

11	Jum'at, 11 April 2025	Revisi Hasil & Pembahasan	Hasil dan Pembahasan	Penggunaan bahasa masih belum baik (masih ada salah ejaan, kalimat atau kata tidak baku, tanda baca yang tidak tepat)	Tidak ada	Hasil dan pembahasan: tambahkan penjelasan tentang masing2 peran humas yang anda dapatkan dari penelitian
12	Minggu, 13 April 2025	Kesimpulan & Abstrak	Kesimpulan	Penggunaan bahasa masih belum baik (masih ada salah ejaan, kalimat atau kata tidak baku, tanda baca yang tidak tepat)	Tidak ada	Kesimpulan mempunyai ikatan denga tujuan penelitian

Sidoarjo, 23 Januari 2026

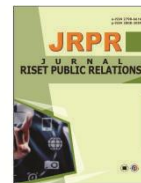
Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Ainur Rochmania, S.Sos., M.Si

** Lembar bimbingan ini telah diperiksa dan divalidasi oleh Dosen Pembimbing dan dapat digunakan sebagai bukti yang sah*



Peran Humas dalam Membangun *Brand Image* SMK PGRI 2 Sidoarjo

Mochammad Fani, Ainur Rocmaniah*

Ilmu Komunikasi, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 3/9/2025

Revised : 8/12/2025

Published : 28/12/2025



Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License.

Volume : 5

No. : 2

Halaman : 101 - 112

Terbitan : Desember 2025

Terakreditasi Sinta [Peringkat 4](#)

berdasarkan Ristekdikti

No. 177/E/KPT/2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui peran humas dalam membangun *brand image* SMK PGRI 2 Sidoarjo. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif untuk mengetahui peran humas dalam membangun *brand image* sekolah. Subyek pada penelitian ini terdapat lima informan. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian data yang terhimpun dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Agar terjamin keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan dalam upaya menangani *brand image* sekolah yaitu citra Perusahaan, citra pemakai, dan citra produk, humas menjalankan perannya sebagai communicator, *relationship*, *back up management*, dan *Corporate image*. dalam citra sekolah menunjukkan persepsi kurang baik di kalangan masyarakat, citra pemakai menunjukkan bahwa sekolah tersebut bukan menjadi pilihan utama dalam memilih sekolah sebagai Lembaga pendidikan, citra produk menunjukan bahwa siswa sekolah tersebut memiliki perilaku dan kedisiplinan kurang baik. dalam menangani *brand image* peran humas sebagai komunikator menyampaikan sejumlah informasinya pada saat rapat tahunan dengan semua warga sekolah. dalam menjalin hubungan baik juga diwujudkan dengan kegiatan ibadah bersama warga sekolah dan melakukan budaya sopan santun dengan masyarakat luar. Sebagai *back up management*, humas mendukung penuh perencanaan dan menjalankan strategis management sekolah. Sedangkan dalam perannya sebagai *Corporate image*, sekolah mempunyai kualitas pendidikan tinggi, dan nilai-nilai karakter siswa baik.

Kata Kunci : Peran humas, *Image*, Sekolah, Hubungan masyarakat

ABSTRACT

This research aims to find out the role of public relations in building the *brand image* of SMK PGRI 2 Sidoarjo. This research method uses qualitative descriptive to determine the role of public relations in building the school's *brand image*. The subjects in this study were five informants. Data collection techniques use interviews, observations, and documentation. Then the collected data is analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawn. To ensure the validity of the data, the researcher uses triangulation of sources and methods. The results of the study show that in the effort to handle the school's *brand image*, namely the company's *image*, user *image*, and product *image*, public relations performs its role as a communicator, *relationship*, *back up management*, and *Corporate image*. In the *image* of the school shows a poor perception among the community, the *image* of the user shows that the school is not the main choice in choosing a school as an educational institution, the *image* of the product shows that the students of the school have poor behavior and discipline. In handling the *brand image*, the role of public relations as a communicator conveys a number of information during the annual meeting with all school residents. In establishing good *relationships*, it is also manifested by worship activities with school residents and conducting a culture of manners with the outside community. As a *back up management*, public relations fully supports the planning and strategic implementation of school management. Meanwhile, in its role as a *Corporate image*, schools have the quality of higher education, and the values of student character are good.

Keywords : Role of public relations, *Image*, School, Public relations

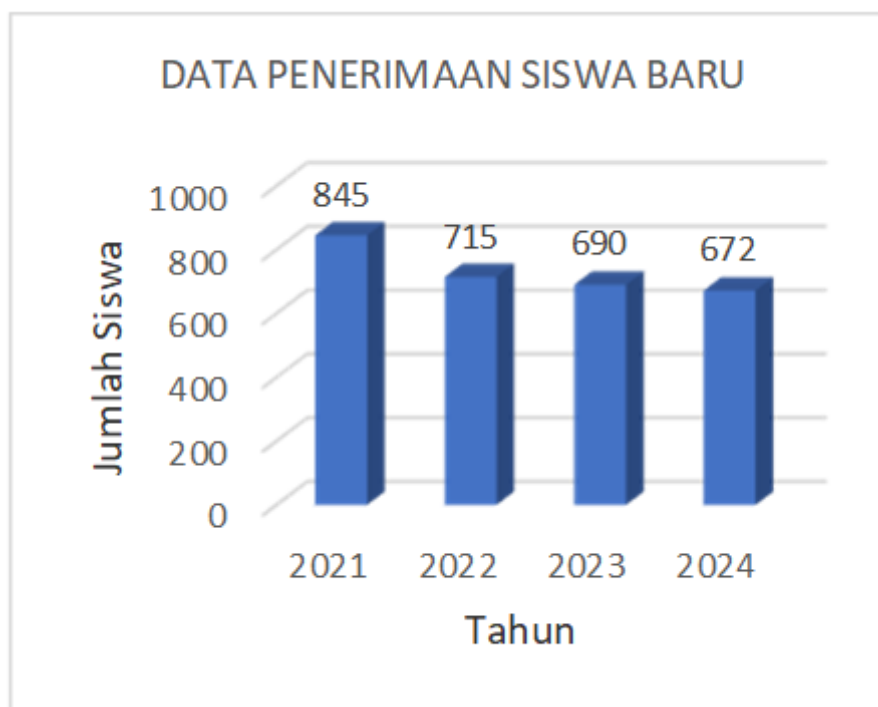
Copyright© 2025 The Author(s)

A. Pendahuluan

Pendidikan merupakan usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dan masyarakat (Hamdi Supriadi, 2016). Masyarakat sudah menyadari dan memahami bahwa di zaman perkembangan teknologi saat ini sebuah Pendidikan sangat penting sebagai modal dalam menanamkan nilai moral dan mengembangkan kompetensi individual yang berkualitas dan dapat memajukan negara.

