

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan faktor dasar yang dibutuhkan untuk mencapai suatu organisasi, tanpa komunikasi aktivitas organisasi tidak akan berkembang, organisasi dan komunikasi saling membutuhkan satu sama lain, karna itu organisasi membutuhkan interaksi dan komunikasi, untuk menjalankan aktivitas organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dalam setiap organisasi harus memerlukan ahli dibidang komunikasi, guna untuk memberikan informasi kepada publik dan membentuk citra organisasi.

Komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui media dan diharapkan ada timbal balik dari kegiatan komunikasi tersebut, dalam menjalankan kegiatannya dalam suatu lembaga tidak lepas dari adanya komunikasi, baik itu komunikasi internal maupun eksternal, komunikasi dalam lembaga memegang peranan yang utama terhadap proses kelancaran penyampaian dan pertukaran pesan dari publik yang terkait dengan organisasi, komunikasi tanpa disadari telah menjadi arti penting dalam kehidupan manusia untuk menjalin hubungan antar individu.

Proses komunikasi adalah proses penyampaian pemikiran atau perasaan seseorang yang dimana isi informasi tersebut dapat menarik pendapat umum, hal tersebut dimaksudkan untuk memelihara dan membina hubungan baik dengan khalayak yang berlandaskan saling pengertian. Komunikasi adalah proses yang rumit hingga tidak semua orang dapat menjalankan proses tersebut dengan baik,

maka perusahaan atau lembaga membutuhkan ahli dibidang komunikasi tersebut dengan tujuan agar kegiatan dan tujuan perusahaan dapat tercapai.

Humas merupakan salah satu garis terdepan yang paling penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat, humas sangat menentukan kesan dalam sebuah organisasi dimata publik atau masyarakat, keberadaan humas dalam lembaga adalah menjadi jembatan penghubung antara lembaga dengan publiknya, karena pada dasarnya tujuan humas adalah untuk menyebarkan informasi kepada publik, menciptakan dan memelihara hubungan baik, sehingga mendapatkan citra positif terhadap lembaga tersebut, dalam hal ini peran humas sangat menentukan perkembangan dan kemajuan organisasi, karena humas mendukung dalam organisasi atau perusahaan dan menentukan kemajuan organisasi yang efektif, tujuan dari humas adalah menjalankan perannya yaitu menciptakan hubungan yang harmonis, pengertian dan saling percaya sehingga menciptakan citra dan reputasi yang baik.

Humas dalam lembaga pendidikan merupakan sarana dalam membina hubungan baik dengan publiknya terutama dalam meningkatkan citra positif lembaga pendidikan dimata asyraakat sekitar, masyarakat dan pendidikan memiliki hubungan yang erat dalam mencapai tujuan pendidikan yang efektif dan efisien, dan lembaga harus menunjang kebutuhan masyarakat khususnya kebutuhan pendidikan, pengaruh masyarakat terhadap lembaga pendidikan terasa amat kuat dan berpengaruh pula kepada para individu yang ada dalam lingkungan lembaga pendidikan, oleh sebab itu sangat perlu dipertimbangkan dalam memperbaiki dan meingkatkan hubungan kerjasama antara masyarakat dan lembaga pendidikan yaiu

dengan melibatkan orang tua, dan masyarakat serta isu-isu yang timbul dan bagaimana menyelesaikan isu-isu tersebut (Wahjosumidjo 1999:331)

