaksanakan peran humas di SMK Palebon Semarang ?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan dalam melaksanakan peran humas di SMK Palebon Semarang ?

METODE

Berdasarkan hasil observasi awal, dengan ini peneliti memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kualitatif dalam melakukan penelitian ini. Moleong (2010:6) menjelaskan penelitian kualitatif sebagai berikut: Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll., secara

holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Metode penelitian kualitatif ini digunakan dalam penelitian ini karena dalam pelaksanaannya ketika observasi awal peneliti menemukan perilaku, persepsi, keterangan serta gejala-gejala di lapangan dengan melakukan pengamatan dalam proses penelitian mengenai peran humas di SMK Palebon Semarang yang tidak dapat dijabarkan dengan angka-angka melainkan dengan mendeskripsikan permasalahan secara jelas, sehingga hasil penelitian lebih mendalam.

Lofland dan Lofland dalam Moleong (2010:157) menyatakan bahwa: sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama yang dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman *video/audio taper*, pengambilan foto atau film. Pencatatan sumber data utama melalui wawancara atau pengamatan berperan serta merupakan hasil usaha gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya.

Data utama dalam penelitian ini yaitu tentang peran humas di SMK Palebon Semarang yang penulis peroleh dari hasil wawancara dengan beberapa informan yang berkaitan langsung dalam humas yaitu diantaranya Wakil Kepala bidang humas dan seluruh unit kerja di SMK Palebon, sedangkan data tambahan dalam penelitian ini berupa rekap data siswa 8 tahun terakhir dan dokumentasi surat keputusan (SK) wakil kepala bidang humas serta dokumentasi lain terkait peran humas SMK Palebon Semarang.

Sugiyono (2013:300) dalam penelitian kualitatif menyatakan bahwa: Teknik sampling yang sering digunakan adalah *Purposive sampling* dan *snowball sampling ... Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel

sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data lengkap, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data.

Dalam penelitian ini peneliti mempertimbangkan aspek informasi yang mungkin akan didapatkan secara mendalam jika dilakukan wawancara yaitu wakil kepala bagian humas, kemudian untuk menambah jumlah data dan informasi peneliti melakukan wawancara dengan semua unit kerja mulai dari kepala sekolah sampai dengan pesuruh sekolah.

Selanjutnya dinyatakan menurut Faisal dengan mengutip pendapat Spradley dalam bukunya Sugiyono (2013:303) menyatakan bahwa: “sampel sebagai sumber data atau sebagai informan sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut: (1) Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayati (2) Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlihat pada kegiatan yang tengah diteliti (3) Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi (4) Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil “kemasannya” sendiri (5) Mereka yang pada mulanya tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru atau narasumber. (6) Penambahan sampel itu dihentikan, manakala datanya sudah jenuh. Dari berbagai informan baik yang lama maupun baru tidak memberikan data baru lagi.

Sehingga dalam penelitian ini jika peneliti sudah merasa cukup untuk menggali informasi, maka peneliti tidak perlu untuk melakukan wawancara dengan informan lain. Dalam penelitian ini, jika dirasa informasi dan dokumentasi terkait peran humas sudah cukup. Maka peneliti tidak melakukan wawancara dengan informan baru serta tidak mencari dokumentasi terkait peran humas di SMK Palebon Semarang.

Teknik dalam pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu (1) Observasi. Marshall

dalam bukunya Sugiyono (2013:310) mengatakan bahwa “*through observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior.* Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut”.

Peneliti telah melakukan observasi awal pada tanggal 29 Januari 2016 dan kesimpulan observasi tersebut yaitu wakil kepala bidang humas menyampaikan bahwa banyak kiat-kiat yang dilakukan oleh humas bekerjasama dengan panitia PPD khususnya bagian humas untuk terjun langsung di sekolah-sekolah guna mempromosikan SMK Palebon kepada masyarakat semarang. Kiat yang pasti dilakukan oleh humas yaitu mendirikan *stand* didalam SMK negeri ketika pengumuman SMK negeri tiba, diantaranya mendirikan *stand* di SMK Negeri 2 Semarang dan SMK Negeri 9 Semarang. Maksud dari mendirikan *stand* tersebut yaitu siswa yang sudah jelas tidak diterima di salah satu SMK negeri akan di tawarkan untuk mendaftar di SMK Palebon. Selain itu sebelum masa pendaftaran SMK telah dimulai sebelumnya panitia penerimaan peserta didik (PPD) melakukan sosialisasi di SMP-SMP untuk memperkenalkan SMK Palebon dan serap aspirasi dengan menyebar angket untuk mengetahui tentang seberapa jauh siswa SMP mengetahui SMK Palebon. Peneliti juga mendapatkan data jumlah siswa pada tahun 2013-2016 dari sekretaris PPD.

Dari observasi awal tersebut juga diperoleh hasil berupa kelengkapan data jumlah siswa baru 8 tahun terakhir. Sehingga dengan data tersebut peneliti dapat memperkuat latar belakang penelitian. Data jumlah siswa pada tahun 2008-2012 diperoleh dari arsip tata usaha (TU) SMK Palebon Semarang. Observasi yang dilakukan peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian, sampai data dirasa sudah cukup oleh peneliti.

Untuk memperkuat hasil informasi bahwa humas melakukan beberapa kegiatan promosi sekolah, dengan ini peneliti melakukan observasi partisipatif. Sugiyono (2013:310)

menyatakan “observasi ini dapat digolongkan menjadi empat, yaitu partisipasi pasif, partisipasi moderat, observasi yang terus terang dan tersamar, dan observasi yang lengkap”. Peneliti melakukan partisipasi moderat, Sugiyono (2013:312) menyatakan partisipasi moderat (*moderate participation*): *Means that the researcher maintains a balance between being insider and being outsider*. Dalam observasi ini terdapat keseimbangan antara peneliti menjadi orang dalam dengan orang luar. Peneliti dalam mengumpulkan data ikut observasi partisipatif dalam beberapa kegiatan, tetapi tidak semuanya.