Salah satu tempat jenjang Pendidikan di Indonesia yang lebih focus pada pembelajaran keterampilan dan keahlian tertentu untuk mempersiapkan siswa terjun langsung ke dunia kerja adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Persaingan antar sekolah menengah kejuruan (SMK) di seluruh kota semakin intensif begitupun juga di kota Sidoarjo, seiring dengan berkembangnya kebutuhan dunia industri yang terus berubah. Setiap sekolah berusaha untuk menunjukkan keunggulan yang mereka punya seperti beragam program studi dan fasilitas yang memadai serta *image* yang baik, dapat menjadikan daya tarik minat siswa dan memastikan kualitas Pendidikan menjadi sangat penting.

Tidak terkecuali pada sekolah menengah kejuruan (SMK) PGRI 2 Sidoarjo yang saat ini memiliki akreditasi A dari BAN-S/M. Sekolah tersebut yang dulunya banyak dikenal oleh masyarakat umum dengan sekolah yang memiliki siswi berperilaku kurang disiplin dan di pandang sebelah mata di lingkungan masyarakat Sidoarjo, hal ini menunjukkan bahwa SMK PGRI 2 Sidoarjo bukan menjadi sekolah SMK swasta yang selalu diingat dalam pikiran masyarakat (top of mind) dalam (Septian, 2022), karena upaya dari manajemen sekolah dan di tim humas kurang optimal dalam membangun *image* sekolah, hal tersebut bisa saja berimbas pada menurunnya volume siswa tiap tahunnya dan bisa juga dikarenakan kompetitor yang semakin kuat.



Gambar 1. Data Penerimaan Siswa Baru Tahun 2021-2024

Berdasarkan Gambar 1. Terdapat data jumlah Siswa SMK PGRI 2 Sidoarjo dimulai dari tahun 2021 sampai dengan 2024, berdasarkan hasil wawancara, menurunnya jumlah siswa tersebut dikarenakan bertambahnya lembaga pendidikan baru dan adanya bidang kompetensi yang sama di lembaga pendidikan. Sekolah tersebut juga terdapat 5 program studi yakni Rekayasa Perangkat Lunak (RPL), Teknik Komputer

Jaringan (TKJ), MultiMedia (MM) Akuntansi (AK), dan Administrasi Perkantoran (APK), kemudian dilengkapi dengan fasilitas 25 ruang kelas, 5 lab komputer, 1 lab Bahasa, 1 lab TKJ, 1 lab IoT, dan 1 ruang Perpustakaan.

Dengan adanya fasilitas yang telah disediakan dapat menunjang berbagai prestasi siswa SMK PGRI 2 Sidoarjo, seperti prestasi peringkat 1 pada ajang Olimpiade Matematika Tingkat Nasional pada tahun 2016, peringkat 1 PBB Bertongkat Tingkat Kab/Kota pada tahun 2015, peringkat 2 PASKIBRAKA Tingkat Provinsi pada tahun 2015, peringkat 3 PASKIBRAKA Tingkat Provinsi pada tahun 2015, peringkat 2 Festival Tantular Tingkat Kab/Kota pada tahun 2014, peringkat 3 Smartada Cup Tingkat Provinsi pada tahun 2015, peringkat 3 Piala Cup Polres Tingkat Kab/Kota pada tahun 2016, peringkat 3 Pencak Silat Tingkat Kab/Kota pada tahun 2015. Bukti tersebut dapat menjadi bukti eksistensi sekolah dalam langkah-langkah membangun *Brand Image* SMK PGRI 2 Sidoarjo di kalangan masyarakat.

Menurut Kotler dan Keller (2016), *brand image* adalah persepsi tentang merek sebagaimana tercermin dalam asosiasi-asosiasi yang tersimpan dalam memori konsumen. *Brand image* yang positif terbentuk melalui komunikasi yang konsisten dan pengalaman yang baik, sehingga organisasi termasuk sekolah perlu membangun citra yang kuat untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan masyarakat.

Beberapa indikator untuk mengukur *brand image* adalah 1. Citra Perusahaan (*Corporate Image*) adalah persepsi, kesan, atau gambaran yang dimiliki masyarakat tentang suatu perusahaan berdasarkan informasi yang tersedia, pengalaman langsung, dan informasi baru. Reputasi, kualitas layanan atau produk, kredibilitas, nilai-nilai, dan perilaku organisasi adalah semua faktor yang mempengaruhi persepsi perusahaan. 2. Citra pemakai (*user image*) adalah persepsi, gambaran, atau kesan yang terbentuk di benak masyarakat mengenai para pengguna suatu produk, layanan, atau institusi. dalam konteks sekolah atau organisasi, citra pemakai menggambarkan bagaimana publik menilai para penggunanya, misalnya siswa, guru, staf, atau komunitas terkait dan bagaimana perilaku mereka ikut mempengaruhi reputasi lembaga tersebut. 3. Citra Produk (*Product Image*) Citra produk adalah persepsi, gambaran, atau kesan yang terbentuk di benak konsumen terhadap suatu produk, mencakup kualitas, karakteristik, manfaat, hingga reputasi produk tersebut. Citra ini dibangun melalui pengalaman konsumen, komunikasi pemasaran, desain produk, pelayanan, serta nilai yang dirasakan (Fakhrudin *et al.*, n.d.).

