



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERAN HUMAS , CITRA LEMBAGA dan MUTU SEKOLAH
TERHADAP POPULARITAS**
(studi korelasi di Sekolah Menengah Pertama Negeri Provinsi DKI Jakarta)

THESIS

oleh:
Diah Prawita
0806439581

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI MANAJEMEN KOMUNIKASI
PASCA SARJANA**

JAKARTA
Desember 2010



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERAN HUMAS , CITRA LEMBAGA dan MUTU SEKOLAH
TERHADAP POPULARITAS**
(studi korelasi di Sekolah Menengah Pertama Negeri Provinsi DKI Jakarta)

THESIS

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Magister Sains (M.Si) dalam Ilmu Komunikasi

oleh:
Diah Prawita
0806439581

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI MANAJEMEN KOMUNIKASI
PASCA SARJANA**

JAKARTA

**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN KOMUNIKASI
PASCA SARJANA**

Tesis ini adalah
hasil karya saya sendiri dan
seluruh sumber yang saya kutip
telah saya nyatakan dengan benar

**Diah Prawita
0806439581**

Jakarta,
Desember 2010

HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Diah Prawita

NPM : 0806439581

Program Studi : Manajemen Komunikasi

Judul Tesis : “Peran Humas, Citra Lembaga dan Mutu Sekolah
terhadap popularitas sekolah (*studi korelasi di Sekolah Menengah
Pertama Negeri provinsi DKI Jakarta*)”

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dimajukan ke Sidang Tesis sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia.

Dosen Pembimbing :



(Dr. Pinckey Triputra, M.Sc)

**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN KOMUNIKASI
PASCA SARJANA**

Lembar Pengesahan Tesis

Nama : Diah Prawita
NPM : 0806439581
Judul Tesis : "Peran Humas, Citra Lembaga dan Mutu Sekolah terhadap Popularitas Sekolah (*studi korelasi di Sekolah Menengah Pertama Negeri Provinsi DKI Jakarta*)"

Tesis ini telah dipertahankan di hadapan sidang Penguji Tesis Pasca Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia Departemen Ilmu Komunikasi program studi Manajemen Komunikasi pada **Rabu, 29 Desember 2010**, dan dinyatakan: **LULUS**.

Tim Penguji Tesis

Ketua Sidang : Dr. Irwansyah S.Sos., M.A.



Sekretaris Sidang : Drs. Eduard Lukman M.A



Pembimbing : Dr. Pinckey Triputra, M.Sc



Penguji Ahli : Ir. Firman Kurniawan Sujono M.Si



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Sivitas Akademika Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : DIAH PRAWITA

NPM : 0806439581

Program Studi : Manajemen Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul

**PERAN HUMAS, CITRA LEMBAGA, DAN MUTU SEKOLAH
TERHADAP POPULARITAS
(studi korelasi di Sekolah Menengah Pertama Negeri Provinsi DKI Jakarta)**

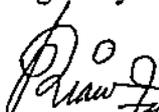
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap menyantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada Tanggal : 29 Desember 2010

Yang menyatakan


(DIAH PRAWITA)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Swt yang telah memberikan kekuatan, rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “ PERAN HUMAS, CITRA LEMBAGA DAN MUTU SEKOLAH TERHADAP POPULARITAS (studi korelasi di Sekolah Menengah Pertama Negeri Provinsi DKI Jakarta)”.

Saya menyadari sepenuhnya tanpa bantuan bimbingan dari berbagai pihak dari mulai masa perkuliahan, proses, penyusunan hingga penyelesaian tesis ini dirasa sangatlah berat dan sulit untuk menyelesaikannya.

Oleh karena itu bersama ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Pinckey Triputra, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar menyediakan waktu, tenaga dan pikiran memberi arahan, bimbingan, saran dan memotivasi saya untuk dapat menyelesaikan tesis ini
2. Prof. Dedy Nur Hidayat, Ph.D Almarhum yang telah memberikan dedikasi tertingginya untuk mendidik dan mengajarkan kami ilmu pengetahuan khususnya ilmu statistik selama saya menjadi mahasiswa di Ilmu Komunikasi Program Manajemen Komunikasi ini.
3. Drs. Eduard Lukman, M.A sebagai Pembimbing Akademis yang telah memberikan keluangan waktu dalam memberikan saran tentang teknis akademis.
4. Dr. Irwansyah S.Sos., M.A. sebagai ketua sidang penguji tesis yang telah memberikan saran dan input guna kesempurnaan tesis ini.
5. Ir. Firmari Kurniawan Sujono, M.Si sebagai penguji ahli dalam sidang tesis yang telah memberikan banyak input dalam proses penyempurnaan tesis ini.
6. Seluruh staf pengajar dan sekretariat Program Pasca Sarjana Ilmu Komunikasi yang telah mengajarkan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat dan membantu kelancaran selama perkuliahan sampai dengan penyusunan tesis ini.

7. Kepala Sekolah, Wakil Kurikulum dan sesama staff kurikulum SMAN 45 Jakarta yang sangat memahami kesibukan saya dalam menyelesaikan tesis sehingga semua tanggungjawab dapat di handle bersama dan tidak ada yang terabaikan.
8. Kepala Sekolah dan Wakil Kepala sekolah serta siswa-siswi di SMP Negeri 5, 30, 45, 75, 92, 216 dan 279 yang telah bersedia menerima kehadiran saya serta menjadi lokasi sekaligus responden penelitian
9. Kedua orang tua, kakak, adik, keponakan yang telah mensupport dengan segenap doa dan kasih sayangnya.
10. Sandra Selecta, Gigih Anggoro, Ichsan, Maulana, Elia Fitria dan Dwi Asti sebagai Alumni serta siswa-siswi SMAN 45 dengan hati malaikat telah memberi semangat dan support baik secara moral serta tenaga.
11. Sahabat-sahabat saya khususnya Rohman, Okta Rizal, Giyono, Agus Permana yang telah meringankan beban pemikiran untuk menyusun program dan rumus-rumus pengolahan data serta sesama mahasiswa Manajemen Komunikasi angkatan 2008 yang selalu saling mensupport sehingga terus bersemangat menyelesaikan tesis ini
12. Dan masih banyak lagi individu dan pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Akhir kata saya mengucapkan banyak terima kasih. Semoga Allah SWT selalu memberikan berkah dan ridho atas segala kebaikan yang telah Bapak/Ibu, ananda, adik, rekan, dan sahabat berikan. Semoga tesis ini dapat bermanfaat dan memperkaya khasanah pembelajaran.