Berdasarkan hal tersebut peneliti telah melakukan observasi di lapangan terkait kegiatan humas dalam melaksanakan perannya, dimana observasi tersebut dirasa penting untuk dilakukan untuk memantapkan peneliti dalam mencari data. Observasi partisipatif moderat yang telah dilakukan yaitu yang pertama observasi humas ketika melakukan pendaftaran siswa baru dan pembekalan siswa prakerin, yang kedua observasi terkait kegiatan humas dalam promosi sekolah di SMP, yang ketiga observasi terkait *expo education* di SMK, yang keempat observasi terkait promosi sekolah di SMA, yang kelima dan keenam observasi terkait membuka *stand* di SMK. Pertimbangan beberapa hal yang tidak perlu dilakukan observasi moderat adalah kejadian yang sudah lampau dan faktor keterbatasan peneliti. (2) Wawancara, dalam penelitian ini jenis wawancara yang dilakukan merupakan wawancara takberstruktur (*unstructured interview*). Esterbeg dalam Sugiyono (2013:320-321) menyatakan bahwa: Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Wawancara tidak terstruktur atau terbuka, sering digunakan dalam penelitian pendahuluan atau malahan untuk penelitian yang lebih mendalam tentang subyek diteliti Dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh, sehingga peneliti lebih banyak

mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden. Berdasarkan analisis terhadap setiap jawaban dari responden tersebut, maka peneliti dapat mengajukan berbagai pertanyaan berikutnya yang lebih terarah pada suatu tujuan.

Sebagai data awal peneliti untuk memperkuat latar belakang dalam penelitian ini Informan yang telah diwawancarai ketika observasi awal yaitu wakil kepala bidang humas dan ketua program keahlian administrasi perkantoran. Namun pada saat penelitian di lapangan, peneliti memerlukan informan lebih dari apa yang awalnya diperkirakan, sehingga perlu menggali informasi lebih mendalam dengan informan yang bersangkutan demi informasi yang dapat dipertanggung jawabkan. Demi mendapatkan informasi yang mendalam dan tidak kaku ketika wawancara, peneliti menanyakan berdasarkan garis-garis besar dan pertanyaan selanjutnya fleksibel mengikuti jawaban dari informan. Peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa informan yang dirasa penting dan dapat menunjang informasi. Informan yang telah diwawancarai oleh peneliti yaitu semua unit kerja SMK Palebon mulai dari kepala sekolah sampai dengan koordinator kebersihan dan keamanan sekolah. (3) Dokumentasi, dokumentasi digunakan sebagai penunjang data hasil wawancara dan observasi, digunakan untuk memperoleh data atau informasi. Sugiyono (2013:329) menyatakan: “dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang”.

Dalam penelitian ini, sebagai data awal dasar penelitian ini yaitu peneliti telah mendapatkan dokumen yang isinya berupa data jumlah pendaftar siswa baru pada 8 tahun terakhir. Data tersebut penulis peroleh dari wakil kepala bidang humas, sekretaris penerima peserta didik (PPD) dan TU SMK Palebon Semarang. Sebagai penunjang data penelitian, peneliti juga meminta dokumen yang berkaitan dengan kegiatan waka humas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Humas SMK Palebon Semarang

Seperti uraian sebelumnya yang menerangkan bahwa SMK Palebon Semarang merupakan salah satu dari 77 SMK swasta yang ada di Kota Semarang, dalam hal ini sekolah menugaskan kepada waka humas untuk mempertahankan eksistensinya dalam dunia pendidikan sehingga SMK Palebon selalu memiliki daya tarik ketika masa pendaftaran siswa baru. Berdasarkan SK Pengurus Yayasan Pendidikan Wiyata Tama Semarang Nomor: Kep603/YPWT/VIII/2014 tentang Pengangkatan Wakil Kepala SMK Palebon Semarang Periode Tahun 2014 s.d 2018. SK tersebut menyatakan bahwa uraian jabatan (*job description*) wakil kepala sekolah bidang humas yaitu:

1. Menyusun program kerja bidang hubungan industri dan masyarakat
2. Bekerja sama dengan pokja PSG untuk menyusun penempatan prakerin siswa
3. Mengkoordinasikan pembuatan peta dunia kerja / industri yang relevan
4. Mempromosikan sekolah dan mengkoordinir penelusuran tamatan
5. Merencanakan program Pendidikan sistem Ganda, penyesuaian kurikulum, serta mengkoordinir pelaksanaannya bersama waka kurikulum
6. Mengkoordinir pelaksanaan uji kompetensi bersama waka kurikulum
7. Mengawasi dan memonitor pelaksanaan PSG bersama waka kurikulum
8. Mengkoordinir Bursa Kerja Khusus
9. Mengkoordinir Guru tamu dari Dunia Usaha
10. Menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan komite sekolah
11. Membantu kepala sekolah menyusun RAPBS
12. Membantu laporan berkala dan insidental
13. Bersama pokja PSG mengambil langkah yang tepat dalam merancang dan melaksanakan kegiatan penelusuran dan pemasaran tamatan

14. Menginventarisir dan mendata secara periodik dunia industri pasangan
 15. Menentukan kontrak kerjasama dengan dunia industri
 16. Merancang kebutuhan anggaran pelaksanaan kegiatan PSG
 17. Membuat laporan tugas secara keseluruhan pada akhir periode
 18. Menyelenggarakan rapat koordinasi dengan DU/DI
 19. Melaksanakan pengelolaan sistem administrasi hubungan industri dan masyarakat
 20. Berkoordinasi dengan semua unit kerja SMK Palebon Semarang
 21. Melaksanakan tugas lain yang ditetapkan kepala sekolah
 22. Menentukan penempatan prakterk kerja industri untuk siswa
 23. Mengkoordinasikan pengembangan sistem dan mekanisme kerja sama
 24. Mengkoordinasikan pelaksanaan analisis kebutuhan pasar
 25. Menentukan guru pendamping prakerin
 26. Menentukan media promosi
 27. Memberikan intruksi dan memastikan dilaksanakannya instruksi tersebut.
- Lupiyoadi dan Hamdani 2009:132 menyatakan: "Peran humas terdiri dari tiga hal yaitu: "Membangun citra perusahaan, melakukan komunikasi publik yang efektif dan melakukan peluncuran produk atau jasa baru yang diberikan". Dimana hasil penelitian ini diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Berikut ini peneliti sampaikan ketiga peran humas berdasarkan teori dalam kerangka berfikir.