Menurut Edwar I. Bernays, dalam buku *public relations* yang dikutip oleh Hamdan Adnan, Hafid Cengara (1996:15) mengatakan hubungan masyarakat dibagi menjadi 3 aspek, yaitu memberi informasi kepada masyarakat, mengajak masyarakat untuk mengubah sikap dan perilaku mereka dan memerlukan usaha-usaha untuk menyatukan sikap dan tindakan satu lembaga atau organisasi dengan publiknya, sementara itu, menurut Sanafiah Faisal (2003:96) menjelaskan bahwa hubungan antar sekolah dengan masyarakat dapat dibagi menjadi 2 segi, yaitu: pertama, sekolah sebagai partner masyarakat dalam melaksanakan fungsi pendidikan, dalam konteks ini, sekolah dan masyarakat dilihat sebagai pusat-pusat pendidikan yang potensial, dan mempunyai hubungan yang fungsional, kedua, sekolah sebagai prosedur yang melayani pesan-pesan pendidikan dari masyarakat lingkungannya, yang artinya masyarakat dengan sekolah memiliki ikatan hubungan yang rasional berdasarkan kepentingan kedua belah pihak.

Menjalani hubungan dengan masyarakat memudahkan lembaga pendidikan dalam menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi lingkungan, lembaga pendidikan akan lebih mudah jika diterima sebagai bagian dari masyarakat, karna lembaga akan mengikuti arus lingkungannya, sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah Cianjur merupakan lembaga pendidikan yang berdiri atas usaha dan perjuangan masyarakat, guru, dan orang tua yang putra putrinya lulusan dari SD sekitarnya sehingga tidak salah jika antara keduanya memiliki jalinan yang baik, masyarakat

dan orang tua peserta didik dilibatkan secara langsung dalam merencanakan dan mengembangkan program-program pendidikan.

SMP Negeri 2 Karangtengah sejak didirikan pada tahun 1980 senantiasa mengedepankan motto sekolah, yakni disiplin, professional, komitmen dalam kemiskinan terhadap dunia pendidikan, membina kebersamaan dan kekeluargaan serta mewujudkan lingkungan yang sehat dan kondusif, hal ini diwujudkan dengan memahami keadaan publik, menciptakan suasana nyaman disekolah, meningkatkan pelayanan terhadap publik, dan menyampaikan informasi menggunakan media. Melihat perkembangan dan kemajuan sekolah setiap tahunnya, SMP Negeri 2 Karangtengah mempertajam visi dan misi yang menunjukan pada derajat keunggulan, menyesuaikan program dan layanan kearah flesibilitas, mengedepankan visi misi tersebut serta melibatkan publik dengan konsisten untuk mencapai tujuan sekolah yang terpercaya dan memberikan jaminan kualitas terhadap seluruh peserta didik, publik yang terlibat disini merupakan komite sekolah, guru, orang tua murid, masyarakat sekitar, dan pemerintah yang mendukung dalam kegiatan pendidikan SMP Negeri 2 Karangtengah yang memberikan dampak yang cukup besar dimana semakin besar minat menyekolahkan anak-anak mereka di SMP Negeri 2 Karangtengah yang meningkat setiap tahunnya dan lancarnya pembangunan sarana dan prasarana sekolah, hal tersebut diakibatkan oleh terjalinnya hubungan baik antar pihak sekolah dengan publiknya.

Hubungan baik tersebut tidak lepas dari peran wakil kepala sekolah bagian humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya sebagai ujung tombak utama

menjalin hubungan yang baik dengan publiknya, bidang humas dibantu oleh bagian kurikulum dan kesiswaan bekerja keras dalam membuat program dan strategi yang baik, melaksanakan dan mengevaluasi program tersebut untuk melihat hasil yang dicapai.

Humas di lingkungan sekolah diartikan sebagai wadah kegiatan dalam menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik, hal ini dilakukan untuk mendapat dukungan dari publik, dukungan tersebut timbul dari hasil kerja humas yang melakukan strategi kehumasan serta memberikan informasi kepada pihak lain dalam pemahaman dalam pentingnya eksistensi suatu organisasi atau lembaga bagi masyarakat, pentingnya hubungan masyarakat dengan sekolah yang diharapkan dapat mewujudkan sekolah yang bermutu dan mempertahankan kepercayaan dari masyarakat sebagai lembaga pendidikan yang baik, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian disekolah tersebut agar dapat mengungkap bagaimana strategi humas SMP Negeri 2 Karangtengah Cianjur dalam meningkatkan citra lembaga.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka fokus penelitian ini adalah Strategi Manajemen Humas Sekolah dalam meningkatkan Citra Lembaga (studi kualitatif deskriptif pada humas sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah Cianjur. Jln. Baros Sukataris Kec Karangtengah Kab Cianjur). Berdasarkan pemaparan penelitian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, maka pertanyaan penenelitian meliputi:

