

# PELAKSANAAN *PUBLIC RELATIONS* DI SMK SWASTA SE-KECAMATAN PADANG BARAT

**Tia Ayu Ningrum**

*Jurusan Administrasi Pendidikan FIP UNP*

## *Abstract*

*The goal of the research is to collect information about the actuating of public relations in private Senior vocational schools. The population of the research is all of principals, vice principals teachers, employees and members of student body at schools. The sample is 77 people, taken by disproportionate stratified random sampling technique. The instrument of the research is question with Likert scale models that had been tested for validity and reliability. Data analyzed using persentation score and performance level. The result of this research show that the public relations in private SMK is not good.*

*Key word : Public Relations*

## **PENDAHULUAN**

SMK/MAK merupakan lembaga pendidikan kejuruan yang mempunyai tujuan untuk mempersiapkan siswa menjadi tenaga kerja yang kompeten dan mandiri dengan mengutamakan kemampuan dan keterampilan di bidang tertentu sesuai dengan jurusannya. Sebagaimana menurut Supriadi (2002:17) menyatakan bahwa “pendidikan kejuruan bertujuan untuk menghasilkan manusia yang produktif, yakni manusia kerja, bukan manusia beban bagi keluarga, masyarakat, dan bangsanya”. Hal ini sejalan dengan undang-undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003 yang menyatakan bahwa “pendidikan kejuruan adalah pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. “

Permasalahannya adalah masih banyaknya yang beranggapan bahwa SMK merupakan sekolah nomor dua setelah SMA, dalam pengertian SMA lebih unggul dibandingkan dengan SMK. Menurut M. Syaom Barliana (2008) yang diambil dari *Paper that presented on International Seminar “Optimalization of Vocational Education for the Human Resource Development”*, SMK distigmatisasi sebagai sekolah kelas dua untuk warga kelas dua, sekolah anak-anak nakal dan sekolah marjinal. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Fibri Aryanto (2012) yang diambil dari menyatakan bahwa “SMK merupakan pilihan nomor dua setelah SMA, karena SMK hanya dianggap sebagai sekolah bagi mereka yang punya IQ rendah dan dianggap sebagai sekolah keterampilan yang mementingkan kerja tangan dan tidak menuntut orang untuk mempunyai IQ

yang tinggi.” Oleh karena itu, lulusan SMK dipandang tidak sebaik para lulusan SMA. Menurut peneliti hal ini dikarenakan kurangnya SMK dalam mengkomunikasikan nilai-nilai lebih (keunggulan) yang dimiliki SMK kepada masyarakat luas, dan ketidakmampuan alumninya menduduki posisi-posisi strategis di berbagai lapangan pekerjaan.

Kondisi tersebut, sesuai dengan temuan hasil wawancara dan observasi di sekolah, yang dapat dilihat fenomena sebagai berikut:

- SMK dijadikan pilihan nomor dua setelah SMA, karena sebagian besar para siswa lulusan SMP yang tidak diterima di SMA, pilihan sekolah berikutnya adalah SMK, sehingga kesan umum pada sekolah-sekolah kejuruan itu kurang baik.
- SMK hanya dianggap sebagai sekolah bagi mereka yang punya IQ rendah dan dianggap sebagai sekolah keterampilan yang mementingkan kerja tangan dan tidak menuntut orang untuk mempunyai IQ yang tinggi. Oleh karena itu, lulusan SMK dipandang tidak sebaik para lulusan SMA.
- Kurangnya upaya SMK dalam mengkomunikasikan nilai-nilai lebih (keunggulan) yang dimiliki SMK kepada masyarakat dan luas. Hal ini terlihat dari citra yang kurang baik yang ada pada sekolah kejuruan.
- Kurangnya upaya SMK dalam menjalin hubungan dengan pihak eksternal dan pihak asosiasi. Hal tersebut menyebabkan kurangnya kesempatan SMK dalam ikut serta dalam kegiatan luar yang berhubungan dengan jurusan yang ada di sekolah. ini berarti kurangnya pelaksanaan *public relations* sedangkan kegiatan tersebut berpengaruh terhadap citra sekolah.