Membangun Citra Perusahaan

Humas berperan penting dalam proses pemasaran jasa, yaitu sebagai jembatan sekolah kepada masyarakat selaku konsumen karena dapat menimbulkan daya minat orang tua maupun siswa ketika akan menentukan pilihan mendaftar sekolah. Sukatendel dalam Soemirat (2015:112) *Public Relations* adalah salahsatu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar

menghormati kepentingan bersama. Citra positif tersebut tentunya dilakukan oleh beberapa pihak pengelola sekolah sehingga citra positif dapat tercipta. Bill Canton dalam Sukatendel dalam Soemirat (2015:111-113) mengatakan bahwa: Citra adalah “*image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a conciously created impression of an object, person or organization*” (citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi). Jadi ungkap Sukatendel, citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu aset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi... Sukatendel menawarkan definisinya, yaitu *public relation* (PR) adalah salah satu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama...Sering kita dengan: *mutual interest, mutual understanding* dan sebagainya PR bukan hanya untuk kepentingan organisasi/perusahaan, walaupun perlu nasi PRO dari perusahaan tersebut. PR juga harus membela kepentingan publiknya (mitranya), baik internal maupun eksternal.

Di SMK Palebon Semarang, pembangunan citra tersebut di bangun bersama oleh semua pihak atas dasar kesadaran bahwa membangun citra adalah suatu kebutuhan sekolah, terlebih sekolah tersebut adalah berstatus sekolah swasta. Peneliti telah menguraikan sebelumnya bahwa unit kerja yang berperan untuk membantu proses pencitraan adalah yang pertama seluruh jajaran wakil kepala sekolah (kurikulum, kesiswaan, sarpras dan PTK), yang kedua Ketua Program Keahlian (KPK) Akuntansi (AK), Administrasi Perkantoran (AP), Multimedia (MM) dan Pemasaran (PM), yang ketiga BKK, yang ke empat guru mengajar, yang kelima KTU, dan yang ke enam pihak BK.

Yang pertama adalah humas bekerjasama untuk membentuk citra dengan waka kurikulum hal tersebut penting dilakukan karena berikut ini ada beberapa *job description* yang jelas dari waka humas yang harus disinergikan dengan waka

kurikulum. Berdasarkan lampiran SK Pengangkatan wakil kepala bidang humas *job description* tersebut yaitu:

Yang pertama adalah merencanakan program pendidikan sistem ganda, penyesuaian kurikulum, serta mengkoordinir pelaksanaannya bersama waka kurikulum. Berdasarkan pernyataan yang dikemukakan oleh waka kurikulum bahwa seringkali berganti kurikulum menyebabkan warga sekolahpun harus menyesuainya, sehingga jika humas tidak bersinergi dengan kurikulum maka citra positif akan sulit diciptakan karena suasana iklim yang tertib khususnya kurikulum tidak diterapkan dengan baik. Perlu di ingat pula waka kurikulum juga berkelanjutan untuk bersinergi dengan waka PTK dalam hal administrasi guru yang sering berganti-ganti. Meskipun pada prakteknya hal tersebut merupakan *jobdes* dari waka kurikulum akan tetapi jika tidak didampingi oleh waka humas dan waka PTK maka waka kurikulum akan keteteran. Hal tersebut sesuai dengan definisi wahyuni (2004:136) bahwa: “humas melaksanakan usahanya untuk mencapai hubungan yang harmonis antara suatu organisasi dengan masyarakat internal maupun eksternal”. Dan yang dimaksudkan disini adalah masyarakat internal SMK Palebon Semarang.

Yang kedua adalah mengkoordinir pelaksanaan uji kompetensi bersama waka kurikulum. Harlow dalam Wahyuni (2004:136) “humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama”. Sehingga berdasarkan konsep tersebut harapannya waka humas dan waka kurikulum dapat menjamin terlaksananya pelaksanaan uji kompetensi bersama waka kurikulum karena telah terjalin komunikasi dua arah antara siswa dan guru di SMK Palebon Semarang.

Yang ketiga adalah mengawasi dan memonitor pelaksanaan PSG bersama waka kurikulum. Pengawasan dalam hal ini penting dilakukan guna mewujudkan visi misi SMK Palebon Semarang. Jika ketiga *jobdes* tersebut dapat terlaksana dengan baik maka harapannya

akan berbanding lurus dengan citra yang baik dari masyarakat internal dan eksternal SMK Palebon Semarang.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa seluruh jajaran waka berperan dalam pembangunan citra sekolah, sehingga tanggungjawab menimbulkan citra baik bukan hanya seolah tanggungjawab waka humas saja. Berdasarkan uraian jabatan waka kesiswaan pada lampiran SK menerangkan bahwa waka kesiswaan sangat erat dengan agenda bersama siswa, maka sebagai fungsi menjembatani juga saling bersinergi dengan waka humas. Khususnya poin 3 yang berbunyi “waka kesiswaan mengkoordinasikan PPD”, poin tersebut penting adanya untuk saling bersinergi dengan waka humas karena uraian jabatan waka humas juga terdapat poin dimana waka humas “menentukan media promosi” artinya sebelum PPD dimulai perlu adanya media yang tepat dan disinkronkan dengan PPD tersebut. Disamping hal tersebut sebagai media promosi perlu bersatu padu pula dengan waka sarpras tentang informasi yang diberikan kepada calon peserta didik perihal sarana dan prasarana apa yang akan mereka terima ketika mendaftar kelak.