Jakarta, 22 Desember 2010
Penulis

**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI MANAJEMEN KOMUNIKASI
PASCA SARJANA**

Nama : Diah Prawita
NPM : 0806439581
Program Studi : Manajemen Komunikasi
Judul : Peran humas, citra lembaga, dan mutu sekolah terhadap popularitas sekolah (*studi korelasi di Sekolah Menengah Pertama Negeri Provinsi DKI Jakarta*)

ABSTRAK

Tesis ini memuat pembahasan dan penelitian tentang beberapa faktor yang mempengaruhi popularitas sekolah antara lain adalah peran humas, citra sekolah dan mutu sekolah. Frame teori yang digunakan untuk pembahasan pada penulisan dan penelitian dalam Tesis ini adalah Competiting Value Framework of Corporate Communication (CVFCC) didukung dengan pemikiran teori AGIL dalam kajian sosiologi modern serta teori sisten dalam kajian teori-teori organisasi .

Konsep-konsep pendukung dikembangkan dari berbagai sumber yang membahas tentang peran humas, citra lembaga, mutu sekolah dan popularitas. Sumber yang digunakan berasal dari kamus Besar Bahasa Indonesia, pendapat tokoh dan ahli di bidang masing-masing dikombinasikan dengan indikator survey yang pernah dilakukan oleh lembaga atau peneliti lain.

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisa data diolah dengan rumus regresi berganda dilanjutkan dengan path analisis untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel X terhadap Y serta model jalurnya. Untuk menguji kecocokan jalur digunakan rumus the *goodness of fit* jalur. Metode penelitian dalam tesis ini bersifat *ex post facto*.

Hasil temuan dari penelitian diperoleh perhitungan bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari variabel Peran Humas (X_1), Citra Lembaga (X_2) dan Mutu Sekolah (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Popularitas Sekolah (Y).

Kata Kunci:

Peran humas, Citra Lembaga, Mutu sekolah, Popularitas Sekolah, Analisis Jalur.

**UNIVERSITAS INDONESIA
PROGRAM ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI MANAJEMEN KOMUNIKASI**

Name : Diah Prawita
Studi Program : Communication Management
Title : The role of public relations, corporate image and school quality to school popularity (a correlation study in Junior High School State Province of DKI Jakarta)

ABSTRACT

This thesis includes discussion and research on several factors that influence the popularity of schools among others, is the role of public relations, the image of schools and school quality. Frame theory is used for discussions on writing and research in this thesis is Competing Value Framework of Corporate Communication (CVFCC) is supported by thinking AGIL theory in the study of modern sociology and systems theory in the study of organizational theories.

Supporting concepts are developed from various sources that discuss the role of public relations, image agencies, school quality and popularity. Sources used come from the Big Indonesian dictionary, opinion leaders and experts in their respective fields combined with indicators survey ever undertaken by the institution or other researchers.

Research conducted using a quantitative approach. Analysis of the data processed by multiple regression formula followed by the path analysis to find out how big the contribution of each variable X to Y and the model track. To test the suitability of the path used in the formula the goodness of fit line. Methods of research in this thesis is ex post facto.

The results of the research findings obtained by the calculation that jointly independent variables consisting of the variable role of PR (X_1), Corporate image (X_2) and Quality School (X_3) significantly affects school popularity variable (Y).

Keywords:

The role of public relations, corporate image, school quality, school popularity, Path Analysis.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang	1
1.2 Perumusan masalah	
1.3 Tujuan Penelitian	
1.4 Manfaat penelitian	
BAB 2 KERANGKA KONSEP	
2.1 Kajian Teoritis	18
2.1.1 Competing Values Framework of Corporate Communication (CVFCC)	18
2.1.2 Struktur fungsional dalam bidang Humas	24
2.1.3 Peran humas, citra positif lembaga, mutu sekolah dan popularitas sekolah	24
2.2 Kajian Konsep	33
2.2.1 Pengertian humas sekolah	33
2.2.1.1 Tujuan humas sekolah	40
2.2.1.2 Peran humas sekolah	42
2.3 Citra Lembaga Sekolah	46
2.4 Mutu Sekolah	51
2.5 Popularitas sekolah	56
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	62
3.2 Unit dan lokasi penelitian	62
3.3 Metode penelitian	63
3.4 Populasi dan sampel	64
3.5 Teknik pengumpulan data	66
3.6 Realibilitas dan Validitas	68

3.7	Uji Prasyarat	
3.7.1	Uji Normalitas	69
3.7.2	Uji Homogenitas	69
3.7.3.	- Uji Linieritas	69
3.8	Uji hipotesis	69
3.9	Hipotesis penelitian	70
3.10	Analisis dan interpretasi data	70
3.11	Operasional konsep	71
3.12	Metode analisa data	76
3.13	Batasan penelitian	77
BAB 4 ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi objek penelitian	78
4.1.1	Sekolah Menengah Atas Negeri terpopuler di DKI Jakarta	78
4.1.2	Peran humas	79
4.1.3	Citra lembaga	80
4.1.4	Mutu sekolah	80
4.1.5	Popularitas sekolah	81
4.2	Model konseptual	81
4.2.1	Variabel exogen dan endogen	82
4.2.2	Koefisien jalur	83
4.2.3	Keselarasan model (goodness- of- fit) jalur	83
4.3	Hasil pengujian terhadap instrumen penelitian	83
4.3.1	Hasil uji validitas dan uji reliabilitas	84
4.3.2	Hasil Uji Prasyarat	85
4.3.2.1	Uji asumsi normalitas	85
4.3.2.2	Uji asumsi homogenitas	86
4.3.2.3	Uji asumsi linieritas	87
4.4	Hasil uji hipotesis	88
4.4.1	Hasil uji hipotesis dengan analisis regresi berganda	89
4.4.2	Pengujian hipotesis dengan analisis jalur	94
4.4.2.1	Menguji koefisien jalur untuk membuktikan hipotesis penelitian	98
4.4.2.2	Identifikasi jumlah jalur	100
4.2	Diskusi dan pembahasan	106
4.2.1	Peran humas (X_1) berkontribusi secara signifikan terhadap popularitas sekolah (Y)	106
4.2.2	Citra lembaga (X_2) berkontribusi secara signifikan terhadap popularitas sekolah (Y)	107
4.2.3	Mutu sekolah (X_3) berkontribusi secara signifikan terhadap popularitas sekolah (Y)	108
4.2.4	Peran humas (X_1), Citra lembaga (X_2), dan mutu sekolah (X_3) berkontribusi secara signifikan	109

4.2.5	terhadap popularitas sekolah (Y)	
	Hasil penelitian terdahulu	110
BAB 5 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Implikasi teoritis	112
5.3	Implikasi praktis	113
5.4	Rekomendasi	114
5.5	Keterbatasan penelitian	115
	REFERENSI	116
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	121