1. Bagaimana program kerja humas dalam meningkatkan citra sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah?
2. Bagaimana strategi hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra sekolah SMP Negeri 2 karangtengah?
3. Bagaimana hasil yang dicapai melalui penerapan strategi humas?
4. Apakah faktor pendukung dan penghambat pada pelaksanaan strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Bagaimana program kerja humas dalam meningkatkan citra sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah
2. Bagaimana strategi hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra sekolah SMP Negeri 2 karangtengah
3. Bagaimana hasil yang dicapai melalui penerapan strategi humas
4. Bagaimana faktor pendukung dan penghambat pada pelaksanaan strategi humas dalam meningkatkan citra positif sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Secara akademis

Penelitian ini diharapkan berguna secara akademisi terhadap pembangunan ilmu komunikasi, khususnya bidang kehumasan yang diharapkan memberikan gambaran tentang strategi humas sekolah dalam meningkatkan citra positif.

1.4.2. Secara Praktisi

- a. Bagi sekolah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada divisi humas sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah Cianjur dalam menerapkan strategi humas sekolah dalam meningkatkan citra positif sekolah.
- b. Bagi penulis, Berguna sebagai pembelajaran, sumber pengetahuan dan pengalaman terutama dalam kajian tentang ilmu komunikasi yang terkait dengan studi kualitatif deskriptif dan mengetahui strategi atau langkah-langkah yang diambil humas dalam meningkatkan citra positif sekolah.
- c. Bagi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, penelitian ini diharapkan menjadi ilmu baru yang memberikan informasi dalam bidang kehumasan sekolah.

1.5. Penelitian Terdahulu

Peneliti mengumpulkan penelitian terdahulu yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain itu peneliti melihat persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian-penelitian yang sebelumnya. Sehingga peneliti mendapatkan rujukan lebih banyak dan memperkuat kajian pustaka yang ada. Penelitian mengklarifikasikan penelitian terdahulu yang dianggap relevan sebagai berikut:

Pertama, skripsi yang ditulis oleh Lukmanul Hakim (2003) mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang berjudul “Strategi Humas dalam Membentuk Citra Kepolisian di Lingkungan POLDA Jawa Barat”. Metode yang digunakan pendekatan kualitatif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bidang humas telah melakukan berbagai usaha dan strategi dalam membentuk citra kepolisian