Demi tersalurkannya siswa ditempat prakerin yang sesuai dengan harapan para KPK maka perlu adanya koordinasi yang baik dengan seluruh KPK mengingat *jobdes* waka humas poin 22 yang berbunyi “waka bidang humas menentukan penempatan prakerin untuk siswa” hal tersebut penting dilakukan untuk meminimalisir permasalahan anak ditempatkan di tempat yang tidak sesuai dengan jurusannya sehingga pengalaman anak akan tidak maksimal.

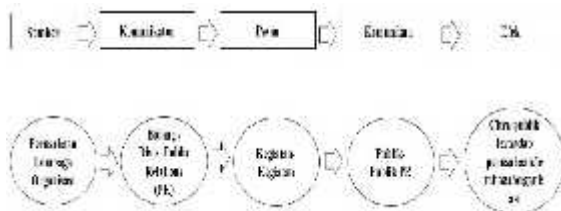
Kemudian untuk menciptakan citra sekolah berkaitan dengan *jobdes* waka humas poin 8 yang berbunyi “wakil kepala bidang humas mengkoordinir Bursa Kerja Khusus (BKK)” Guna mendapat penilaian citra yang positif dari masyarakat adalah dengan melahirkan alumni-alumni SMK Palebon Semarang dengan lulusan yang terjamin di tiap prodinya untuk bekerja, salahsatu wadahnya adalah melalui BKK. Waka humas yang notabene sudah menjalin relasi dengan DUDI

sangat bermanfaat demi kemajuan BKK. Disamping memberi keuntungan bagi suatu perusahaan untuk menyerap tenaga kerja, disisi lain kita juga mempunyai mitra ketika pasca lulus untuk bekerja dimana sesuai pilihan mereka. Sebagai media promosi waka humas maka BKK termasuk agen yang tepat karena bisa meminimalisir angka pengangguran setelah lulus. Seperti yang diungkapkan oleh calon siswa pendaftar yang menyatakan bahwa minat mereka mendaftarkan dirinya karena faktor alumni. Maka SMK Palebon sudah tergolong baik dalam pengelolaan alumni. Istilah metode menarik siswa dengan alumni, di SMK Palebon dikenal dengan sebutan gethuk tular yang artinya bisa menularkan kepada sanak Saudaranya atau tetangganya di masyarakat sekitar untuk berminat mendaftarkan diri di SMK Palebon Semarang. Selain itu juga istilah sekolah dinasti yang artinya sekolah keturunan dari keluarga yang turun temurun sekolah di SMK Palebon Semarang sudah lama diterapkan.

Selain bekerjasama dengan pihak internal sekolah, seperti yang telah diuraikan di atas, penciptaan citra SMK Palebon Semarang juga dilakukan di luar sekolah. Salah satunya yaitu dengan aktif promosi di *expo education*, dengan mengikuti *expo education* tersebut SMK Palebon Semarang dapat menunjukkan kelebihanannya dibandingkan dengan sekolah lainnya. Cara yang ditempuh yaitu dengan menampilkan profil sekolah melalui video, dimana dalam video tersebut lengkap diceritakan profil dari masing-masing jurusan beserta keunggulannya. Pada *expo education* humas berstrategi dalam promosinya dengan menyampaikan transparansi anggaran yang diperlukan siswa baru. Karena pada saat observasi tersebut peneliti seolah berperan sebagai orang tua yang sedang mencari sekolah untuk anaknya, maka peneliti mencoba mendatangi satu-persatu sekolah-sekolah swasta yang ada guna mengetahui strategi promosinya. Dari percobaan tersebut peneliti semakin merasakan bahwa betul adanya sekolah swasta perlu menciptakan citra guna mempertahankan eksistensinya dan kemajuan sekolah masing-masing. Peneliti merasakan ketika di *expo education* seperti selayaknya pasar dengan

masing-masing perusahaan memiliki *sales* yang mempromosikan produknya masing-masing.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa pada intinya humas dalam menciptakan citra dibantu oleh semua unit kerja di SMK Palebon Semarang hal tersebut sesuai dengan konsep model komunikasi humas menurut menurut Soemirat (2015:118), yakni *image building* (membangun citra), dapat dilihat sebagai model komunikasi dalam Public Relations.



Gambar 1 Model Komunikasi Dalam *Public Relation*

Guru adalah termasuk sumber penggerak dari suatu instansi sekolah, dimana guru akan mampu berkontribusi dalam pembentukan karakter anak melalui pesan yang disampaikan kepada siswa sehingga siswa selaku komunikan akan mendapatkan efek/dampak dari apa yang disampaikan oleh gurunya. Berdasarkan teori simetri Newcomb dalam Severin (2007:157) yang memprediksi bahwa semakin A tertarik pada B (seseorang atau sebuah kelompok) maka semakin besar perubahan opini pada pihak A. Dengan filosofi tersebut maka dapat kita gambarkan A adalah siswa dan B adalah guru maka dengan begitu jika siswa semakin tertarik pada gurunya maka semakin besar opini yang akan terjadi pada siswa. Artinya opini tersebut adalah dalam hal positif. Misalnya siswa akan semakin nurut dengan nasehat guru, belajar dengan baik dan sebagainya karena siswa sudah tertarik dengan gurunya maka sifat baik akan mudah muncul kepada seseorang yang membutanya tertarik. Jika suatu sekolah siswanya sudah tumbuh benih-benih bagus maka akan memberikan citra positif untuk sekolah karena siswanya terkenal sopan baik dan dapat dijadikan teladan. Dalam konteks ini BK yang sering berkoordinasi dengan humas juga terkait menangani siswa yang mempunyai permasalahan bisa bersinergi dengan guru juga untuk menjadikan guru membantu

meminimalisir siswa yang bermasalah karena pada dasarnya siswa banyak berinteraksi dengan guru ketika di sekolah.

Dari uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa penciptaan citra yang dilakukan humas SMK Palebon Semarang dalam menarik siswa sudah baik dibuktikan dari testimoni pendaftar di SMK Palebon Semarang. Namun penciptaan citra dalam hal menonjolkan siswa di bidang prestasi nampaknya perlu ditingkatkan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan lebih kepada masyarakat bahwa sekolah swasta juga bisa melahirkan siswa yang berprestasi seperti sekolah negeri.