DAFTAR TABEL

Tabel 1	3.1 Daftar sekolah sub rayon yang dijadikan populasi	63
Tabel 2	3.2 Operasional Konsep	73
Tabel 3	4.1 Hasil Uji Normalitas data	85
Tabel 4	4.2 Hasil Uji Homogenitas	86
Tabel 5	4.3 Hasil Linieritas $X_1 \rightarrow Y$	87
Tabel 6	4.4 Hasil Linieritas $X_2 \rightarrow Y$	87
Tabel 7	4.5 Hasil Linieritas $X_3 \rightarrow Y$	88
Tabel 8	4.6 Hasil Linieritas $X_1, X_2, X_3 \rightarrow Y$	88
Tabel 9	4.7 Regression	90
Tabel 10	4.8 Correlation	90
Tabel 11	4.9 Model Sumarry Pengaruh gabungan dari X_1, X_2, X_3 terhadap Y	91
Tabel 12	4.10 Anova uji keseluruhan variabel X_1, X_2, X_3 terhadap Y	91
Tabel 13	4.11 Hasil Uji secara simultan	92
Tabel 14	4.12 Korelasi sederhana Variabel Bebas dan Terikat	94
Tabel 15	4.13 Korelasi Peran Humas, Citra lembaga, Mutu sekolah terhadap Popularitas sekolah	95
Tabel 16	4.14 Mencari koefisien jalur	96
Tabel 17	4.15 Nilai R Square besarnya kontribusi bersama peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah	98
Tabel 18	4.16 Pengujian hipotesis secara individual	99
Tabel 19	4.17 Korelasi gabungan X_1, X_2, X_3 ke Y	104
Tabel 20	4.18 Menghitung pengaruh variable yang lebih besar	105

DAFTAR GAMBAR



Gambar 1	Competiting Value Framework of Corporate Communication (CVFCC)	19
Gambar 2	Toolkit to assess the alignment between vision, culture and image	23
Gambar 3	Model Konseptual	81
Gambar 4	Hubungan struktural antara X_1, X_2, X_3 dan Y	96

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Popularitas suatu lembaga di mata khalayak merupakan hasil yang diperoleh melalui berbagai perjuangan dari lembaga yang bersangkutan. Popularitas tersebut diperoleh dengan upaya yang tidak sederhana terutama dilakukan oleh divisi atau bidang yang menangani komunikasi organisasi dengan khalayaknya. Organisasi yang berkembang di masyarakat tidak semua bertujuan mencari keuntungan tetapi ada juga yang bersifat non profit dapat terwujud dalam berbagai organisasi kemasyarakatan seperti sekolah, rumah sakit, komunitas keagamaan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan bahwa *"among the most important champions of multiculturalism in any community are non profit organizations. Non profit organizations serve social, educational, religious, and cultural needs of the community around them.* (Frazer P. Seitel, 2001. p. 414).

Popularitas suatu organisasi yang telah diperoleh bahkan dapat memberi keuntungan bagi organisasi atau lembaga yang bersangkutan. Popularitas dalam lembaga pendidikan atau sekolah sebagai organisasi non profit, tidak ditujukan untuk mencari keuntungan dalam hal materi semata tetapi lebih pada kepercayaan masyarakat kepada lembaga yang bersangkutan. Sekolah merupakan sebuah lembaga non profit yang bertugas membina generasi penerus agar mampu bertahan hidup atau *survive* untuk menyongsong masa depan.

Popularitas organisasi atau perusahaan tidak dapat direkayasa. Popularitas organisasi tidak datang dengan sendirinya melainkan dibentuk oleh masyarakat melalui upaya dan kerja keras dalam wujud berbagai kegiatan komunikasi dari organisasi atau perusahaan dengan membangun citra positif terlebih dulu sebagaimana yang diharapkan dan akan berdampak pada popularitas.

Berkaitan dengan popularitas tersebut maka suatu organisasi harus

Universitas Indonesia

memiliki citra terlebih dahulu. Citra merupakan hal tertinggi yang ingin dicapai oleh suatu organisasi dalam target di bidang komunikasi. Hal tersebut dimaksudkan agar mendapat pengakuan atas keberadaan organisasi oleh masyarakat dan tentunya akan membawa keuntungan bagi organisasi. Membangun citra positif ini tidak dapat dicapai tanpa merancang perencanaan yang terperinci dan menyusun strategis yang tentunya membutuhkan proses yang panjang. Oleh karena itu citra merupakan semua persepsi atas objek yang dibentuk oleh khalayak dengan cara memproses informasi dari berbagai sumber dalam kurun waktu tertentu.

Pencapaian citra organisasi-pun bukan hal yang mudah. Citra adalah salah satu hasil yang diperoleh dari proses komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi kepada khalayak. Perkembangan teknologi dan komunikasi di era seperti saat ini menjadikan komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia yang sangat berarti. Kehidupan manusia sangat berkaitan erat dengan kegiatan komunikasi yaitu merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara langsung melalui lisan ataupun tidak langsung melalui media (Onong Uchjana Effendy, 2008. p. 5).

Banyak definisi lain tentang komunikasi yang diberikan oleh beberapa ahli dengan sudut pandang yang berbeda-beda salah satunya menyatakan bahwa Komunikasi adalah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, grafis, angka, dsb. (Bernard Barelson & Garry A. Steiner) Dengan kata lain melalui komunikasi akan terjadi berbagai kegiatan yang dapat menggerakkan seluruh komponen organisasi untuk menjalankan aktivitas dengan maksimal. Kegiatan komunikasi ini dapat dilakukan dengan berbagai upaya dan media.

Pembentukan citra sekolah ini menjadi tanggung jawab dan merupakan hal yang harus diupayakan oleh sekolah. Sebagai upaya mendapatkan image atau citra yang positif maka lembaga pendidikan khususnya Sekolah Menengah Atas harus memiliki berbagai program yang terjabarkan kedalam program kerja sekolah. Program sekolah terbagi

Universitas Indonesia

menjadi 4 bidang yaitu bidang akademis, bidang kreativitas siswa (kesiswaan), sarana prasarana dan humas. (Depdiknas, 2009). Fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah bidang humas. Humas di Sekolah Menengah Atas harus memiliki berbagai kegiatan yang dapat membawa publik untuk mengenal visi dan misi sekolah.

Kegiatan komunikasi di setiap organisasi atau lembaga tentu dilakukan dalam berbagai upaya dan model dalam menjalankan segala aktivitasnya baik komunikasi secara internal dengan anggota organisasi maupun dengan pihak eksternal organisasi yaitu instansi lain dan khalayak di luar organisasi. Kegiatan komunikasi merupakan hal yang dapat menunjang keberhasilan suatu organisasi. Salah satu kegiatan organisasi yang utama adalah pembentukan image yang akan berdampak pada reputasi organisasi di kalangan publik.

Pembentukan citra tersebut dilakukan dengan berbagai upaya. Upaya setiap organisasi dalam mencapai image atau citra dilakukan dengan cara yang berbeda-beda antar satu dengan yang lain. Strategi yang digunakan sangat bervariasi tergantung pada kondisi, kebutuhan dan publik yang menjadi sasaran penyampaian komunikasi. Berbagai organisasi baik yang berfokus pada profit maupun non profit pasti melaksanakan komunikasi, tidak terkecuali organisasi/lembaga pendidikan yang dikenal dengan istilah sekolah. Tidak banyak orang membicarakan tentang citra sebuah organisasi di lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan atau sekolah dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari juga melakukan aktivitas yang tidak lepas dari kegiatan komunikasi. Tetapi untuk mendapatkan literatur tentang kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan sepengetahuan penulis dirasakan masih terbatas.