dilingkungan polda jabae. Adapun usahan-usahanya ialah melakukan dialog interaktif melalui acara corong kita di RRI Stasiun Bandung, mengisi acara dialetika di TVRI, melakukan pembinaan dan kerjasama dengan wartawan dari berbagai media massa. Usaha tersebut dilakukan dengan strategi operasional melalui pendekatan pada masyarakat, strategi persuasive dan edukasi dan strategi kerjasama. Dalam hal ini, kepolisian polda jabar mengalami peningkatan citra yang signifikan dimata masyarakat. Dapat dilihat dari banyaknya masyarkat yang ingin menjadi anggota kepolisian, bintanga maupun perwira. Besarnya peningkatan citra dimata masyarakat dari hasil kerja polisi membuktikan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja polisi menjadi besar. Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif yang membahas pembentukan citra kepolisian.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ismi Nurani Firdaus (2012), mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung, penelitian yang berjudul “Strategi *Public Relations* melalui Media Internet dalam Membentuk dan Mempertahankan Citra Merek”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, hasil penelitiannya menemukan bahwa strategi PR melalui media internet yang dilakukan PR & *Promotion* Ouval RSCH berhasil membangun dan mempertahankan citra merek Ouval RSCH Distro *Brand loalty public relations* memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka sehingga mereka membentuk sikap positif terhadap merek tersebut. Persamaan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan membahas pembentukan citra.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Frengki Gunawan (2011), mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Humas Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berjudul “Strategi *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan” penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, hasil penelitian ini menunjukkan PT. Pos Indonesia(persero) Cimahi melakukan strategi PR yaitu membina hubungan baik dengan masyarakat sekitar, melakukan kerja sama dengan media untuk memberikan informasi produk-produk PT. Pos Indonesia, selain kerjasama dengan pers, PT. Pos juga menyusun kegiatan untuk membentuk opini dan mendapatkan citra positif dari masyarakat dengan adanya event tertentu dan menggunakan media publikasi lainnya. Untuk mencapai mutu yang baik, PT.Pos melakukan rapat berkala dikalan publik internal, pelatihan yang dilakukan untuk meningkatkan mutu karyawan agar pelayanan terhadap publik dapat meningkat. Persamaan penelitian ini meneliti tentang pembentukan citra.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Yayat Hidayat (2011), mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bnadung yang berjudul “Strategi Humas Membentuk Citra Positif MTS Al-Mubarak Sumedang di Masyarakat” penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang meghasilkan penelitian yang menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh humas MTS Al-Mubarak dengan beberapa cara, yaitu:strategi operasional,kerjasama dengan pers, publikasi dan persuasive dan edukasi. Berdasarkan temuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dijalankan cukup berhasil, keberhasilan tersebut dapat dilihat dari beberapa hal seperti meningkatnya jumlah siswa dan kepercayaan dari instansi lain untuk bekerjasama. Persamaan penelitian ini membahas pembentukan citra.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Wartini mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta (Jurnal, 2016). Penelitian ini berjudul “strategi humas Pemkab Boyolali dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa humas sebagai lembaga bagian dari sebuah lembaga di Pemkab Boyolali mempunyai peran penting didalam lembaga tersebut. kegiatan media relations, humas telah melakukan beberapa strategi yang telah dijalankan dengan baik. Kegiatan media relations yang telah dijalankan untuk meningkatkan citra Pemkab sudah berhasil, namun keberhasilan ini bukan semata-mata karena kegiatan media relationnya namun karena kebijakan yang telah dilakukan bupatinya.

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Perbedaan
Lukmanul Hakim	Strategi <i>Public Relations</i> dalam membentuk Citra Kepolisian POLDA	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah bidang humastelah melakukan berbagai usaha dan strategi dalam membentuk citra kepolisian sehingga mendapatkan kepercayaan dan respon positif dari masyarakat.	Peneliti terdahulu ini memberikan masukan untuk penelitian yang akan dilakukan	Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian, penelitian yang dilakukan lukman ialah kepolisian Polda , sedangkan peneliti ialah strategi yang dilakukan di sekolah SMPN 2 Karangtengah Cianjur.
Ismi Nurani Firdaus	Strategi <i>Public Relations</i> melalui Media Internet dalam Mmembentuk dan Mempertahan	Kualitatif	kesimpulan dari penelitian adalah strategi PR melalui media internet yang dilakukan PR & <i>Promotion</i> Ouval RSCH berhasil membangun	Penelitian ini memberi masukan untuk penelitain yang akan dilakukan	Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian, penelitian yang dilakukan Ismi adalah strategi PR melalui media