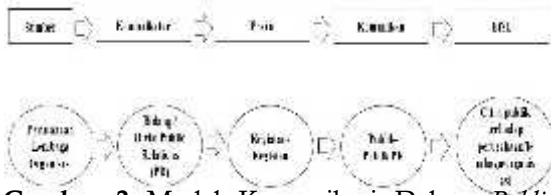
Waka humas pada dasarnya memang dituntut untuk mampu bekerja secara tim, dan fleksibel disemua unit kerja di SMK Palebon termasuk tidak melupakan tertib administrasi dengan TU. Harapannya jika administrasi tertib dan berjalan baik maka relasi atau pihak yang di butuhkan oleh SMK Palebon Semarang akan segan dengan pihak sekolah.

Melakukan komunikasi publik yang efektif

Peran humas yang kedua adalah melakukan komunikasi publik yang efektif. Komunikasi publik yang dimaksud disini adalah lebih jelasnya publik internal dan publik eksternal SMK Palebon Semarang. Dalam melaksanakan peran humas tentu tidak dilakukan sendirian akan tetapi saling bekerjasama satusama lain dan senantiasa saling berkomunikasi, khususnya supaya terjalin komunikasi publik yang efektif sehingga mampu mengantisipasi isu-isu yang berkembang. Soemirat (2015: 15) menyatakan publik dalam *public relations* dapat diklasifikasikan dalam dua kategori yaitu publik internal dan publik eksternal. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

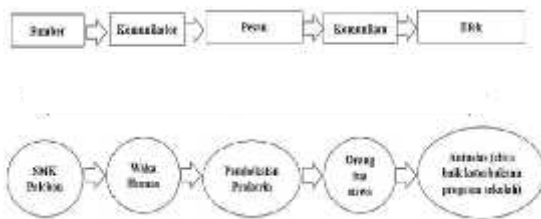
Internal publik yaitu publik yang berada dalam organisasi/perusahaan seperti supervisor, karyawan pelaksana, manajer, pemegang saham dan direksi perusahaan. Eksternal publik secara organik tidak berkaitan langsung dengan perusahaan seperti pers, pemerintah, pendidik/dosen, pelanggan, komunitas dan pemasok.

Untuk komunikasi yang pertama yaitu komunikasi dengan publik internal yang meliputi dengan semua warga sekolah (siswa, orang tua siswa, guru, pegawai, sampai petugas kebersihan). Soemirat (2015:118), yakni *image building* (membangun citra) dapat dilihat sebagai model komunikasi dalam Public Relations.



Gambar 2 Model Komunikasi Dalam *Public Relation*

Berikut ini penulis gambarkan contoh salah satu penerapan komunikasi publik internal waka humas dengan orang tua siswa di SMK Palebon, yaitu sebagai berikut:



Gambar 3 Penerapan Model Komunikasi Dalam *Public Relation*

Sumber: Observasi Peneliti

Berdasarkan gambar di atas penjelasan yang pertama yaitu sumber. Sumber merupakan darimana komunikasi itu diperoleh, dalam hal ini sekolah sebagai sumbernya kemudian melalui perantara yang menyampaikan atau disebut komunikator yaitu waka humas, untuk menyampaikan pesan tentang pembekalan prakerin kepada orang tua siswa selaku komunikan guna mendapatkan efek berupa citra yang baik melalui sikap antusias para orang tua siswa. Namun tidak dipungkiri ketika komunikasi berlangsung terkadang muncul sesuatu diluar rencana yang tidak bisa dicegah oleh komunikan. Dalam pelaksanaan pembekalan prakerin mayoritas orang tua membawa anaknya yang masih kecil sehingga terkadang nuansa menjadi berisik dengan suara anak-anak, dengan keadaan tersebut memungkinkan rasa gaduh yang berakibat pada

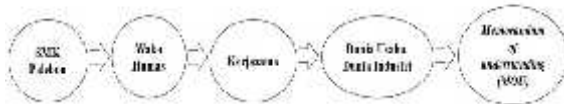
penerimaan pesan kepada komunikan yaitu tamu undangan para orang tua siswa menjadi kurang maksimal.

Metode bertatap langsung dengan orang tua dirasa efektif oleh waka humas SMK Palebon Semarang, karena dengan diadakannya pembekalan sebelum siswa prakerin maka harapannya dapat meminimalisir kasus yang terjadi terkait kedisiplinan anak. Hal tersebut penting dilakukan karena perlunya berkoordinasi dengan orang tua terkait program sekolah yang sedang dilaksanakan. Sehingga dengan harapan orang tua juga mampu berperan dalam mendidik anaknya dan tidak beranggapan bahwa masalah pendidikan anak adalah semata-mata tanggung jawab sekolah saja. Peneliti menyimpulkan komunikasi dengan mengundang orang tua terkait program sekolah sudah efektif karena orang tua dapat secara langsung menanyakan jika ada hal yang masih kurang jelas, sehingga komunikasi dua arah juga dapat tercipta.

Strategi komunikasi efektif juga dilakukan ketika pihak sekolah dirasa perlu meengkomunikasikan terkait informasi persekolahan kepada orang tua. Berdasarkan hasil dokumentasi berupa surat undangan menunjukkan bahwa pihak sekolah sudah mampu berkomunikasi efektif dengan orang tua secara terprogram dan sistematis. Selain itu menangani siswa yang memiliki kasus juga dilakukan oleh humas melalui monitoring dari masing-masing wali kelas. Dan ketika siswa prakerin humas juga menerima laporan jika siswa ada yang bermasalah melalui pembimbing lapangan masing-masing.

Komunikasi yang efektif selanjutnya dengan warga sekolah yaitu semua unit kerja SMK Palebon sudah di uraikan dari awal bahwa humas dalam melaksanakan kinerjanya tidak sendirian namun bekerja sama dengan semua unit kerja SMK Palebon. Hal tersebut didukung dokumentasi berupa SK waka humas yang menerangkan tentang *job description* waka humas khususnya poin 20. Yang berbunyi “berkoordinasi dengan semua unit kerja SMK Palebon Semarang”.