Image sebuah Lembaga Pendidikan dapat terlihat dari aspek reputasi prestasi akademik dan non-akademik, mutu kurikulum, fasilitas pendukung, serta profesionalisme tenaga pendidik dan staf yang dibantu oleh peran humas untuk menjembatani komunikasi dengan publik internal dan eksternal. *Image* yang diharapkan adalah menjadi sekolah yang profesional, disiplin, berprestasi, memiliki fasilitas memadai, dan mampu menjalin kerja sama luas dengan dunia industri.

Menurut Rosady Ruslan menjelaskan bahwa humas sebagai komunikator berperan membangun citra sekolah yang informatif dan terbuka, sebagai *relationship* memperkuat kesan ramah dan kolaboratif, sebagai backup management mendukung *image* adaptif dan strategis, sedangkan pada aspek *Corporate image* menegaskan sekolah sebagai lembaga yang unggul, disiplin, peduli sosial, dan memiliki karakter kuat di mata masyarakat (Riyadh, 2023).

Peran humas bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang tepat dan menjalin hubungan harmonis serta komunikasi yang baik dengan publik seperti pada siswa, orang tua, masyarakat, dan industry (Sumpiuh & Banyumas, 2017). Di sinilah peran humas sangat penting, karena mereka menciptakan *image* pada instansi sekolah, ataupun menghadapi masalah apapun di instansi sekolah tersebut haruslah dilakukan atau di atasi dengan baik oleh seorang humas. Teori peran humas dari Rosady Ruslan meliputi (communicator), humas menjadi jembatan antara organisasi kepada publik (*relationship*), humas menjalin hubungan harmonis kepada publik, (*back up management*) humas mendukung management organisasi, (*Corporate image*) humas menjaga nama baik organisasi.

Membangun *brand image* perlu dilakukan oleh sebuah instansi sekolah agar dapat mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat. *image* sekolah yang positif akan menciptakan *brand image* yang baik kepada publik dan akan menjadikan daya tarik bagi calon siswa dan orang tua agar menjadikan sekolah tersebut sebagai pilihan tempat Pendidikan.

Penelitian terdahulu yang menjadi dasar adalah dari Nur Anita (2016), yang menghasilkan kesimpulan dalam pelaksanaannya peran humas bekerja sebagai komunikator, penghubung, dan fasilitator bagi kedua belah pihak. Maria Fransiska (2015), yang menjelaskan upaya peran humas menggunakan 4 peran humas rosady

Ruslan yaitu sebagai komunikator communicator, *Relationship*, *back up management*, dan *Corporate image* dalam membangun citra sekolah berjalan dengan lancar. Dinda Septiana Elyusyang (2021) dengan kesimpulan bahwa humas membuat strategi baru dalam membangun citra dan membuat orang tua lebih percaya kepada instansi sekolah tersebut, karena pihak sekolah membuat pembelajaran daring dan sosial distancing. Hayum Nibrastari (2018) dengan hasil penelitian bahwa sebagai komunikator humas berhasil menjalin hubungan baik dengan mitra dunia industri. Alivermana Wiguna (2018) bahwa pelaksanaan peran humas dalam membangun citra SMK Negeri 3 Sampit melalui penyampaian informasi dengan media terhadap public internal maupun eksternal. Dari penelitian terdahulu, novelty dari penelitian ini adalah fokus kajian pada empat peran humas, serta tidak menggunakan media sosial dan penggunaan triangulasi metode.

Dari latar belakang di atas, rumusan penelitian ini adalah bagaimana peran humas dalam membangun *brand image* pada SMK PGRI 2 Sidoarjo, serta apa saja hambatan dalam membangun *image* SMK PGRI 2 Sidoarjo. Tujuan penelitian yaitu menganalisis peran humas dalam membangun *brand image* pada SMK PGRI 2 Sidoarjo.

B. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif, sebuah penelitian kualitatif membantu memperjelas fenomena dari berbagai sumber informasi (Dwi N & Zulfiningrum, 2023). Fokus penelitian ini yaitu membahas tentang peran humas dalam membangun *brand image* SMK PGRI 2 Sidoarjo, maka dari itu peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika perlu, Menurut Husen Umar (2005:303) dalam artikel (Sciences & Padjadjaran, 2017), Objek dalam sebuah penelitian ini adalah peran humas di SMK PGRI 2 Sidoarjo.

Subjek penelitian adalah sesuatu yang akan diteliti baik itu berupa benda, orang, dan bisa juga lembaga (organisasi). Subjek penelitian pada dasarnya adalah yang akan dikenai simpulan hasil penelitian (Surokim, 2016). Subjek pada penelitian ini adalah tim humas SMK PGRI 2 Sidoarjo.

Informan pada penelitian kualitatif dipilih untuk menjelaskan kondisi atau fakta/fenomena yang terjadi informan itu sendiri (Asrulla *et al.*, 2023). Terdapat beberapa informan dalam penelitian ini yaitu Waka Humas SMK PGRI 2 Sidoarjo sebagai informan kunci, serta Kepala Sekolah, Waka SarPras, Tata Usaha, dan Siswa Sekolah sebagai informan pendukung.

Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh. Sumber data primer pada penelitian ini didapat melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap narasumber. Sedangkan data sekunder di dapat melalui dokumentasi seperti dokumen-dokumen di SMK PGRI 2 Sidoarjo.