Kebutuhan akan komunikasi dalam organisasi-organisasi baik organisasi profit seperti perusahaan maupun non profit seperti lembaga pendidikan dan publiknya semakin penting untuk diperhatikan. Hal itu berkaitan pula dengan tuntutan perkembangan dunia bersama arus globalisasinya. Humas adalah suatu bagian dari organisasi yang dapat menjadi penghubung antara perusahaan dengan publiknya untuk melakukan

Universitas Indonesia

komunikasi dan menyamakan persepsi. Pentingnya keberadaan humas dipengaruhi pula oleh pertumbuhan jumlah populasi manusia yang selalu bertambah setiap tahun. Kondisi tersebut menjadikan kita membutuhkan suatu sarana untuk melakukan komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Peran itu akan dapat efektif jika ditangani dan dikelola dengan baik. Divisi atau bagian dari organisasi yang tepat untuk melakukan itu adalah humas.

Berkaitan dengan komunikasi yang harus dibangun oleh organisasi dengan masyarakat maka sekolah yang merupakan salah satu organisasi harus juga melakukan kegiatan komunikasi dalam menjalankan organisasinya. Setiap organisasi mempunyai cara sendiri untuk mendapatkan pengakuan citra positif dan mendapatkan popularitas baik secara sadar atau tidak diberikan oleh masyarakat kepada organisasi tersebut. Hal tersebut mendorong dan menimbulkan minat penulis untuk melakukan penelitian dan mengangkat permasalahan komunikasi yang terjadi di lingkungan lembaga pendidikan.

Berbagai tulisan banyak ditemui membahas tentang citra tetapi sebagian besar membicarakan citra perusahaan. Citra perusahaan banyak dibicarakan karena bertujuan dapat menambah keuntungan jika produk yang dihasilkan laku di pasaran. Jika perusahaan menjadi terkenal karena citranya baik dan reputasinya diakui secara nasional maupun internasional maka hal tersebut menjadi nilai yang dapat dijadikan keuntungan dan asset perusahaan.

Keuntungan bagi perusahaan dan produk yang dihasilkan akan laku jika perusahaan memiliki citra positif di mata khalayak. Dengan demikian akan berdampak pada peningkatan keuntungan *revenue*. Berbeda dengan lembaga pendidikan atau sekolah, pembentukan citra tidak ditujukan untuk mencari keuntungan materi tetapi lebih pada kepercayaan masyarakat kepada lembaga yang bersangkutan. Sekolah merupakan sebuah lembaga pembina generasi penerus agar mampu bertahan hidup atau *survive* untuk menyongsong masa yang akan datang.

Universitas Indonesia

Ketertarikan pada pembahasan tentang peran humas, citra sekolah, mutu sekolah dan popularitas didasarkan pada kondisi dunia pendidikan yang saat ini mengalami berbagai tantangan untuk memajukan bangsa dan negara melalui pembentukan intelektual, ketrampilan dan sikap generasi muda penerus bangsa. Dunia pendidikan merupakan lembaga yang netral dari intervensi politik, bisnis dan kepentingan-kepentingan dari sekelompok orang atau golongan. Pendidikan harus dijadikan lembaga yang bersih sehingga dapat melahirkan generasi penerus yang bersih pula. Oleh karenanya negara telah memfasilitasi sekolah-sekolah khususnya sekolah berstatus negeri dengan kriteria penilaian setiap kurun waktu tertentu dengan standar penilaian melalui proses penilaian keseluruhan komponen sekolah dan standar minimal yang harus dipenuhi sekolah. Penilaian tersebut dikenal dengan nama akreditasi.

Akreditasi yang diperoleh sekolah mencerminkan profil sekolah yang bersangkutan. Saat ini telah sekolah telah memiliki otonomi dan menyebabkan perbedaan-perbedaan pada beberapa ketentuan sehingga sekolah yang satu dengan sekolah yang lain memiliki program keunggulan lokal yang menjadi ciri khas serta nilai jual sekolah. Tentunya hal tersebut menjadi penilaian tersendiri dari masyarakat yang menjadi publik sekolah. Publik atau khalayak bagi lembaga pendidikan atau sekolah adalah orang tua siswa, siswa di sekolah menengah pertama atau jenjang sebelumnya yang berkemungkinan masuk menjadi anggota di sekolah menengah atas.

Meskipun demikian untuk memulai pembahasan kepada konsep peran humas, citra lembaga pendidikan, mutu pendidikan dan popularitas sekolah maka pembahasan yang umum tentang citra perusahaan dapat menjadi pengantar. Secara umum banyak literatur membahas tentang organisasi perusahaan yang memiliki kegiatan bernilai komersial seperti perusahaan penghasil produk barang atau jasa. Sebagai bahan pemahaman tentang citra organisasi dikutipkan pendapat dari salah satu tokoh tentang citra perusahaan. Beliau menyatakan bahwa, "*corporate image is the total impression (beliefs and feelings) and entity (an organization, country or brand) makes on minds of people*". Grahame R. Dowling (1994. p. 8). Dari

Universitas Indonesia

pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa citra merupakan seluruh atau sekumpulan kepercayaan dan perasaan tentang suatu organisasi juga meliputi identitas dari organisasi yang dapat diingat oleh khalayak atau masyarakat. Citra organisasi ini dapat dikatakan sebagai persepsi masyarakat melalui proses pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat terhadap organisasi atau perusahaan, sehingga seluruh aspek dan fasilitas yang dimiliki organisasi/perusahaan serta layanan yang disampaikan karyawan kepada konsumen/khalayak dapat mempengaruhi persepsi konsumen atau khalayak terhadap pembentukan citra organisasi.

Dampak dari citra sekolah salah satunya adalah popularitas dari lembaga tersebut. Berkaitan dengan lembaga pendidikan maka kegiatan komunikasi juga digunakan oleh lembaga atau organisasi pendidikan dalam upaya membentuk citra sekolah. Citra sekolah yang positif adalah menjadi salah satu suatu organisasi agar *eksis* dalam komunitas pendidikan. Citra positif ini dapat terwujud dalam berbagai bentuk dukungan dari publik eksternal kepada suatu organisasi. Adapun yang dimaksud dengan publik adalah sekelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal. (Frank Jeffkins, 2002. p. 80).

Banyak hal dapat mempengaruhi penilaian masyarakat kepada lembaga pendidikan ini. Begitu juga dengan pihak sekolah berbagai cara digunakan untuk dapat menunjukkan dan mendapatkan citra positif di mata khalayak.