Sedangkan pemerintah memiliki kebijakan untuk meningkatkan rasio SMK lebih besar dari pada SMA. Hal ini tertuang dalam Renstra Depdiknas 2005-2009 dinyatakan bahwa rasio pendidikan menengah kejuruan dan pendidikan menengah umum ditargetkan sebesar 50:50 pada tahun 2010 dan 70:30 pada tahun 2015. Kebijakan ini diharapkan dapat memecahkan salah satu permasalahan pengangguran. Peningkatan pendidikan kejuruan bertujuan menyiapkan tenaga terampil untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja sesuai dengan tuntutan dunia industri.

Untuk mengatasi permasalahan dan membantu mencapai kebijakan pemerintah di atas, pemerintah telah berupaya untuk mewujudkan pendidikan kejuruan yang bertujuan agar dapat menghasilkan lulusan yang memiliki keahlian dan keterampilan yang dapat langsung diserap dunia kerja. Strategi pemerintah tersebut tertuang dalam SK Direktur Jenderal Pariwisata Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional Nomor 251/C/KEP/MN/2008 tentang Keahlian Pendidikan Menengah Kejuruan, yaitu: melalui pencitraan SMK dengan cara sosialisasi melalui brosur, spanduk, TV, secara langsung mendatangi SMP dan menawarkan beasiswa bagi yang masuk SMK. Untuk pengguna lulusan SMK sosialisasi dengan cara melibatkan Dunia Usaha Dunia Industri (DUDI) dalam penilaian kompetensi, magang perusahaan dan penyusunan kurikulum.

Berdasarkan pernyataan di atas, solusi yang diberikan pemerintah dalam mengembangkan sekolah menengah kejuruan salah satunya adalah dengan pencitraan. Citra itu sendiri dapat dibangun dengan cara manajemen *Public relations*. Sesuai dengan fungsi dari *Public relations* itu sendiri menurut Firsan Nova (2011:39) mengatakan bahwa, “*Public relations* adalah bidang yang berkaitan dengan mengelolah citra dan reputasi seseorang ataupun sebuah lembaga dimata publik”. Setelah mengenal SMK Swasta diharapkan dapat tercipta opini publik yang positif terhadap sekolah dan terdorong memberikan dukungan terhadap berbagai kegiatan yang dilaksanakan sekolah. Dengan adanya pelaksanaan *public relations* diharapkan pihak internal dan eksternal mengenal dan bertambah pengetahuannya mengenai SMK Swasta Se-Kecamatan Padang Barat.

Mengingat begitu pentingnya kegiatan *public relations* dalam membangun citra maka diperlukan pelaksanaan *public relations* yang baik. Baik itu dari segi internal maupun eksternal. Karena kedua indikator tersebut mempengaruhi citra suatu lembaga/instansi. Untuk itu peran *Public Relation* (PR) begitu penting untuk dijadikan media dalam membangun kembali citra positif SMK Swasta Se-Kecamatan Padang Barat. Selain itu fungsi PR juga menjadi media sosialisasi sekolah kepada masyarakat serta menambah pengetahuan publik mengenai SMK Swasta Se-Kecamatan Padang Barat. Setelah mengenal SMK Swasta Se-Kecamatan Padang Barat diharapkan dapat terbentuk kembali citra positif sekolah.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai “Pelaksanaan *Public Relation* SMK Swasta Se-Kecamatan Padang Barat”. Dalam penelitian ini akan menjawab dua pertanyaan penelitian yaitu: (1) bagaimana upaya dalam pelaksanaan *public relations* internal, (2) bagaimana upaya dalam pelaksanaan *public relations* internal.

## **PUBLIC RELATIONS**

Menurut Rahmat Kriyantono (2008:3), “arti kata public dari *Public relations* adalah sekumpulan orang atau kelompok dalam masyarakat yang memiliki kepentingan atau perhatian yang sama terhadap sesuatu hal”. Ini berarti bagaimana hubungan dengan pihak-pihak yang terkait baik itu pihak yang berada di instansi maupun pihak luar.

Firsan Nova (2011:39) mengatakan bahwa, “*Public relations* adalah bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang ataupun sebuah lembaga di mata publik”. Profesi *Public relations* bekerja di wilayah publik untuk melakukan fungsi komunikasi, hubungan masyarakat, manajemen krisis, hubungan pelanggan, hubungan karyawan, hubungan pemerintahan, hubungan industri, hubungan investor, hubungan dengan media, mediasi, publisitas, menulis pidato dan *guest/visitor relation*.