Peneliti memakai teknik wawancara mendalam atau bisa juga disebut in-depth interview, yaitu mengumpulkan informasi data dengan cara tatap muka langsung terhadap tim Humas SMK PGRI 2 Sidoarjo agar memperoleh sebuah informasi data yang lengkap. Penelitian menggunakan observasi non partisipasi yaitu tanpa melibatkan peneliti secara langsung atau tidak ikut berpartisipasi dalam kegiatan kelompok yang diteliti (Hasanah, 2017). Metode ini digunakan pada saat mengunjungi sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo, untuk mengetahui peran humas dalam membangun *brand image* di sekolah tersebut. Dokumentasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yaitu dimana peneliti dapat menyelidiki data yang tertulis, buku, foto, notulen rapat, dan sebagainya (Musyadad *et al.*, 2022). Dalam metode dokumentasi ini peneliti mengumpulkan dokumen sekolah seperti data PPDB, struktur organisasi, fasilitas sekolah yang berhubungan dengan tema penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan dalam menjelaskan penelitian ini yaitu menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang pertama adalah reduksi data, kemudian tahap kedua penyajian data dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan sehingga tahap-tahap ini bisa menjadi jawaban dari rumusan masalah (Sri Annisa & Mailani, 2023)

Reduksi data merupakan proses awal dalam analisis data, yaitu merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, serta menyederhanakan data mentah yang telah diperoleh peneliti dari lapangan. Dalam penelitian ini, reduksi dilakukan terhadap data wawancara, observasi, dan dokumentasi yang

berkaitan dengan tema peran humas dalam membangun *brand image*, serta hambatan-hambatan yang dihadapi humas.

Tahapan kedua adalah penyajian data, yaitu menyusun informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk narasi yang terorganisir dan mudah dipahami (Ernawati & Rasna, 2020). Penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan informasi berdasarkan indikator peran humas (*communicator, relationship, backup management, dan Corporate image*), sehingga dapat menggambarkan secara jelas kondisi di lapangan.

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yakni proses menafsirkan makna data yang telah disajikan, mengidentifikasi pola, hubungan, atau kecenderungan, hingga akhirnya menghasilkan kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian (Sustiyo Wandu & Tri Nurharsono, 2013). Penarikan kesimpulan bersifat sementara dan terus diverifikasi selama proses pengumpulan data berlangsung, untuk memastikan keabsahan.

Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yakni dengan membandingkan dan mengkroscek data melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode (Mekarisce, 2020). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari informan kunci (Waka Humas) dengan data dari informan pendukung (Kepala Sekolah, TU, Waka Sarpras, dan siswa). Sementara triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan keakuratan informasi yang diperoleh.

C. Hasil dan Pembahasan

Humas (Hubungan Masyarakat) adalah sebuah profesi yang membantu mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan Masyarakat. Humas SMK PGRI 2 Sidoarjo dibentuk bersamaan dengan berdirinya sekolah pada tahun 1986 dengan tujuan untuk menjalin komunikasi yang baik antara sekolah dengan berbagai pihak terkait, seperti siswa, orang tua, masyarakat, dan instansi pendidikan lainnya. Dari wawancara yang dilakukan, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

Kepala Sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo sebagai informan pendukung menjelaskan bahwa Kepala Sekolah memiliki hak penuh dalam kegiatan humas, akan tetapi hak tersebut sudah di serahkan kepada Wakil Kepala bidang kehumasan. di harapkan juga dari pihak kepala sekolah dalam menjalankan bidang kehumasan tidak hanya dari tim humas, akan tetapi juga seluruh publik internal yang ada di dalam sekolah bisa turut serta dalam menjalankan kegiatan kehumasan dengan baik.

Humas dituntut untuk mempunyai kredibilitas dan karakteristik yang baik dalam perannya sebagai seorang profesi humas. Pernyataan tersebut telah diungkapkan oleh Kepala Sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo yang mengatakan bahwa.

“Jadi untuk pengurus humas kami harus dapat mengelola hubungan harmonis dengan masyarakat dan juga dapat berkomunikasi dengan baik serta mempunyai wawasan yang luas, dan penampilannya yang menarik, berbusana rapi dan sopan serta mempunyai perilaku yang baik. dan seorang komunikator harus dapat menganggap orang di depannya itu sangat penting”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa seorang pengurus humas agar bisa memiliki beberapa kriteria diantaranya yaitu mampu dan terampil dalam berkomunikasi yang baik dan juga benar, agar tujuan informasi yang disampaikan dapat tercapai, yaitu pihak publik yang menjadi penerima informasi (komunikas) agar mendapatkan pengertian yang sama dari humas terhadap informasi yang disampaikan. Sehingga publik bisa memberi respon (*feed back*) terhadap penyampai informasi (komunikator).

Peran Humas sebagai Communicator

Peran humas SMK PGRI 2 Sidoarjo sebagai seorang komunikator harus memiliki kepribadian yang jujur serta transparansi dan bisa konsistensi terhadap informasi-informasi yang disampaikan kepada publik internal maupun eksternal agar dapat di percaya perannya sebagai seorang humas.

Sebagai sasaran, seorang humas menyampaikan informasi-informasi kepada publik internal dan eksternal. Publik internal adalah berupa warga yang ada didalam lingkungan sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo seperti kepala sekolah, staff sekolah, guru, dan siswa. Sedangkan publik eksternal adalah masyarakat luar lingkungan sekolah seperti warga sekitar sekolah, orang tua/wali murid, dunia usaha dan dunia industri.

Peran humas sebagai komunikator publik internal, dalam proses penyampaian informasi terhadap public internal sekolah biasanya dilakukan dalam rapat rutin tahunan yang di hadiri Kepala Sekolah, guru, staff sekolah dan ketua OSIS. Informasi yang disampaikan dalam rapat rutin tahunan adalah program kerja sekolah satu tahun kedepan berupa persiapan penerimaan peserta didik baru (PPDB), persiapan menjelang Ujian Nasional, Ujian UKK, Ujian LSP, rapat kenaikan kelas, evaluasi program sekolah satu tahun kebelakang, serta memantapkan visi dan misi sekolah.

Teknis pelaksanaan peran humas sebagai pemberi informasi (komunikator) juga disampaikan kepada siswa baru pada saat mengikuti kegiatan masa orientasi siswa (MOS). Kegiatan masa orientasi siswa diadakan tiap satu tahun sekali yaitu pada saat setelah penerimaan peserta didik baru. Adapun untuk tujuan diadakan masa orientasi siswa adalah untuk memperkenalkan profil sekolah, warga sekolah, kemudian sarana dan prasarana, peraturan dan tata tertib yang harus dijalankan bagi siswa siswi baru.