Selain pencapaian citra maka khalayak juga memberikan penilaian pada hal-hal lain dalam kehidupan sekolah di antaranya adalah mutu sekolah. Berdasarkan pemikiran dan tulisan dari Edward Sallis, Sudarwan Danim. (2006) terdapat 13 ciri sekolah bermutu. Menjadi sekolah bermutu bukanlah hal yang mudah. Pencapaian mutu sekolah membutuhkan proses secara bertahap apalagi bagi sekolah yang semula belum memenuhi sebagian besar kriteria tersebut. Proses menjadi sekolah bermutu harus diawali dengan perencanaan, strategi, taktik dan langkah-langkah pencapaian serta evaluasinya. Oleh karenanya penyelenggaraan pendidikan

Universitas Indonesia

di sekolah-sekolah formal memiliki acuan yaitu dalam bentuk peraturan yang dikeluarkan oleh presiden maupun peraturan operasional lain yang dikeluarkan oleh menteri maupun dinas di bawahnya. Peraturan tersebut harus diimplemmentasikan kepada masing-masing bidang dalam sekolah sesuai dengan fungsi dan perannya.

Peran masing-masing bidangpun memiliki pengaruh dalam meningkatkan mutu pendidikan dan bermuara pada pencitraan dan tentunya popularitas sekolah. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Iskandar Agung seorang staf peneliti Puslit Balitbang Dikbud dengan judul Pengelolaan sekolah dan upaya peningkatan mutu pendidikan yang dimuat dalam Forum Pengawasan No.15 tahun IV, 1991. Beliau menyatakan bahwa upaya peningkatan mutu dapat diupayakan dengan melihat dan meningkatkan sistem pengelolaan dari sekolah yang bersangkutan. Sistem pengelolaan sekolah merupakan suatu siklus yang selalu berputar dan tidak pernah berhenti. Implikasinya peningkatan mutu pendidikan baik berupa input instrumental, sarana prasarana, fasilitas belajar, maupun hasil belajar siswa. Peranan kepala sekolah merupakan hal penting dalam mengelola program pengajaran, kesiswaan, dan kegiatan-kegiatan lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi proses belajar mengajar. Kepala sekolah berfungsi sebagai pengawas dan pelaksana penilaian serta manajer dari segala kegiatan pendidikan yang ada.

Peraturan tersebut memuat salah satunya tentang sistem pendidikan serta kurikulum yang digunakan sebagai acuan baku. Pelaksanaan pendidikan di lembaga-lembaga pendidikan tersebut didasarkan pada kurikulum yang sudah ditetapkan oleh negara dan diimplementasikan ke dalam tingkat satuan pendidikan.

Ada beberapa hal yang menjadi dasar penilaian mutu sekolah dan berdampak pada pembentukan citra sekolah yaitu faktor kepemimpinan kepala sekolah, kemampuan mengajar guru, status sosial ekonomi orang tua, status akademik siswa dan fasilitas belajar siswa. Pernyataan tersebut didasarkan juga pada penelitian yang telah dilakukan oleh Jamaluddin dengan judul Faktor-faktor yang berhubungan langsung dan tidak langsung

Universitas Indonesia

dengan mutu lulusan SMU yang dirilis dalam Jurnal Ilmu Pendidikan 10 (2) Juni 2003. Penelitian yang beliau lakukan hasilnya adalah terdapat hubungan yang signifikan secara bersama antara variabel kepemimpinan kepala sekolah, kemampuan mengajar guru, status sosial ekonomi orang tua, status akademik siswa dan fasilitas belajar siswa terhadap variabel motivasi belajar siswa. Sedangkan penemuan lain juga terdapat beberapa faktor yang menyatakan terdapat hubungan signifikan dengan mutu lulusan yaitu kepemimpinan kepala sekolah, kemampuan mengajar guru, besarnya NEM ketika lulus SLTP dan motivasi belajar siswa.

Sebagai upaya agar sekolah dapat dikenal oleh masyarakat maka posisi dan peran humas sekolah untuk melakukan promosi menjadi sesuatu hal yang penting. Upaya promosi ini dalam ilmu komunikasi dikenal dengan istilah *PR Programming and communication*. Setiap sekolah harus memiliki *PR Programming and communication*. Sebagai upaya mencapai *corporate image* yang baik dalam pandangan masyarakat maka hal yang harus dimiliki dan dipromosikan oleh sekolah berikutnya adalah berbagai fasilitas sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat untuk dapat mengenal secara fisik. Selain fisik maka faktor lain yang harus dimiliki sekolah adalah Kurikulum.

Kurikulum yaitu seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi dan bahan pelajaran serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu. (UU Sisdiknas No. 20 tahun 2003). Tujuan tertentu ini meliputi tujuan pendidikan nasional serta kesesuaian dengan kekhasan, kondisi dan potensi daerah, satuan pendidikan dan peserta didik. Oleh sebab itu kurikulum disusun oleh satuan pendidikan untuk memungkinkan penyesuaian program pendidikan dengan kebutuhan dan potensi yang ada di daerah.

Kesesuaian kurikulum dengan potensi daerah diupayakan untuk mencapai tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan dalam Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP). Penyusunan kurikulum pada tingkat satuan pendidikan jenjang pendidikan dasar dan menengah berpedoman pada panduan yang disusun oleh BSNP. (Pasal 16 PP tentang Standar Nasional

Universitas Indonesia

Pendidikan (SNP) No. 19 tahun 2005). Kurikulum juga seharusnya memuat tentang sistem komunikasi baik kepada publik internal maupun eksternal. Berkaitan dengan kegiatan komunikasi maka sekolah merupakan satu kesatuan manusia yang saling berinteraksi. Setiap anggota organisasi memiliki fungsi dan tugasnya masing-masing. Tugas dan fungsi masing-masing bagian digambarkan dalam struktur organisasi. Selain itu tugas dan fungsi masing-masing bagian juga termuat dalam kurikulum di setiap satuan pendidikan atau sekolah. Pengembangan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) juga berkemungkinan berbeda antara satu sekolah dengan sekolah lainnya. Meskipun demikian penyusunan KTSP tetap mengacu pada standar nasional pendidikan untuk menjamin pencapaian tujuan pendidikan sesuai dengan standar nasional pendidikan.

Salah satu komponen yang termuat dalam KTSP itu adalah dicantulkannya struktur organisasi. Struktur organisasi di sekolah umumnya meliputi empat komponen yaitu 1). memberi gambaran tentang pembagian tugas dan tanggung jawab, 2). memberi gambaran tentang hubungan pelaporan, 3). menetapkan pengelompokan individu ke dalam bagian-bagian, 4). dan menetapkan sistem hubungan dalam organisasi yang memungkinkan tercapainya komunikasi, koordinasi dan pengintegrasian seluruh kegiatan organisasi. (S B Hari Lubis & Martani Huseini, 1987, p. 120-121).

Sebagai sebuah organisasi yang memiliki lingkungan cukup stabil maka lembaga pendidikan atau sekolah umumnya menerapkan sistem struktur fungsional dalam pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing pegawai. Penyelenggaraan jabatan-jabatan dalam organisasi sekolah mengacu pada kebutuhan saat ini. Pada tingkatan sekolah menengah atas umumnya memiliki empat jabatan dan dilakukan secara fungsional berdasarkan fungsi kerja yaitu fungsi akademis dilaksanakan oleh bidang kurikulum, fungsi aktivitas dan kreatifitas siswa di laksanakan oleh bidang kesiswaan, fungsi pengadaan dan fasilitas dilaksanakan oleh bidang sarana dan prasarana, dan fungsi *public relations* dilaksanakan oleh bidang humas.