	kan Citra Merek		dan mempertahankan citra merek Ouval RSCH Distro <i>Brand loyalty public relations</i> memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka sehingga mereka membentuk sikap positif terhadap merek tersebut		internet dalam membentuk dan mempertahankan citra merek, sedangkan peneliti ialah strategi yang dilakukan di sekolah SMPN 2 Karangtengah Cianjur.
Frengki Gunawan	Strategi <i>Public Relations</i> dalam Meningkatkan Citra Perusahaan	Kualitatif	hasil penelitian ini menunjukkan PT. Pos Indonesia(persero) Cimahi melakukan strategi PR yaitu membina hubungan baik dengan masyarakat sekitar, melakukan kerja sama dengan media untuk memberikan informasi produk-produk PT. Pos Indonesia, selain kerjasama dengan pers, PT. Pos juga menyusun kegiatan untuk membentuk opini dan mendapatkan citra positif dari masyarakat dengan adanya event tertentu dan menggunakan media publikasi lainnya. Untuk mencapai mutu yang baik, PT.Pos melakukan rapat berkala dikalan publik internal, pelatihan yang dilakukan untuk meningkatkan	Penelitian ini memberi masukan untuk penelitian yang akan dilakukan	Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek dan subjek penelitin, penelitian yang dilakukan frengki adalah meneliti strataegi humas dalam meningkatkan citra perusahaan PT.Pos Cimahi. sedangkan peneliti ialah strategi yang dilakukan di sekolah SMPN 2 Karangtengah Cianjur.

			mutu karyawan agar pelayanan terhadap publik dapat meningkat.		
Yayat Hidayat	Strategi Humas Membentuk Citra Positif MTS Al-Mubarak Sumedang di Masyarakat	Kualitatif	Hasil penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh humas MTS Al-Mubarak dengan beberapa cara, yaitu: strategi operasional, kerjasama dengan pers, publikasi dan persuasive dan edukasi. Berdasarkan temuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dijalankan cukup berhasil, keberhasilan tersebut dapat dilihat dari beberapa hal seperti meningkatnya jumlah siswa dan kepercayaan dari instansi lain untuk bekerjasama	Penelitian ini memberikan masukan untuk penelitian yang akan dilakukan.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian, penelitian yang dilakukan yayat hidayat melakukan penelitian di MTS Al-Mubarak Sumedang, sedangkan peneliti ialah strategi yang dilakukan di sekolah SMPN 2 Karangtengah Cianjur.
Wartini (jurnal, 2016)	Strategi humas pemkab boyolali dalam meningkatkan citra pemerintah kabupaten boyolali	Kualitatif	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa humas sebagai lembaga bagian dari sebuah lembaga di pemkab Boyolali mempunyai peran penting didalam lembaga tersebut. kegiatan media relations, humas telah melakukan beberapa strategi yang telah dijalankan dengan baik. Kegiatan media relations yang telah dijalankan untuk	Penelitian ini memberikan masukan untuk penelitian yang akan dilakukan.	Perbedaan dalam penelitian ini adalah objek penelitian, penelitian yang dilakukan wartini adalah penelitian tentang strategi humas pemkab boyolali, sedangkan peneliti ialah strategi yang dilakukan di sekolah SMPN 2 Karangtengah Cianjur.

			meningkatkan citra pemkab sudah berhasil, namun keberhasilan ini bukan semata-mata karena kegiatan media relationnya namun karena kebijakan yang telah dilakukan bupatinya		
--	--	--	--	--	--

1.6. Landasan pemikiran

Upaya dalam mempengaruhi individu atau kelompok, lembaga harus berhadapan dengan lingkungan yang terdiri dari publik internal dan publik eksternal yang dapat mempengaruhi kemampuan lembaga untuk mewujudkan dan mempertahankan tujuannya, dalam strategi komunikasi humas satu hal yang harus di ingat adalah bahwa strategi komunikasi adalah sarana untuk menginformasikan kepada publik tentang segala hal yang berkaitan dengan lembaga tersebut, dalam lembaga humas merupakan mediator yang artinya adalah sebagai pihak yang menjembatani penyampaia komunikasi antara lembaga yang diwakili dengan publiknya.