Peran humas sebagai komunikator public eksternal. Dalam proses penyampaian informasi-informasi terhadap public eksternal dilakukan pada beberapa kegiatan diantaranya rapat dengan orang tua/wali murid, dalam menyampaikan informasi kegiatan sekolah berupa persiapan ujian, penerimaan raport, pembayaran spp, program-program sekolah serta kegiatan sekolah lainnya,

Sekolah adalah salah satu lembaga pendidikan yang berdiri di tengah masyarakat dan untuk aktivitas kelangsungan hidup sebuah organisasi sekolah tidak lepas dengan adanya kerja sama dan support dari warga sekitar sekolah, maka dari itu komunikasi dengan warga sekitar juga sangat penting dan menjadi perhatian khusus. Upaya yang dilakukan kepada warga sekitar biasa melakukan tegur sapa ketika berpapasan dengan warga, mengundang warga sekitar dalam kegiatan sosial yang diadakan sekolah, meminta izin kepada ketua RT ketika akan mengadakan kegiatan yang mungkin akan mengganggu kenyamanan warga, memberikan ucapan bela sungkawa terhadap warga sekitar ketika ada yang meninggal dunia.

Peran Humas sebagai *Relationship*

Peran humas dalam menjalin hubungan baik diterapkan dalam berbagai kegiatan. Humas SMK PGRI 2 Sidoarjo menjalin hubungan baik dan harmonis terhadap publik internal dan publik eksternal. humas menjalin hubungan baik dengan publik internal yaitu seluruh warga sekolah, diantaranya kepala sekolah, guru, staff sekolah, dan siswa. Humas juga menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal yaitu warga sekitar dan DUDI.

Peran humas sebagai penjalin hubungan baik dengan publik internal diwujudkan dengan beberapa kegiatan sekolah diantaranya yaitu pengajian bersama atau istighosah bersama. Pernyataan tersebut juga diungkapkan oleh siswa yang menjabat sebagai ketua osis, siswa tersebut mengatakan bahwa:

Dalam menjalin hubungan yang harmonis biasanya pihak sekolah mengadakan acara istighosah bersama dan sholat duha bersama waktu hari jumaat yang dilakukan semua warga sekolah yang beragama muslim.

Kegiatan tersebut rutin diadakan tiap minggu bertepatan di hari jumaat, untuk yang non muslim juga diadakan ibadah bersama di hari Jumat. Peran humas sebagai penjalin hubungan baik dengan publik eksternal juga diwujudkan dengan beberapa kegiatan dengan warga sekitar sekolah dan DUDI. Dalam kegiatan hari raya idul qurban yang diadakan sekolah setiap satu tahun sekali yang kemudian humas juga mengadakan bagi-bagi daging hasil Idul Adha kepada warga sekitar sekolah. Menjaln hubungan baik juga pernah dilakukan dalam kegiatan bersama warga, Pernyataan tersebut telah di ungkapkan oleh Waka Humas yang mengatakan bahwa:

Tim Drum Band sekolah kita juga pernah diminta tolong oleh warga sekitar untuk mengiringi yel-yel warga saat lomba desa di kabupaten sidoarjo.

Dari pernyataan diatas bisa disimpulkan bahwa kegiatan tersebut dapat menjalin hubungan baik antara sekolah dan warga, karena kegiatan tersebut menunjukkan simbiosis mutualisme atau saling menguntungkan. Pihak sekolah bisa membantu kegiatan warga dan juga sebagai ajang promosi sekolah lewat penampilan tim drum band sekolah.

SMK PGRI 2 Sidoarjo sebagai salah satu sekolah yang berfokus pada bidang kompetensi keahlian yang akan diterapkan untuk kegiatan magang atau praktek kerja dalam dunia usaha dan dunia industry, humas juga melakukan kunjungan ke beberapa instansi tempat kerja/magang, dan pihak sekolah sudah melakukan kerja sama (MoU) dengan beberapa Perusahaan dan instansi, sehingga setiap tahunnya sekolah dapat mengirimkan siswa untuk berangkat magang.

Peran Humas sebagai *Backup Management*

Peran humas sebagai *back up management* sangat penting dalam organisasi sekolah, dengan mendukung fungsi manajemen untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo sudah diatur penuh oleh Waka Kurikulum dan kemudian dibantu dengan Waka Humas dalam kegiatan dan operasionalnya.

Dikarenakan empat tahun terakhir dari tahun 2021 sampai 2024 sekolah mengalami penurunan jumlah siswa dalam penerimaan siswa baru. Data diambil dan diperkuat waktu wawancara terhadap tata usaha sekolah yang mengungkapkan bahwa data siswa baru pada tahun 2021 berjumlah 845, 2022 berjumlah 715, 2023 berjumlah 690, 2024 berjumlah 672, maka kegiatan yang dilakukan humas dalam *back up management* untuk saat ini diantaranya humas mengatur komunikasi strategis untuk promosi dan menjalin kerja sama dengan DUDI (dunia usaha dan dunia industri). dengan adanya sekolah menggandeng beberapa DUDI unggulan maka akan menjadi daya tarik calon siswa baru.

Dalam teknis mengatur strategi promosi yaitu humas mengadakan kegiatan promosi langsung dan sosialisasi ke beberapa sekolah menengah pertama (SMP), humas menyampaikan informasi tentang profil serta prestasi dan keunggulan sekolah. Humas juga berperan dalam menjalin hubungan dengan pihak eksternal, seperti DUDI guna mendukung program sekolah yaitu program magang siswa agar dapat berjalan dan terlaksana dengan baik. dengan upaya tersebut agar dapat melakukan penyaluran siswa yang baru lulus atau fresh graduate kepada DUDI yang bekerja sama agar efisiensi lulusan siswa yang siap bekerja berjalan secara optimal.