Universitas Indonesia

Berkaitan dengan komponen komunikasi maka fungsi komunikasi meliputi tiga hal utama menurut Myers (1982), yaitu 1). Membantu mempertemukan objective organisasi dengan peraturan dan hasil, 2). Komunikasi untuk mengadaptasi perubahan dan inovasi, 3). Membantu fungsi sosial kemasyarakatan untuk mewujudkan tujuan-tujuan.

Berfokus pada fungsi *public relations* maka bidang humaslah yang paling berperan untuk melakukan kegiatan tersebut. Meskipun istilah *public relations* sulit untuk didefinisikan tetapi secara praktis untuk memahami *public relations* dapat di lihat dari fungsinya. *Public relation (PR)* itu berbeda dengan publikasi. PR itu sendiri memiliki fungsi manajemen sedangkan publikasi periklanan adalah fungsi pemasaran. Selain itu PR dapat diartikan pula dari menyimpulkan tentang hal apa yang harus dilakukan oleh para pelaku *public relation* yaitu mempengaruhi opini publik, berfokus pada komunikasi dan memiliki fungsi manajemen. (Joseph R. Dominick, 2009, p. 318).

Sebagaimana peran humas dalam suatu organisasi maka hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Meilyna Diah Anggraini, Cristina Rochayanti dan Edwi Arief Sosiawan yang dimuat dalam Jurnal yang terbitkan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta p. 145-152 dengan judul "Peran humas Pemerintah Kabupaten Sragen dalam Pengelolaan Isi Informasi Website Pemda sebagai *Media Communication Relations* dengan Masyarakat." Penelitian tersebut membuktikan bahwa humas memiliki peran dalam urusan komunikasi suatu organisasi, salah satunya dalam pemerintahan kabupaten Sragen khususnya dalam pengelolaan isi informasi website Pemda. Hal ini sesuai dengan salah satu perannya yaitu sebagai *media communication relations* dengan masyarakat. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa humas memiliki peranan dan wewenang dalam pengelolaan website karena humaslah yang memiliki tugas penting dalam proses pengelolaan isi informasi yang dimuat dalam website.

Dikaitkan dengan organisasi sekolah maka humas juga memiliki peran untuk melakukan promosi sekolah. Promosi tersebut dijadikan media untuk menyampaikan peningkatan kualitas organisasi dan akhirnya

Universitas Indonesia

menghasilkan citra sekolah. Tetapi terkadang sekolah kurang aktif dalam melakukan promosi sehingga kurang diminati dan berimbas pada pembentukan citra juga popularitas sekolah.

Sepengetahuan penulis terkadang humas di sekolah-sekolah hanya menjalankan fungsi administratif saja seperti membuat undangan dan menyebarkan informasi atau tidak lebih dari fungsi papan pengumuman saja. Padahal fungsi humas tidak hanya itu, selain menjalankan fungsi komunikasi kepada publik internal bahkan humas memiliki fungsi utama untuk menjalin hubungan dengan publik internal atau instansi lain dalam rangka membangun citra positif lembaga. Kualitas dan pembentukan citra sekolah dapat diketahui dari penilaian lembaga yang berwenang dan juga masyarakat.

Humas dalam sekolah memiliki kewajiban untuk menunjang kegiatan komunikasi baik antara publik internal dengan eksternal. Para pekerja PR di bidang pendidikan baik di jenjang pendidikan dasar dan pendidikan yang lebih tinggi umumnya berfokus pada pengadaan fasilitas komunikasi bagi orang tua dan pendidik. Di beberapa sistem sekolah personil PR juga menangani hubungan dengan *sekolah board, local* dan lembaga legislatif. Oleh karenanya pekerjaan praktisi PR pendidikan tidak sebanyak praktisi PR perusahaan, tetapi inti pekerjaan mereka sama sebagaimana praktisi PR diperusahaan atau organisasi. (Joseph R. Dominick, p. 325).

Sejauh pengamatan penulis dalam keseharian sebagai pengajar ternyata di sekolah yang memiliki divisi humas, belum melaksanakan peran humas secara maksimal. Bahkan secara umum di sekolah menengah kurang memaksimalkan keberadaan divisi humas bahkan ada sekolah yang tidak memiliki divisi atau bidang humas tu sendiri. Pemilihan penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui, mencari data dan menguji apakah humas berperan dalam meningkatkan image sekolah yang kemudian beimbab pada popularitas sekolah di mata khalayak. Selain itu hasil yang diharapkan dari penelitian ini juga untuk meningkatkan kepedulian sekolah pada bidang kehumasan. Sehingga sekolah berupaya memberdayakan bidang humas

Universitas Indonesia

untuk menjalankan fungsi dan perannya sebagai *Public Relation* secara maksimal. Jika hal tersebut dijalankan maka peningkatan image sekolah tentunya akan menjadi lebih baik

Hal yang menarik minat untuk diangkat dalam penulisan ini didasarkan pada pengetahuan penulis yang sangat terbatas tentang kurangnya pembahasan humas di lembaga pendidikan. Bagaimana spesifikasi humas sekolah yang seharusnya? Berbeda dengan humas di perusahaan yang mempunyai tujuan mencari keuntungan maka apakah humas dengan perannya memiliki kontribusi terhadap lembaga? Perlukan humas dalam lembaga pendidikan. Apakah keberadaan humas dalam suatu organisasi yang memiliki banyak peranan penting khususnya dalam menyelenggarakan kegiatan-kegiatan atau *event-event* yang memiliki dampak positif terhadap pembentukan citra organisasi di masyarakat. Apakah popularitas mendapat kontribusi dari peran humas, citra, dan mutu sekolah?!

1.2. Perumusan Permasalahan

Tuntutan yang mengikuti perkembangan dunia pendidikan dalam era keterbukaan teknologi dan informasi menjadikan pendidikan di Indonesia membutuhkan fungsi komunikasi yang dijalankan humas. Humas perlu mendapat banyak masukan dan bantuan. Di sisi lain humas akan menghadapi tekanan dari berbagai media yang dapat mengekspos kondisi suatu lembaga pendidikan dan menimbulkan krisis organisasi. Semua kegiatan sekolah dapat dikelola melalui berbagai kegiatan dan dukungan humas sekolah. Pada situasi seperti ini peran humas sangat dibutuhkan oleh suatu organisasi untuk menangani hal-hal yang terjadi di lingkungan organisasi atau sekolah.