Menurut pendapat Rosady Ruslan (2005:15), salah satu acuan definisi *Public relations* yang diambil dari *the British Institute Of Public Relations*, adalah

- *Public relation activity is management of communication between an organization and its publics* (aktivitas Public relations adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya).
- *Public relations practice is deliberate, planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public* (praktik publik relation adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publikasinya).”

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut bisa disimpulkan bahwa *Public relations* adalah hubungan antara pihak di dalam lembaga/instansi dan hubungan dengan pihak-pihak di luar internal (eksternal) lembaga/instansi yang memiliki kepentingan atau perhatian terhadap lembaga/instansi tersebut. Pihak-pihak tersebut berpengaruh terhadap kemajuan dari lembaga tersebut tentunya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk pada penelitian deskriptif. Menurut Arikunto (2003:309) bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai gejala yang ada yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian ini dilakukan. Dalam penelitian ini penulis ingin melihat bagaimana pelaksanaan *Public relations* eksternal dalam rangka membangun citra di SMK Swasta se- Kecamatan Padang Barat.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh kepala sekolah, wakil kepala sekolah, guru, TU dan pengurus OSIS di SMK Swasta Se-Kecamatan Padang Barat yang berjumlah 321 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 77 orang yang diambil dengan teknik dispropotionate random sampling.

Instrumen penelitian atau alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Dan teknik analisis data menggunakan rumus persentase skor. Dalam penginterpretasian hasil menggunakan klasifikasi, di mana < 54 = sangat kurang dilaksanakan, 55- 64 % = kurang dilaksanakan, 65 % - 79 % = cukup dilaksanakan, 80 % - 89 % = baik pelaksanaannya, 90 % - 100 % = sangat baik pelaksanaannya.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### ***Hasil Penelitian***

Pada bagian ini akan disampaikan hasil pengolahan data satu persatu dan akan menjawab pertanyaan penelitian di atas.

#### ***Pelaksanaan Public Relations Internal***

Dari hasil pengolahan data tentang pelaksanaan *public relations* internal diperoleh persentase 67,163 %. Maka persentase 67,163 % ini berada pada kategori cukup dilaksanakan. Hal ini berarti pelaksanaan *public relations*

internal di sekolah menengah kejuruan Se-Kecamatan Padang Barat cukup dilaksanakan menurut personal sekolah.

Jika dilihat per-aspek yang dinilai dalam pelaksanaan *Public Relations* internal, ada dua aspek yang kurang dilaksanakan yaitu: kegiatan pengumuman (64,00 %) dan pertemuan berkala (56,35 %). Kemudian ada tiga aspek yang sangat kurang dilaksanakan yaitu: pelaksanaan studi tour (46,75%), pelatihan (48,75%), dan pemberian penghargaan (52,80). Hal ini dapat dilihat dari persentase kegiatan studi tour, pelatihan, dan pemberian penghargaan.

#### *Pelaksanaan Public Relations Eksternal*

Dari hasil pengolahan data tentang pelaksanaan *public relations* eksternal diperoleh persentase 60,12 %. Maka persentase 60,11 % ini berada pada kategori kurang dilaksanakan. Hal ini berarti pelaksanaan *public relations* eksternal di sekolah menengah kejuruan Se-Kecamatan Padang Barat kurang dilaksanakan menurut personal sekolah.

Jika dilihat dari aspek yang dinilai dalam pelaksanaan *Public Relations* eksternal, ada 2 kegiatan yang sangat kurang dilaksanakan yaitu publikasi dan pertemuan langsung. Hal ini dapat dilihat dari tingkat capaian untuk objek publikasi 50,43 % dan untuk pertemuan langsung 46,82 %. Kemudian untuk objek penerbitan pamflet atau brosur kurang dilaksanakan. Hal ini dapat dilihat dari tingkat capaiannya 60 %.