Komunikasi yang efektif selanjutnya adalah komunikasi dengan publik eksternal SMK Palebon Semarang. Berikut ini penulis gambarkan pula contoh salah satu model komunikasi publik Eksternal waka humas dengan dunia usaha dan dunia industri di SMK Palebon, secara singkatnya sebagai berikut:



Gambar 4 Penerapan Model Komunikasi Dalam *Public Relation*

Sumber: Dokumentasi

Berdasarkan gambar tersebut sumber informasi SMK Palebon menyampaikan pesanya yang kemudian disebut komunikator yakni waka humas kemudian menyampaikan pesan berupa kerjasama kepada dunia usaha dan dunia industri sehingga dengan harapan bisa mendapatkan kerjasama dengan menandatangani *MOU*. Komunikasi baik secara langsung maupun via *telephone* yang dilakukan waka humas, tergantung kondisi pada saat itu. Jika dari pihak ekstern berkenan dengan via *telephone* maka akan tetap dilayani dengan baik. Jika dengan metode langsung bertemu maka pihak SMK Palebon juga akan menyambut dengan baik. Komunikasi dengan mitra kerja harus secara kontinyu dilakukan demi terjalinnya kerjasama yang baik. Selanjutnya demi mengantisipasi isu-isu yang berkembang sehingga dapat menimbulkan penilaian yang buruk terhadap publik. Maka perlu menjalin hubungan yang harmonis dengan publik. Melvin Sharpe dalam Soemirat (2015: 14-15) lima prinsip proses harmonis dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan publiknya yaitu:

1. Komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas.
2. Keterbukaan dan konsistensi terhadap tindakan dan kepercayaan

3. Tindakan yang jujur untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill* (kemauan baik)
4. Komunikasi dua arah dilakukan secara kontinyu untuk mencegah aliensi (pengucilan) dan membangun hubungan.
5. Evaluasi penelitian dan lingkungan untuk menentukan tindakan dan penyesuaian yang diperlukan bagi hubungan sosial yang harmonis (dalam seitel, 1992:10)

Melakukan Peluncuran Produk atau Jasa Baru yang Diberikan

SMK Palebon merupakan salah satu SMK swasta di Kota Semarang, sehingga demi mampu untuk bersaing secara terus, sekolah juga dituntut untuk mampu meluncurkan produk baru. Produk tersebut bisa dari karya siswa ataupun dari sekolah. Misalnya jika sekolah akan meluncurkan jurusan baru maka humas berperan penting dalam hal ini. Soemirat (2015:154) menyatakan: Humas dapat menjadi efektif menopang fungsi *marketing*, harus terlebih diperjelas dalam perencanaan harus matang dalam menentukan sasaran dan target perusahaannya yaitu dengan penerapan strategi dan taktik promosi untuk penjualan suatu produk. *Public relation* digunakan dalam perencanaan marketing untuk mencapai sejumlah sasaran yaitu :

1. Membantu perusahaan dan nama produknya agar lebih dikenal.
2. Membantu mengenalkan produk baru atau peningkatan produk.
3. Membantu meningkatkan suatu produk *life style* contohnya menyempurnakan pesan iklan dan promosi penjualan dengan menambah informasi baru.
4. Mencari pangsa pasar baru dan memperluas keberadaannya.
5. Memantapkan semua *image* (citra) yang positif bagi produk dan usahanya.

Sasaran dari *public relation (PR)* yang pertama yaitu membantu perusahaan dan nama produknya agar lebih dikenal. Berdasarkan wawancara dengan waka humas bahwa SMK Palebon akan membuat produk baru yaitu berupa jurusan (wakahum:163). Namun untuk

waktunya belum bisa dipastikan. Jika memang hal tersebut akan terealisasikan maka humas bisa mengevaluasi terlebih dahulu ketika dulu sempat melakukan *launching* produk baru yaitu jurusan MM (wakakes :174). Berarti yang perlu diperhatikan pertama yaitu poin empat yang berbunyi mencari pangsa pasar baru dan memperluas keberadaannya. Hal tersebut juga sesuai dengan tugas waka humas poin 24 yang berbunyi “mengkoordinasikan pelaksanaan analisis kebutuhan pasar” dengan tidak lupa memperhatikan poin tiga yaitu membantu meningkatkan suatu produk *life style* contohnya menyempurnakan pesan iklan dan promosi penjualan dengan menambah informasi baru.

Dari penuturan 2 (dua) informan kepala sekolah dan waka kesiswaan yang telah memberikan informasinya menunjukkan bahwa benar adanya peran humas menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:132) dalam manajemen pemasaran jasa humas memiliki beberapa peran penting diantaranya yaitu melakukan peluncuran produk atau jasa baru yang diberikan. Demi menunjukkan eksistensinya di dunia pendidikan SMK Palebon Semarang semakin menunjukkan kemajuannya langkah-demi langkah. Berdasarkan pengamatan peneliti juga sekarang kemajuan dari segi bangunan semakin banyak pembaruan. Pembaruan tersebut meliputi tempat parkir, lab BTC, aula, kantin dan penambahan ruangan. Namun untuk manfaat media sosial sendiri seperti *web* belum terlalu maksimal karena sebetulnya peluncuran produk jurusan baru melalui brosur dan MMT di jala-jalan.

Kendala Dalam Melaksanakan Peran Humas di SMK Palebon

Kendala merupakan sesuatu yang dapat menghambat suatu aktivitas/agenda. Kendala dalam melaksanakan peran humas di SMK Palebon Semarang adalah minimnya dana yang dimiliki oleh sekolah. Karena disamping biaya promosi yang mahal juga status sekolah swasta mendapat bantuan dari pemerintah hanya sebatas BOS. Hal ini dikemukakan oleh kepala sekolah sebagai berikut “Yang utama kendala ya itu biaya hehehe hlooo kalau kami biaya banyak

nah itu a efektif kami talkshow itu TV ku kemarin dateng pak humas ini biayanya ah enggak ahh 1 jam 9 juta gak usah” (kepala sekolah).