Beberapa persoalan sekolah sering ditemukan seperti pungutan dana di sekolah-sekolah, kondisi fisik dan fasilitas sekolah yang kurang memadai, tingkat kelulusan bagi siswa didik yang rendah dalam ujian nasional dan ujian sekolah, kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh oknum-oknum tertentu. Hal-hal tersebut selalu menarik perhatian banyak orang sepanjang

Universitas Indonesia

masa. Hal itu terjadi karena sekolah disorot sebagai sebuah lembaga pembentuk subjek penerus pembangunan bangsa yang akan menentukan arah pembangunan negara, peradaban manusia di masa mendatang. Maju mundurnya, besar kecilnya reputasi sebuah bangsa dipengaruhi juga oleh manusia hasil produk sekolah. Maka ketika banyak persoalan yang dialami oleh lembaga pendidikan maka berbagai pihak seperti pemerintah, partai politik, masyarakat, organisasi sosial, lembaga swa daya masyarakat, media massa, dan orang tua siswa juga ikut terlibat di dalamnya.

Tantangan bagi sekolah cukup banyak dalam menjaga citranya sebagai lembaga pendidikan yang membawa visi dan misi sekolah. Sayangnya ada sekolah yang kurang peduli dengan pentingnya membangun citra positif lembaganya, terlebih bagi sekolah Negeri. Terkadang meskipun citranya kurang baik siswa baru tetap mendatangi sekolah tersebut. Tetapi sekolah yang sudah memiliki citra positif akan terus bertahan misalnya sekolah menengah negeri 8 Jakarta merupakan sekolah tingkatan SMA yang terpopuler di Jakarta. Sekolah menengah atas negeri ini telah memiliki citra akademisi yang gemilang. Data tersebut diekspos dalam situs <http://www.studihuarnegeri.com> yang di dalamnya mencantumkan dan membahas lima sekolah menengah atas yang terpopuler di khalayak wilayah DKI Jakarta. Sekolah tersebut adalah SMA Negeri 8, SMA Negeri 28, SMA Negeri 70, SMA Negeri 68, SMA Negeri 34. Mengapa lima sekolah ini menjadi begitu populer padahal ada 117 sekolah negeri di DKI Jakarta ini?. Faktor apakah yang menjadi penyebab mereka begitu populer?.

Memperkuat survey tersebut maka dikutipkan data hasil ujian nasional tahun 2010 yang dapat pula di down load dari <http://www.kemdiknas.go.id> dan diperoleh data bahwa tingkat kelulusan SMA Negeri di DKI Jakarta menurun kini menjadi 91.42%. Hasil kelulusan ini pun menjadi pertimbangan yang dapat menentukan citra sekolah.

Kemudian berdasarkan data hasil ujian nasional tahun pelajaran 2009-2010 diperoleh data bahwa SMA Negeri 8 perolehan nilai UAN tahun 2009-2010 mendapat peringkat I untuk bidang IPA dan 2 untuk bidang IPS, SMA Negeri 28 mendapat peringkat 4 untuk bidang IPA dan 5 untuk

Universitas Indonesia

bidang IPS , SMA Negeri 70 mendapat peringkat 16 untuk bidang IPA dan 21 untuk bidang IPS, SMA Negeri 68 mendapat peringkat 9 untuk bidang IPA dan 9 untuk bidang IPS, SMA Negeri 34 mendapat peringkat 7 untuk bidang IPA dan 4 untuk bidang IPS. (Pusat Penilaian Pendidikan, Badan Penelitian dan Pengembangan Kementrian Pendidikan Nasional, 2010).

Selain itu akreditasi yang diperoleh oleh sekolah menjadi pertimbangan memilih sekolah. Beberapa sekolah di DKI Jakarta seperti SMA Negeri 8, SMA Negeri 28 , SMA Negeri 70, SMA Negeri 68, SMA Negeri 34 masing-masing ber Akreditasi A. Begitu juga dengan lokasi sekolah terkadang menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan sekolah pilihan dan menjadi prioritas. Fasilitas yang berupa fisik gedung maupun sarana sekolah merupakan daya tarik. Fasilitas biasanya dihubungkan dalam pemenuhan suatu prasarana umum yang terdapat dalam suatu perusahaan-perusahaan ataupun organisasi tertentu

Berkaitan dengan peran humas dalam lembaga pendidikan pada kenyataan masih kurang diberdayakan oleh lembaga sekolah untuk mendapatkan apresiasi dari orang tua dan calon siswa agar sekolahnya menjadi populer dan sepopuler dengan lima sekolah yang telah disebutkan terdahulu. Keberadaan lima sekolah tersebut sama saja dengan sekolah negeri lainnya baik dalam standar nasional pendidikan dan status negerinya. Oleh karenanya peran humas menjadi penting untuk mengangkat dan menginformasikan segala hal yang penting tentang sekolahnya. Pada kenyataan banyak sekolah memiliki humas tetapi perannya tidak maksimal. Bahkan banyak sekolah yang berada di bawah naungan pemerintah, mulai dari level sekolah dasar sampai sekolah menengah atas tidak terlalu fokus pada promosi sekolah karena memiliki pola pikir bahwa sekolah tetap akan mendapatkan murid meskipun tidak melakukan promosi. Berbeda dengan level universitas, yang telah memiliki staf atau petugas sendiri untuk bagian humas atau PR. Keberadaan humas di lembaga pendidikan bekerja keras untuk melanjutkan eksistensi sekolahnya agar dapat diakui keberadaannya di masyarakat.

Peran humas dalam suatu lembaga pendidikan dapat terlaksana jika ada keinginan dari lembaga tersebut untuk sadar akan fungsinya dalam hal kehumasan. Merealisasikan hal tersebut banyak yang harus dilakukan oleh humas dalam suatu lembaga pendidikan. Humas harus dapat memelihara hubungan dengan publik eksternal yang juga mutlak dan perlu dijalin dan dikembangkan. Oleh karena itu sangat tepat kalau humas sekolah menjadi salah satu media untuk mensosialisasikan dan “menjual sekolah atau lembaga pendidikan” kepada masyarakat sebagai publik eksternal, sehingga paling tidak keberadaan sekolah bisa terdengar dan akhirnya diakui oleh masyarakat. Jika berita yang diperoleh publik eksternal adalah positif maka masyarakat akan semakin banyak mengetahui keberadaan sekolah. Keadaan itu tentu akan berimbas positif pada saat akan melaksanakan Penerimaan Siswa Baru di sekolah tersebut.

Begitu pula jika humas mampu menjalankan perannya sesuai dengan konsep keilmuan yang berkembang dalam ilmu komunikasi maka sekolah tentu memiliki citra positif di setiap pemikiran publik eksternal dan berdampak pada popularitas dan diakui keberadaannya sehingga reputasi sekolah dapat dicapai sesuai dengan harapan baik secara internal dan eksternal.

Oleh karena beberapa keterbatasan yang dimiliki maka penulis memfokuskan penelitian hanya pada pandangan atau sikap siswa SMP tentang peran humas, citra sekolah, mutu pendidikan terhadap popularitas sekolah.