Peran Humas sebagai *Corporate Image*

Peran humas dalam pembentukan *image* sekolah sangat penting, dengan adanya kualitas pendidikan tinggi, lingkungan belajar kondusif, dan nilai-nilai karakter siswa baik dapat memperkenalkan SMK PGRI 2 Sidoarjo kepada publik internal maupun eksternal agar publik mengetahui mengenai profil sekolah dan menambah pengetahuan masyarakat luar tentang sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo, sehingga terciptanya opini publik yang positif dan kemudian akan berdampak pada *image* sekolah yang baik.

Peran Humas sebagai *Pembentukan Image*

Publik internal dilakukan dengan cara mendisiplinkan warga sekolah termasuk para siswa-siswi seperti mematuhi tata tertib, karena menciptakan *image* baik dimulai dari dalam dulu dan nanti otomatis masyarakat yang akan melihat dan menilai sendiri. sekolah juga memberikan sarana dan prasarana yang memadai terhadap guru, staff, siswa dalam mendukung proses kegiatan sekolah agar dapat berjalan secara optimal, karena dengan mempunyai sarana dan prasarana yang mendukung bisa menjadi bentuk *brand image* sekolah yang baik terhadap masyarakat. pernyataan tersebut di dukung oleh waka sarana dan prasarana, yang mengatakan:

Kami juga memfasilitasi penuh sarana dan prasarana bagi seluruh warga sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo. untuk sarana dan prasarana staff dan guru kami memberikan ruangan dan alat kerja sesuai bidang atau divisi masing-masing. Dan untuk siswa kami juga memfasilitasi sarana dan prasarana seperti alat belajar, alat olahraga, lab praktikum, ruang kelas yang nyaman, perpustakaan, kantin, dan musholah. semua itu kami fasilitasi agar siswa dapat nyaman dalam aktivitas belajar dan agar bisa meningkatkan prestasi academic maupun non academic.

Dari pernyataan diatas bisa di simpulkan bahwa dengan memberikan fasilitas sarana dan prasarana yang maksimal dapat menjadikan *brand image* sekolah yang baik terhadap masyarakat. Dengan adanya

mendisiplinkan siswa untuk mematuhi tata tertib sekolah juga memberikan sarana dan prasarana yang memadai sebagai upaya dalam membentuk *brand image* sekolah yang baik, terdapat juga ungkapan dari siswa mengenai pernyataan hal tersebut, siswa tersebut mengatakan bahwa:

Untuk tata tertib sekolah yang dibuat sudah selayaknya seperti sekolah pada umumnya, seperti datang sekolah minimal 15 menit sebelum jam masuk, berpakaian yang sopan, dan tidak menggunakan make up bagi perempuan. Terdapat sanksi jika melanggar berupa teguran sampai panggilan orang tua. peraturan tersebut cukup baik agar semua siswa memiliki etika yang baik.

Dan untuk sarana dan prasarana yang di berikan sekolah kepada siswa sudah cukup layak, tapi ada beberapa fasilitas yang kurang baik seperti komputer yang kadang-kadang gak bisa dipakai dan eror, akan tetapi bisa langsung perbaiki oleh teknisi komputer. Tapi untuk sarana dan prasarana yang lainnya sudah cukup layak dan baik.

Peran humas sebagai pembentukan *image* publik eksternal dilakukan dengan berbagai macam kegiatan yaitu saat menjelang ramadhan dengan cara berbagi takjil gratis serta memberikan santunan ke beberapa anak yatim sekitar sekolah. Turut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat yaitu dalam rangka perayaan lomba HUT RI. Dengan adanya turut serta dalam kegiatan yang dilakukan masyarakat dirasa sudah cukup memberikan kesan baik yang nantinya akan terbentuk *image* sekolah yang positif terhadap masyarakat. Adapun *brand image* sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo dapat diukur dalam tiga indikator diantaranya:

1). Citra Perusahaan: dalam pandangan sosial dulu SMK PGRI 2 Sidoarjo sempat dipersepsikan sebagai sekolah yang memiliki akademik atau *image* kurang baik dan bukan menjadi pilihan utama masyarakat dalam memilih sekolah sebagai lembaga pendidikan. 2). Citra Pemakai: dikarenakan sekolah tersebut memiliki persepsi yang kurang baik dikalangan masyarakat sehingga berdampak pada menurunnya minat pendaftaran murid baru pada sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo. 3). Citra Produk: dalam hal tersebut akibatnya murid – murid SMK PGRI 2 Sidoarjo di kenal masyarakat sekitar sebagai murid yang kurang disiplin baik itu dalam hal berseragam ataupun perilaku sosial yang kurang baik.

Hambatan Humas dalam Membangun Image

Peran humas dalam membangun *image* sekolah juga tidak lepas dengan adanya hambatan yang dihadapi. Peran humas sebagai *Corporate image*, *back up management* dan *relationship* tidak mempunyai hambatan, tetapi peran humas sebagai komunikator atau penyampaian informasi terhadap publik masih kurang optimal dikarenakan Waka Humas juga menjabat sebagai seorang guru, yang mengakibatkan keterbatasan waktu dalam mengajar dan melayani publik eksternal.

Pembahasan

Dari penelitian yang telah dilakukan, Humas memiliki peran yang sangat penting untuk membangun *image* positif bagi institusi pendidikan, termasuk pada SMK PGRI 2 Sidoarjo. Kegiatan yang dilakukan oleh Humas tidak hanya terbatas penyampaian informasi saja, tetapi juga meliputi berbagai strategi komunikasi yang tepat dan menarik perhatian untuk stakeholder, mulai dari siswa, wali murid, hingga masyarakat luas.

Melalui sejumlah informasi dan data dari hasil penelitian yang menjelaskan kondisi dilapangan dari peran humas dalam membangun *brand image* SMK PGRI 2 Sidoarjo yang dilakukan oleh Waka Humas dapat dirumuskan maknanya, sehingga setelah pemaknaan data tersebut akan mendapatkan arti dari hasil penelitian.