Hal serupa juga diungkapkan oleh pelaku itu sendiri yaitu waka humas, yang menyatakan bahwa: ” Nah untuk masalah eksternalnya masalah biaya, itu yang kaitannya menggunakan media elektronik. Kan biaya kan jelas itu yang utamanya itu” (wakahumas). Peneliti menemukan hal baru, bahwasannya memang sekolah swasta itu permasalahannya cukup sulit. Biaya yang makin mahal membuat SMK Palebon sempat ragu untuk menerima siswa lebih banya lagi, karena disamping itu jumlah gedung masih belum mencukupi jika harus menerima siswa dari kuota semestinya. Kendala lain juga ditemui terkait praktisi humas itu sendiri yang mengalami keterbatasan fasilitas. Berdasarkan Lupiyoadi, Hamdani (2009:106) menyatakan bahwa:

Para praktisi humas haruslah seorang yang komunikator terampil dan profesional dengan peralatannya berupa:

1. Materi atau bahan tertulis, seperti laporan tahunan lembaga, katalog, majalah alumni, jurnal, brosur dan lain-lain
2. Berita tentang lembaga yang menarik dan tersedia pada media yang cocok
3. Materi audio visual dan peranti lunak (software), seperti video tape, video disk, audio cassettes, slide.
4. Juru bicara
5. Acara atau kegiatan-kegiatan yang dirancang agar dapat menarik perhatian pasar sasaran
6. Kontak personal, seperti petugas administrasi, staf fakultas, alumni dan mahasiswa
7. Jasa telepon informasi

Peralatan yang pertama yaitu materi atau bahan tertulis, seperti laporan tahunan lembaga, katalog, majalah alumni, jurnal, brosur dan lain-lain. Ketika humas melakukan promosi sekolah, SMK Palebon baru memiliki brosur saja. Selain brosur SMK Palebon Semarang belum memiliki lainnya karena memang fakta di lapangan membuktikan bahwa manajemen sumber dana

sekolah swasta terbesar dan yang utama hanya bersumber pada siswa. Sisanya memang dibantu oleh pemerintah melalui BOS, namun dana BOS juga belum mampu untuk meng *cover* semua kebutuhan sekolah. Seperti pembangunan gedung baru sumbernya dari siswa, gaji guru juga dari siswa sehingga bisa diistilahkan hidup dan matinya sekolah swasta ada pada siswa.

Peralatan yang kedua yaitu berita tentang lembaga yang menarik dan tersedia pada media yang cocok. Jika mau pasang iklan di stasiun TV ternama tentu terkendala oleh biaya sehingga sementara terkadang publikasi promosi lewat televisi sementara baru melalui stasitun TVRI. Peralatan selanjutnya yaitu materi audio visual dan peranti lunak (*software*), seperti *video tape*, *video disk*, *audio cassettes*, *slide*. Fakta dilapangan media ini sudah cukup baik karena memang tidak membutuhkan pembiayaan yang berarti. Dan peralatan tersebut juga bisa ditopang oleh jurusan MM, salah satunya yaitu video profil SMK Palebon Semarang. Selanjutnya adalah peralatan berupa juru bicara. Humas SMK Palebon dalam prakteknya memiliki juru bicara untuk mewakili setiap kepentingan yang berbeda, yaitu wali kelas sebagai informan ketika ada siswa yang bermasalah sekaligus memberikan pengumuman kepada siswa terkait persekolahan, dan ketika prakerin pembimbing lapangan sebagai juru bicara untuk menyampaikan kata pengantar siswa yang prakerin disuatu perusahaan.

Peralatan yang selanjutnya yaitu acara atau kegiatan-kegiatan yang dirancang agar dapat menarik perhatian pasar sasaran. Untuk menarik pasa sasaran humas SMK Palebon gencar-gencarnya melakukan kegiatan promosi di *expo education*, membuka *stand* di SMK Negeri dan SMA Negeri, promosi di SMP-SMP serta membuka kegiatan pendaftaran siswa baru. Peralatan yang keenam yaitu kontak personal, seperti petugas administrasi, staf fakultas, alumni dan mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian untuk sementara ini kontak personal melalui media sosial *whatsapp*, dan facebook. Dan yang terakhir untuk memberi kenyamanan kepada konsumen maka pihak sekolah

menyediakan jasa telepon informasi yang berpusat di ruang TU.

Dapat peneliti simpulkan bawa kendala utama humas adalah pada pembiayaan dan kendala lainnya menurut waka humas tidak ada kendala yang begitu berarti kecuali biaya. Kemudian untuk kendala internal seperti *miss* komunikasi seringkali informasi yang belum merata diterima oleh warga sekolah terlebih bagi unit kerja yang ruangnya masih jauh jangkauannya dilakukan komunikasi via sms atau telepon saja dengan memanfaatkan sambungan telepon antar unit kerja, sehingga informasi akan diketahui jika ada komunikasi melalui telepon atau sms saja, belum secara bersama-sama bisa diterima dalam waktu yang bersamaan.

Upaya Dalam Mengatasi Kendala Pelaksanakan Peran Humas di SMK Palebon

Pihak sekolah menyadari bahwa masalah biaya itu terkadang solusinya tidak begitu mudah. Ditambah status sekolah yang swasta. Karena pemasukan utama dari siswa sudah digunakan untuk gaji guru dan pembangunan sekolah. Ketika sekolah sudah sangat mepet pada akhirnya sekolah meminta uang ke yayasan. Karena dijamin sekarang mencari sponsorpun tidak semudah yang dibayangkan. Dan sangat jarang sekali yang memberikan *fresh money*, namun menyikapi hal tersebut dari pihak sekolah tidak terfikirkan untuk menarik SPP lebih mahal lagi dengan alasan yang dikemukakan oleh kepala SMK Palebon yaitu "sekolah ini orientasi kami sosial bukan *profit oriented*".