#### *Rekapitulasi Pelaksanaan Public Relations di SMK Swasta Se-Kecamatan Padang Barat*

Secara keseluruhan pelaksanaan *public relations* di SMK swasta se-kecamatan Padang Barat kurang dilaksanakan dengan persentase skor jawaban responden 63,64 %, ini juga termasuk pelaksanaan *public relations* eksternalnya (60,11). Sedangkan untuk pelaksanaan *public relations* internal sudah cukup dilaksanakan dengan persentase jawaban responden 67,16 %. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

#### **Pembahasan**

Dari hasil penelitian diketahui bahwa di SMK swasta se-Kecamatan Padang Barat pelaksanaan *public relations* masih kurang dilaksanakan. Ini terlihat dari tingkat capaian seluruh skor jawaban responden yaitu 63,64 %. Pelaksanaan *public relations* akan berjalan dengan baik apabila kegiatan-kegiatannya/ tugas-tugas dalam *public relations* terlaksana dengan baik. Kegiatan-kegiatan yang dilihat oleh peneliti adalah kegiatan yang biasanya ada di sekolah dari kegiatan yang dipaparkan oleh Kustadi Suhandang (2012:73). Kegiatan untuk internal sekolah yakni pengumuman, pertemuan berkala, studi tour, pelatihan dan pemberian penghargaan. Sedangkan kegiatan untuk eksternal sekolah yakni publikasi, penerbitan atau brosur, menerima tamu, dan pertemuan langsung. Di bawah ini akan dibahas secara lebih rinci mengenai hal tersebut.

### *Pelaksanaan Public Relations Internal*

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa tingkat capaian dari jawaban responden tentang Pelaksanaan *Public Relations* internal adalah 67,16%. Hal ini menunjukkan pelaksanaan *Public Relations* internal di SMK swasta se-Kecamatan Padang Barat sudah cukup dilaksanakan. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa yang menyebabkan pelaksanaan *Public Relations* internal kurang terlaksana adalah kurangnya pengumuman dan pertemuan berkala, kemudian sangat kurangnya kegiatan studi tour, pelatihan dan pemberian penghargaan.

Menurut Frank Jefkins dalam Rosady Ruslan (2005:266) juga menyatakan bahwa, "Pelaksanaan hubungan masyarakat internal yang baik dalam suatu organisasi merupakan sarana teknis atau suatu kegiatan metode komunikasi yang memiliki kekuatan mengelolah sumber daya manusia dan lain sebagainya demi pencapaian tujuan organisasi". Artinya pelaksanaan kegiatan-kegiatan *public relations* internal seperti pengumuman, pertemuan berkala, studi tour, pelatihan dan pemberian penghargaan diperlukan agar terjalin hubungan internal sekolah yang baik sehingga dapat membangun citra positif terhadap sekolah tersebut.

Mengingat pentingnya kegiatan pengumuman, pertemuan berkala, studi tour, pelatihan dan pemberian penghargaan dalam hubungan internal, sekolah perlu meningkatkan pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut.

### *Pelaksanaan Public Relations Eksternal*

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa tingkat capaian untuk jawaban responden tentang pelaksanaan *Public Relations* eksternal adalah 60,11%. Hal ini menunjukkan pelaksanaan *Public Relations* eksternal di SMK swasta se-Kecamatan Padang Barat kurang dilaksanakan. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa yang menyebabkan pelaksanaan *Public Relations* eksternal kurang adalah kurangnya dalam penerbitan pamlet atau brosur, dan sangat kurangnya kegiatan publikasi dan pertemuan langsung.

Rachmat Kriyantono (2008) mengemukakan bahwa publikasi berfungsi untuk membangun citra dan media komunikasi dengan publiknya. Hal ini karena publikasi itu sendiri merupakan kegiatan menyampaikan atau menyebarkan informasi kepada publiknya. Dari pernyataan tersebut bisa disimpulkan bahwa, kegiatan publikasi tersebut merupakan kegiatan yang perlu dilakukan dalam menjalin hubungan sekolah dengan pihak eksternalnya (publik) dan juga untuk dapat membangun citra sekolah. Untuk itulah kegiatan publikasi perlu ditingkatkan lagi agar pelaksanaan *public relations* eksternal dapat berjalan dengan baik.

Menurut Kustadi Suhandang, penerbitan pamlet atau brosur dalam pelaksanaan *public relations* juga penting dilaksanakan. Karena pamlet atau brosur merupakan salah satu media yang efektif dan efisien yang dapat digunakan oleh sekolah. Penerbitan pamlet atau brosur menurut Racmahdi (1996:53) merupakan media komunikasi dalam kegiatan *public relations* eksternal karena brosur atau tersebut dapat memuat informasi atau penjelasan

tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah, atau dimaksudkan sebagai sarana beriklan.