Peran Humas sebagai Communicator

Berdasarkan temuan peneliti dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi bisa di jelaskan bahwa peran humas telah menerapkan berbagai strategi komunikasi yang efektif untuk membangun *brand image* sekolah. peran humas sebagai komunikator internal bertindak untuk memberikan informasi kepada sejumlah warga sekolah seperti kepala sekolah, guru, staff sekolah, dan siswa dalam rapat tahunan untuk membuat proker satu tahun kedepan dan mengevaluasi proker satu tahun kebelakang. Humas sebagai komunikator juga memberikan informasi profil sekolah dan aturan tata tertib yang harus dijalankan terhadap siswa-siswi masa orientasi siswa

(MOS). Kegiatan humas sebagai komunikator untuk publik internal sudah berjalan lancar dalam menjalankan perannya dengan baik.

Penyampaian informasi oleh humas juga dilakukan kepada publik eksternal yaitu kepada orang tua / wali murid ataupun di khalayak umum dengan menyampaikan beberapa kegiatan yang akan dilakukan sekolah, prestasi siswa, serta program-program unggulan yang dimiliki oleh sekolah melalui rapat dengan orang tua / wali murid dan media sosial. Humas dari SMK PGRI 2 Sidoarjo telah berhasil untuk menjangkau audiens lebih luas, serta dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat untuk kegiatan sekolah. Hal ini juga berfungsi untuk meningkatkan transparansi serta akuntabilitas sekolah untuk pengelolaan serta promosi kegiatan akademik ataupun non akademik.

Peran Humas sebagai *Relationship*

Selain itu humas juga memiliki peran untuk membangun hubungan yang baik dengan semua stakeholder yang terlibat. Penelitian ini menunjukkan bahwa humas SMK PGRI 2 Sidoarjo aktif dalam menjaga hubungan baik dengan semua warga sekolah dengan cara mengadakan acara keagamaan yaitu istighosah dan sholat dhuha berjamaah. Kegiatan tersebut menjadi satu contoh bagaimana humas dapat membangun relasi yang solid dengan seluruh warga sekolah.

Menjalin hubungan baik juga dilakukan dengan DUDI dengan cara melakukan kunjungan ke beberapa instansi atau perusahaan dan juga mengundang profesional dari DUDI untuk memberikan pelatihan atau seminar kepada siswa dan guru. dengan demikian akan terciptanya hubungan baik antara sekolah dengan DUDI.

Peran Humas sebagai *Backup Management*

Penelitian ini juga menemukan bahwa Humas di SMK PGRI 2 Sidoarjo ikut serta untuk perencanaan strategis management sekolah yang sudah diatur penuh oleh waka kurikulum, dikarenakan terdapat penurunan jumlah siswa pada empat tahun terakhir, maka dalam backup management humas difokuskan untuk melakukan komunikasi krisis dan pengelolaan isu sebagai strategi promosi sekolah, dalam hal ini humas memiliki peran yang penting untuk memberikan informasi yang tepat, agar bisa meredakan isu dan menjaga kepercayaan public, sehingga dapat menstabilkan minat calon siswa.

Humas juga melakukan kerja sama dan menjalin hubungan baik dengan beberapa instansi besar dalam melakukan program magang kerja dan penyaluran siswa yang baru lulus kepada pihak DUDI yang sudah bekerja sama, agar siswa yang baru lulus bisa langsung bekerja dan mungkin bisa jadi mengurangi angka pengangguran, sehingga dalam upaya tersebut bisa menjadi bukti dalam menarik minat calon siswa baru.

Peran Humas sebagai *Corporate Image*

Selain itu hasil penelitian juga menemukan Humas di SMK PGRI 2 Sidoarjo juga memiliki peran yang penting untuk membangun *Corporate image*. Dengan cara mempunyai kualitas pendidikan tinggi, lingkungan belajar kondusif, dan nilai-nilai karakter siswa baik, akan memberikan kesan *image* positif bagi kalangan masyarakat. maka dengan begitu sekolah mampu mempunyai *brand image* yang baik di kalangan masyarakat.

Humas juga melakukan kegiatan sosial bersama masyarakat seperti bagi-bagi takjil saat bulan ramadhan dan memberikan santunan kepada anak yatim serta turut berpartisipasi dalam perayaan HUT RI. Dengan begitu upaya yang dilakukan humas akan memberikan *image* positif terhadap sekolah.

Citra Perusahaan

Sekolah SMK PGRI 2 Sidoarjo pada masa lalu sempat dipersepsikan sebagai sekolah dengan kualitas akademik yang kurang baik sehingga tidak menjadi pilihan utama masyarakat. Persepsi negatif ini menunjukkan adanya tantangan dalam membangun *image* yang memerlukan penanganan strategis, khususnya melalui peran humas sekolah.

Humas memiliki peran sentral dalam membangun dan memperbaiki *brand image* sekolah dengan mengelola komunikasi dua arah antara institusi dan publiknya. Dalam konteks SMK PGRI 2 Sidoarjo, humas berfungsi sebagai jembatan untuk menyampaikan perubahan, pencapaian, serta keunggulan sekolah kepada masyarakat. Melalui strategi komunikasi yang terencana, seperti publikasi prestasi siswa, program unggulan, kerja sama industri, serta kegiatan sosial, humas dapat mengubah opini publik secara bertahap dari negatif menjadi positif.

Citra Pemakai

Pandangan kurang baik yang berkembang di masyarakat menyebabkan menurunnya minat pendaftaran peserta didik baru, karena calon siswa dan orang tua cenderung mengaitkan kualitas sekolah dengan karakter, perilaku, serta prestasi para siswa dan alumninya, hal tersebut juga bisa dikarenakan bertambahnya lembaga pendidikan di daerah yang sama.

Humas memiliki peran strategis untuk membangun kembali *brand image* sekolah melalui pengelolaan citra pemakai yang positif. Humas berfungsi sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat, sehingga perlu menyusun strategi komunikasi yang mampu menampilkan profil siswa dan alumni secara konstruktif. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan mempublikasikan prestasi akademik maupun nonakademik, keberhasilan alumni di dunia kerja atau pendidikan lanjut, serta kegiatan positif siswa yang mencerminkan nilai dan kualitas sekolah.