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan minimnya biaya yaitu menyusun rancangan beberapa tahun kedepan unit produksi masing-masing prodi akan dinikmati oleh masyarakat sekitar. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan kepala SMK Palebon "A sejauh ini saya pandai-pandainya menyisihkan sebagian dari hasil yunit produksi, kan kami punya yunit produksi ada bank mini, *foto copy*, koperasi kan ada hasilnya. Nah itulah untuk menutup kekurangan bidang humas tadi". Sehingga kesimpulan solusinya untuk

permasalahan dana yaitu masing-masing jurusan akan memaksimalkan fungsi produksinya yaitu dimulai dari jurusan akuntansi akan memanfaatkan bank mini. jurusan administrasi perkantoran akan membuka usaha *fotocopy*, jurusan multimedia akan membuka usaha percetakan dan jurusan pemasaran akan membuka minimarket.

Selanjutnya untuk kendala berupa peralatan yang pertama yaitu Materi atau bahan tertulis, SMK Palebon akan memaksimalkan fungsi media sosial berupa *web* sehingga dirasa dapat meminimalisir pengeluaran biaya. Peralatan yang kedua yaitu berita tentang lembaga yang menarik dan tersedia pada media yang cocok. Untuk sementara ini SMK Palebon sudah menjadi mitra dengan TVRI untuk media pemberitaan. Peralatan yang selanjutnya yaitu acara atau kegiatan-kegiatan yang dirancang agar dapat menarik perhatian pasar sasaran. Memilah kegiatan mana yang bisa di *show up* dan kegiatan mana yang dirasa tidak perlu di *show up*. Kegiatan tersebut juga bisa dipromosikan melalui media sosial seperti *web*. Peralatan yang keenam yaitu kontak personal, seperti petugas administrasi, staf fakultas, alumni dan mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian untuk sementara ini kontak personal melalui sms dan telepon, dan media sosial *facebook*. Dan yang terakhir untuk memberi kenyamanan kepada konsumen maka pihak sekolah menyediakan jasa telepon informasi yang berpusat di ruang TU. Namun untuk komunikasi internal SMK Palebon sudah maksimal sekali karena setiap unit kerja sudah memiliki saluran *telephone* yang jika sewaktu-waktu dari TU ada *telephone* dari instansi luar dan ingin berbicara dengan unit kerja tertentu maka tinggal disambungkan saja.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang sudah dilakukan melalui pendekatan kualitatif, dengan judul “Peran Humas di SMK Palebon Semarang”, ada beberapa simpulan yang didapatkan yaitu:

Peran Humas di SMK Palebon Semarang

1. Peran humas di SMK Palebon Semarang terbagi dalam dua bagian, yaitu bagian humas internal dan bagian humas eksternal.
2. Humas Internal SMK Palebon terdiri dari hubungan dengan seluruh unit kerja SMK Palebon Semarang, siswa serta orang tua siswa dan menciptakan hubungan baik dengan komite sekolah.
3. Humas Eksternal SMK Palebon terdiri dari hubungan dengan dunia dunia usaha dan dunia industri (DUDI) serta pemerintah. Hubungan ini yaitu berupa menjalin hubungan industri dan masyarakat dalam kerjasama untuk mewujudkan program kerja waka humas salah satunya program akademik yaitu praktek kerja industri siswa SMK Palebon Semarang. Hubungan dengan pemerintah salahsatunya terkait penyaluran dana bantuan operasional sekolah (BOS)
4. Humas sebagai media untuk mempromosikan sekolah melalui profil tamatan siswa SMK Palebon dengan mengkoordinir bursa kerja khusus (BKK).
5. Humas mengkoordinir pelaksanaan uji kompetensi bersama waka kurikulum.
6. Menginventarisir dan mendata secara periodik dunia industri pasangan serta menentukan kontrak kerjasama dengan dunia industri.
7. Humas mengkoordinasikan pelaksanaan analisis kebutuhan pasar.

Kendala dalam Melaksanakan Peran Humas di SMK Palebon Semarang

Kendala yang ditemui humas SMK Palebon Semarang dalam menjalankan perannya yaitu minimnya biaya yang belum mampu untuk *mengcover* semua biaya promosi sekolah dan pencitraan sekolah.

Upaya yang sudah dilakukan dalam mengatasi kendala peran humas

Upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan minimnya biaya yaitu menyusun rancangan beberapa tahun kedepan unit

produksi masing-masing prodi akan dinikmati oleh masyarakat sekitar. Seperti dari jurusan jurusan administrasi perkantoran akan membuka usaha *fotocopy*, Jurusan multimedia akan membuka usaha percetakan dan jurusan pemasaran akan membuka minimarket.

DAFTAR PUSTAKA

- Bernadeth, Henny., DB. Paranoan., dan Achmad Djumlani. 2014. *Peranan Humas dalam Membangun Citra Kabupaten Kutai Barat*. Volume 2. Nomor 3. 2054-2067. Hal 13 Kalimantan Timur: Universitas Mulawarman.
- Data Pokok Pendidikan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. <http://dapo.dikmen.kemdikbud.go.id/portal/web/laman/datasekolah/> (diunduh tanggal 29 Desember.2015).
- Lupiyoadi, Rambat., dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Miles, Matthew B., and A. Michael Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis*. California: SAGE Publication. (diunduh tanggal 12 April.2016).
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- akuntansi akan memanfaatkan bank mini.
- Munib, A., Budiyo., dan Suryana, sawa. 2012. *Pengantar Ilmu Pendidikan*. Semarang: UNNES Press.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard, Jr. 2007. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Soemirat, Soleh., dan Elvinaro, Ardianto. 2015. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tendean, Christian S. 2013. *Peranan Humas dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado*. Volume 2 No.4. Hal 14 Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. [Http://sumberdaya.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2016/02/uu-nomor-20-tahun-2003-tentang-Sisdiknas](http://sumberdaya.ristekdikti.go.id/wp-content/uploads/2016/02/uu-nomor-20-tahun-2003-tentang-Sisdiknas). PDF. (diunduh tanggal 03 Januari.2016).
- Wahyuni, Rita. 2004. *Paket Keahlian Sekretaris*. Ghalia Indonesia: Yudhistira.