Sebuah lembaga dalam menjalankan fungsinya membutuhkan penyalur informasi, seperti halnya daalam komunikasi pemasaran sebuah perusahaan yang membutuhkan penyalur pesan, ada banyak pendekatan dalam membangun strategi komunikasi salah satunya ialah SOSTAC, menurut Ilham Prisgunanto (dalam buku komunikasi pemasaran) menjelaskan SOSCTAC adalah :

- a. *Situation* (dimana kita sekarang)
- b. *Objectives* (kemana kita akan melangkah)
- c. *Strategi* (bagaimana cara untuk mencapai tujuan)

- d. *Tactic* (perincian dari strategi)
- e. *Action* (perincian dari tactic)
- f. *Control* (pengukuran dan pengawasan)

Point situation bisa digambarkan dengan melihat situasi SMP Negeri 2 Karangtengah, situasi yang dihadapi dan peran SMP Negeri 2 Karangtengah dikenal terutama dilingkungan masyarakat kecamatan karangtengah sebagai salah satu lembaga pendidikan yang berada di daerah yang cukup diminati dan rendah dengan persaingan dengan lembaga lain.

Objectif dikaitkan dengan misi SMP Negeri 2 Karangtengah yaitu membentuk siswa-siswi yang bermutu dengan adanya visi yang dapat meningkatkan mutu pendidikan, dengan memberikan bekal kemampuan dalam memelihara dan mengembangkan fitrahnya, sehingga mampu mengendalikan diri dalam segala situasi, mempunyai motivasi dan kemampuan bersaing, jujur dan tanggung jawab terhadap tugas, disiplin dan mandiri.

Strategy dikaitkan dengan jenis-jenis komunikasi dalam upaya meningkatkan citra sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah, diantaranya komunikasi antar personal yaitu proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang, kedua komunikasi publik seperti yang dijelaskan oleh Stewert I. Tubbs-Selvia Moss, dalam komunikasi publik satu orang ditunjuk sebagai pembicara dan yang lainnya sebagai pendengaryang merupakan peranan pelengkap atau khalayak pendengar, para peserta bertatap muka dan tetap mengirim rangsangan komunikatif (*Human Communication* 2001:111) ketiga, yaitu komunikasi masa yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui media masa pada sejumlah besar orang (psikologi

komunikasi, 2007:188) strategi ini ditentukan setelah memperhatikan situasi dan kondisi SMP Negeri 2 Karangtengah Cianjur, setelah mengetahui kondisi sekolah maka ditentukan strategi komunikasi yang akan dijalankan.

Tactics adalah proses komunikasi antara personal dengan cara memperkenalkan atau mengajak individu satu dengan individu lainnya, komunikasi publik yaitu komunikasi dengan cara sosialisasi kepada masyarakat melalui rapat-rapat formal dengan komite sekolah, orangtua siswa, aparat pemerintah dan tokoh masyarakat, selain itu komunikasi publik dilakukan melalui pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh pihak lembaga ke sekolah-sekolah dasar, maka komunikasi publik ini dimaksudkan untuk mengenalkan, mengajak, dan mempengaruhi pihak pihak yang menjadi objek komunikasi, sedangkan komunikasi masa berkaitan dengan pengadaan, group whatsapp, facebook, pamphlet, dan lain-lain.

Action berkaitan dengan hal-hal yang sudah dilakukan dalam upaya meningkatkan citra positif dimasyarakat seperti mengadakan program-program promosi sekolah melalui pendekatan persuasive dan edukatif kepada masyarakat, dan lain-lain.

Control yakni dengan bentuk-bentuk evaluasi untuk menilai sejauh mana program kerja sebelumnya yang dijalankan memberikan keberhasilan, *control* ini dapat dilakukan dalam berbagai bentuk pengadaan pendapat orangtua siswa, komite sekolah dan tokoh masyarakat dengan melihat perkembangan jumlah peserta didik yang masuk setiap tahunnya.