Pelaksanaan *public relations* internal dan eksternal menurut Frank Jefkins dalam Rosady Ruslan (2005:266) kedua hubungan ini sama pentingnya karena kedua bentuk hubungan masyarakat tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling terkait erat satu sama lain. Kedua hubungan tersebut berpengaruh terhadap pembentukan citra organisasinya. Menurut Firsan Nova (2009:297), citra organisasi dapat terbentuk dari adanya persepsi yang berkembang di benak publik terhadap realitas. Publik yang dimaksud disini adalah publik internal dan juga eksternal.

Melihat permasalahan di latar belakang masalah mengenai citra SMK swasta yang kurang baik dan ketika penulis meneliti tentang pelaksanaan *public relations* di sekolah-sekolah tersebut hasilnya juga sama, yaitu kurang baik sama dengan citra yang ada tentang sekolah tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Firsan Nova (2011:39), "*Public relations* adalah bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang ataupun sebuah lembaga di mata publiknya. Untuk itulah pelaksanaan *public relations* di SMK swasta se-Kecamatan Padang Barat perlu ditingkatkan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### ***Kesimpulan***

- Pelaksanaa *public relations* internal di sekolah menengah kejuruan Se-Kecamatan Padang Barat sudah cukup terlaksana. Kegiatan pertemuan berkala dan pengumuman kurang dilaksanakan dalam menjalin hubungan internal sekolah. Kegiatan studi tour, pelatihan, dan pemberian penghargaan sangat kurang dilaksanakan.
- Pelaksanaan *public relations* eksternal di sekolah menengah kejuruan Se-Kecamatan Padang Barat kurang terlaksana. Kegiatan menerima tamu sudah sering terlaksana. Sedangkan kegiatan penerbitan pamlet atau brosur kurang dilaksanakan. Dan untuk kegiatan publikasi dan pertemuan langsung sangat kurang dilaksanakan.

### ***Saran***

- Pelaksanaan *Public Relations* Internal
  - Agar pelaksanaan *public relations* internal dapat berjalan dengan efektif,
  - Sekolah perlu meningkatkan kegiatan pengumuman dengan cara memperbanyak media pengumuman.
  - Sekolah perlu meningkatkan kegiatan pertemuan berkala dengan cara mengagendakan kegiatan pertemuan berkala sebagai kegiatan rutin.
  - Sekolah perlu mengadakan kegiatan studi tour secara rutin atau insidental.

- Sekolah perlu meningkatkan kegiatan pemberian penghargaan
- Pelaksanaan *Public Relations* Eksternal  
Agar dapat meningkatkan hubungan sekolah dengan pihak eksternal,
  - Sekolah perlu meningkatkan kegiatan publikasi dengan cara memperbanyak media publikasi seperti: kelender, spanduk, umbul-umbul, pamlet atau brosur, internet, jejaring sosial, dan media publikasi lainnya.
  - Sekolah perlu meningkatkan penerbitan dan penyebaran pamlet atau brosur
  - Sekolah perlu meningkatkan kegiatan pertemuan langsung dengan cara menemui langsung pihak atau instansi yang bersangkutan, seperti menemui pihak DUDI (dunia usaha dan dunia industri) secara langsung, mengadakan pertemuan langsung secara rutin dengan wali murid, mengadakan pertemuan langsung dengan komite dan yayasan secara insidental.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jefkins, Frank. 2003. *Public relations*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public relations Writing*. Jakarta: Kencana.
- Nova, Firsan. 2011. *Crisis Public relations*. Jakarta. RAJAGRAFINI PERSADA.
- Purwanto, Djanji. *Manajemen Kerjasama Antara Sekolah Menengah Kejuruan dengan Industri (Studi Kasus Di Smkn 1 Program Keahlian Alat Berat Singosari Malang)*. Diakses pada tanggal 19 Oktober 2013. <http://www.vedcmalang.com/pppstkboemlg/index.php/artikel-coba-2/edukasi/488-manajemen-kerjasama-antara-sekolah-menengah-kejuruan-dengan-industri-studi-kasus-di-smkn-1-program-k>
- Rachmadi. 1996. *Public Relations Dalam Teori Dan Praktek*. Jakarta: Gramedia
- Rosady Ruslan. 2005. *Manajemen Public relations dan media komunikasi*. Jakarta: Grafindo.
- Dirjen. SK Direktur Jenderal Pariwisata Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional Nomor 251/C/KEP/MN/2008 tentang Spektrum Keahlian Pendidikan Menengah Kejuruan