Citra Produk

Citra produk dalam konteks lembaga pendidikan dapat dimaknai sebagai persepsi masyarakat terhadap perilaku dan kedisiplinan peserta didik. berdasarkan hasil diatas, murid SMK PGRI 2 Sidoarjo dikenal oleh masyarakat sekitar sebagai murid yang kurang disiplin, baik dalam hal penggunaan seragam maupun perilaku sosial. Persepsi negatif ini menunjukkan bahwa citra produk sekolah belum terbentuk secara optimal dan berdampak langsung pada *brand image* sekolah di mata publik.

Persepsi masyarakat terhadap perilaku peserta didik secara tidak langsung merepresentasikan kualitas manajemen sekolah dan nilai-nilai yang ditanamkan. Dalam kondisi ini, humas memiliki peran strategis sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat untuk membangun kembali kepercayaan publik.

Hambatan Humas dalam Membangun Image

Suksesnya seorang humas dalam menjalankan perannya tidak lepas dengan adanya hambatan yang dihadapinya, seperti hasil wawancara dengan Waka Humas yang mengatakan bahwa terdapat hambatan dalam menjalankan profesinya sebagai seorang humas, dikarenakan Waka Humas memiliki peran ganda sebagai seorang guru dan humas yang mengakibatkan kurang optimal dalam menjalankan profesi sebagai seorang humas.

D. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa humas SMK PGRI 2 Sidoarjo memainkan peran multifungsi yang penting untuk membangun dan memperbaiki *image* sekolah, agar menjadi sekolah yang profesional, disiplin, berprestasi, memiliki fasilitas memadai, dan mampu menjalin kerja sama luas dengan dunia industri, sehingga *image* sekolah menjadi lebih positif dan baik di mata masyarakat.

Brand image sekolah yang diukur dalam 3 indikator yaitu; 1). sebagai citra perusahaan, sekolah tersebut dipersepsikan masyarakat sebagai sekolah yang memiliki *image* kurang baik. 2). sebagai citra pemakai, sekolah tersebut memiliki *image* yang kurang baik maka mengakibatkan menurunnya minat peserta baru dalam memilih sekolah. 3). Sebagai citra produk, sekolah yang memiliki *image* kurang baik dikarenakan siswa yang memiliki perilaku dan kedisiplinan kurang baik.

Diharapkan dari *image* sekolah tersebut berusaha diwujudkan oleh humas dengan beberapa cara yaitu; 1). sebagai komunikator humas menyampaikan sejumlah informasinya pada saat rapat tahunan dengan semua warga sekolah dan rapat dengan wali murid. 2). dalam menjalin hubungan baik juga diwujudkan dengan kegiatan ibadah bersama dengan semua warga sekolah dan melakukan budaya sopan santun dengan masyarakat luar, serta melakukan kunjungan kerja sama dengan DUDI. 3). sebagai *back up management* dan *corporate image*, humas mendukung penuh perencanaan dan menjalankan strategis management sekolah, serta mempunyai kualitas pendidikan tinggi, lingkungan belajar kondusif, dan nilai-nilai karakter siswa baik. 4). dalam membentuk *corporate image*, agar dapat menciptakan opini publik dengan *image* sekolah yang positif. Humas juga memiliki sedikit hambatan dalam menjalankan profesinya, dikarenakan waka humas juga menjabat sebagai seorang guru yang mengakibatkan perannya kurang optimal.

Daftar Pustaka

- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Dwi N, A., & Zulfiningrum, R. (2023). Strategi Public Relations Dalam Membangun *Brand Image* Pada Hotel Aruss Semarang. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 250–263. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.5846>
- Ernawati, N., & Rasna, I. (2020). Menumbuhkan Keterampilan Menyimak Peserta Didik Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa*, 9(2), 103–112.
- Fakhrudin, A., Transportasi, M., Tinggi, S., & Kedirgantaraan, T. (n.d.). *Citra Perusahaan , Citra Pemakai , Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen STTKD Yogyakarta*. 13(1), 11–18.
- Hamdi Supriadi. (2016). *Peranan Pendidikan dalam Pengembangan Diri Terhadap Pendidikan merupakan suatu sarana yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia , hal ini disebabkan karena pendidikan adalah sektor yang dapat menciptakan kecerdasan manusia dalam melangsungkan ke*. 3(2), 92–119.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *JURNAL ILMIAH KESEHATAN MASYARAKAT: Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Musyadad, V. F., Hanafiah, H., Tanjung, R., & Arifudin, O. (2022). Supervisi Akademik untuk Meningkatkan Motivasi Kerja Guru dalam Membuat Perangkat Pembelajaran. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(6), 1936–1941. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i6.653>
- Riyadh, M. (2023). *Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Untuk Memenuhi sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)*. 5331.
- Sciences, P., & Padjadjaran, U. (2017). THE BUSINESS MANAGEMENT SKILLS OF SMALL INDUSTRIES ENTREPRENEURS AT CIBEUREUM DISTRICT SUKABUMI CITY Herwan Abdul Muhyi. *Herwan Abdul Muhyi*, 2(1), 43–52.
- Septian, R. (2022). Manajemen Membangun *Brand Image* (Citra Sekolah) Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di Smp Muhammadiyah 3 Yogyakarta. *Media Manajemen Pendidikan*, 4(3), 496–507. <https://doi.org/10.30738/mmp.v4i3.8926>
- Sri Annisa, I., & Mailani, E. (2023). Analisis Faktor Penyebab Kesulitan Siswa Dalam Pembelajaran Tematik. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 6469–6477.
- Sumpiuh, Y. P. E., & Banyumas, K. A. B. (2017). *Economic Education Analysis Journal*. 6(2), 408–420.
- Surokim. (2016). Riset Komunikasi: Buku Pendamping Bimbingan Skripsi. *Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & Aspikom Jawa Timur*, 285.

Sustiyo Wandi * Tri Nurharsono, A. R. (2013). Pembinaan Prestasi Ekstrakurikuler Olahraga Di Sma Karangturi Kota Semarang. *Journal of Physical Education, Sport, Health and Recreations*, 2(8), 524–535.