1.7. Langkah – Langkah Penelitian

Untuk menghimpun, menyusun, dan mengemukakan data-data penelitian, penulis menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1.7.1. Metode Penelitian

Metode penelitian ini yaitu metode deskriptif yaitu menggambarkan tentang karakteristik (ciri-ciri) individu, situasi, atau kelompok tertentu. Penelitian ini relatif sederhana yang tidak memerlukan landasan teoritis rumit atau pengajuan hipotesis tertentu. (Ruslan, 2010:14)

Penelitian deskriptif ini ditunjukkan untuk (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada dilokasi penelitian, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan kegiatan yang ada dilokasi penelitian, (3) membuat perbandingan atau evaluasi (4) menentukan apa yang dilakukan meraka, dan menentukan serta menetapkan rencana dan keputusan dalam memecahkan suatu masalah pada waktu yang akan datang. Penyusunan penelitian ini menggunakan metode studi kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif dimana data berupa hasil pengamatan dan hasil wawancara yang berupa pernyataan dan data-data. Dalam metode kualitatif ini menitik beratkan pada kedalaman, akurasi factual dan kebenaran data sehingga penelitian dapat dipertanggung jawabkan. Metode penelitian yang diambil adalah metode studi kualitatif deskriptif, masalah yang terkumpul pada data diklasifikasikan yang kemudian dibahas secara objektif.

1.7.2. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah jenis data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari staff sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah Cianjur. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari staf sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah Cianjur, dan data-data primer tersebut dilengkapi dengan data sekunder. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen atau buku-buku yang berkaitan dengan sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah Cianjur, berdasarkan kajian berbagai literature dalam studi kepustakaan. Kepustakaan yang dipakai yaitu buku-buku bacaan kehumasan, dokumen, kliping, dan sumber lainnya yang mendukung dan berkaitan dengan masalah penelitian.

1.8. Teknik Pengumpulan Data

1.8.1. Wawancara

Wawancara yang dilakukan adalah secara tidak terstruktur dan terstruktur. Wawancara tidak struktur maksudnya adalah wawancara secara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun. Dan wawancara terstruktur dimana peneliti mempersiapkan pertanyaan sebagai pedoman wawancara.

1.8.2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan mengamati dan mencatat kegiatan narasumber yang sedang diteliti. Observasi pada penelitian ini untuk melihat cara kinerja humas sekolah dalam

meningkatkan citra positif sekolah. Teknik ini dilakukan untuk melihat kenyataan yang terjadi dilokasi dan bertujuan untuk memperoleh data yang akurat dan objektif

1.9. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah peneliti mengumpulkan data-data dari hasil pra-observasi atau pra-wawancara. Data kualitatif dapat berupa kata-kata atau kalimat. Data yang didapat digambarkan tidak ditambah dan dikurang hanya mendeskripsikan data yang telah diperoleh oleh peneliti.

1. Mereduksi Data: Hasil yang didapat dari penelitian sangatlah banyak dan beragam, oleh karena itu peneliti akan mencari, menggolongkan dan mengarahkan hasil-hasil penelitian dengan memfokuskan pada hal-hal yang dianggap penting oleh peneliti. Tujuan dari hal ini adalah untuk mempermudah pemahaman atas data yang terkumpul dengan cara dirangkum kemudian diklarifikasi sesuai aspek-aspek permasalahan yang diteliti.
2. Display Data: Setelah mereduksi data, peneliti akan melakukan display data, dengan mengumpikan seluruh informasi tadi untuk mendapatkan gambaran penelitian secara menyeluruh.
3. Mencari hubungan antara data dengan data, dan antara data dengan teori yang digunakan.
4. Kesimpulan dan Verifikasi: dengan mencari hal-hal yang dianggap penting, kesimpulan disusun dengan bentuk pernyataan singkat dan mudah dipahami.

1.10. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl. Baros, Sukataris, Kec. Karang Tengah Kab. Cianjur, Jawa Barat alasan peneliti memilih SMPN 2 Karang Tengah karena peneliti ingin

mengetahui strategi humas sekolah dalam meningkatkan citra positif sekolah SMP Negeri 2 Karangtengah.