Pemilihan dan pembatasan sekolah sampel dan lokasi penelitian ditentukan berdasarkan pertimbangan agar penelitian terfokus dan lebih mempertajam penelitian serta analisa. Sasarannya adalah siswa sekolah menengah pertama negeri terhadap sekolah menengah atas negeri yang di nilai populer di wilayah Jakarta di wilayah DKI Jakarta. Pertimbangannya adalah didasarkan pada hasil survey melalui salah satu situs internet diperkuat dengan data dari Dinas Dikmenti Provinsi DKI Jakarta serta beberapa teori komunikasi organisasi, teori sosial dan konsep-konsep pendukung yang akan di bahas pada bab 2.

Universitas Indonesia

Pertimbangan lain atas pemilihan sekolah dan lokasi ini juga didasarkan pada pertimbangan kesesuaian dengankerangka teoritis, kebutuhan, penerimaan dan izin penelitian atas sekolah untuk menjadi objek dan sampel penelitian

Berdasarkan pembatasan masalah maka perumusan masalah yang akan diteliti adalah :

1. Adakah kontribusi peran humas sekolah dalam membentuk popularitas di sekolah menengah atas?
2. Seberapa kontribusi citra lembaga sekolah terhadap popularitas di sekolah menengah atas?
3. Seberapa kontribusi mutu sekolah terhadap popularitas di sekolah menengah atas?
4. Seberapa kontribusi peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah terhadap popularitas di sekolah menengah atas?

1.3. Tujuan penelitian

Sesuai dengan pokok dan pembatasan permasalahan yang telah dikemukakan maka tujuan penelitian ini secara singkat adalah untuk mengetahui tentang:

1. Kontribusi peran humas sekolah dalam membentuk popularitas di sekolah menengah atas.
2. Kontribusi citra postif sekolah terhadap popularitas di sekolah menengah atas.
3. Kontribusi mutu sekolah terhadap popularitas di sekolah menengah atas.
4. Kontribusi peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah terhadap popularitas di sekolah menengah atas?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Signifikansi akademis : hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya khasanah dan perkembangan ilmu komunikasi, khususnya yang terkait dengan teori-teori komunikasi organisasi serta

Universitas Indonesia

public relation dan dapat memberikan contoh suatu kajian ilmiah yang komprehensif bagi penelitian yang terkait dengan citra organisasi atau lembaga khususnya di lembaga pendidikan atau sekolah.

2. Signifikansi praktis: hasil penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran dan penambah wawasan bagi sekolah-sekolah menengah atas dalam menjalankan peran humas terkait dengan dalam upaya mencapai citra positif lembaga, dan mutu dalam mendapatkan popularitas sekolah.



BAB 2

KERANGKA KONSEP

2.1. Kajian Teoritis

Penulisan ini berangkat dari keingintahuan atas program pelaksanaan atau praktik komunikasi dalam organisasi. Berdasarkan pada pemikiran Alan T. Belasen dengan teori dan praktik CVFCC maka akan dibahas beberapa teori sebagai acuan berpikir penulis.

2.1.1. *Competing Values Framework of Corporate Communication (CVFCC)*

CVFCC menyatakan bahwa *Competing Values Framework of Corporate Communication (CVFCC)* merupakan salah satu pendekatan teoritis yang dipraktikkan dalam mengelola Komunikasi Perusahaan. Pandangan yang lebih lengkap dan lebih koheren tentang komunikasi korporat di mana interaksi dinamis dari orientasi pesan komplementer dan sering bersaing terjadi terdapat dalam berbagai tulisannya.

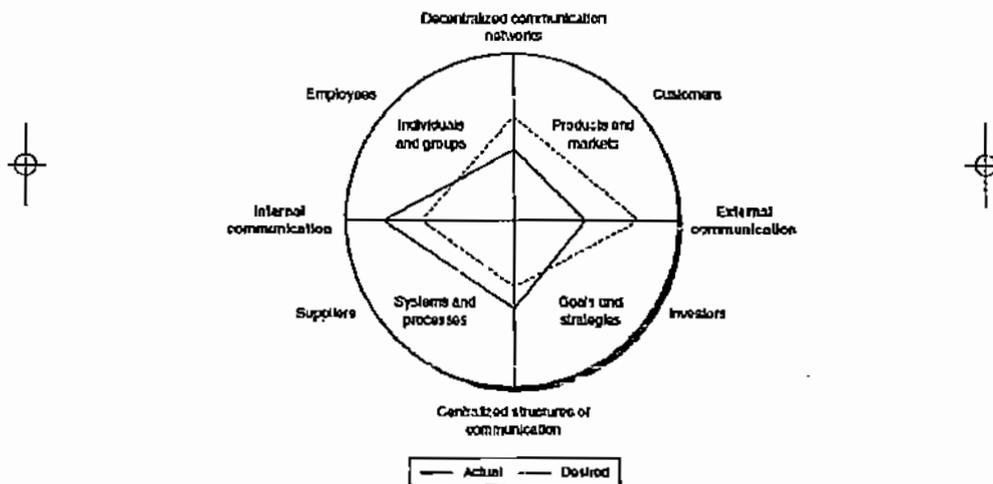
Menurut pendekatan ini merupakan pendekatan praktis pengelolaan komunikasi perusahaan yang memungkinkan eksekutif komunikasi perusahaan dan profesional untuk bekerja di bawah beban harapan-harapan yang saling bertentangan dan terkadang berasal dari konstituen yang beraneka ragam. Menanggapi harapan ini sangat penting untuk membangun identitas yang kuat dan mempertahankan citra organisasi yang kredibel. CVFCC membawa komunikasi perusahaan secara keseluruhan dan seluruh bagian yang meliputi komunikasi pemasaran, komunikasi keuangan, komunikasi organisasi, komunikasi manajemen.

CVFCC ini menyatakan bahwa *Competing Values Framework of Corporate Communication (CVFCC)*, menempatkan bahwa *stakeholders* memiliki peranan penting dalam mempengaruhi komunikasi perusahaan yang dibangun dari berbagai unsur. Komunikasi yang terjalin antara *stakeholders* dalam menunjang organisasi untuk mencapai tujuannya. Hal

Universitas Indonesia

ini menggambarkan bahwa yang termasuk komunikasi terhadap stakeholder terdiri atas dua sasaran yaitu *Internal communication* dan *eksternal communication*. (Alan T. Belasen, 2008, p. 179 - 194)

Berkaitan dengan dukungan eksternal maka pola komunikasi CVFCC dapat diketahui dalam gambar berikut ini:



Gambar 1: *Competing Values Framework for Corporate Communication: Actual and Desired Profiles*

Sumber: *Belasen, The Theory and Practice of Corporate: A Competing Values Perspective p. 194.*

Internal communication ditujukan kepada pegawai, karyawan, sistem serta proses dalam organisasi. Mereka semua harus diberikan penguatan melalui berbagai cara tentang visi, misi, tujuan dan *objective* organisasi baik melalui proses sosialisasi, publikasi, kampanye, dan berbagai kegiatan lain. Yang dimaksud dengan publik bagi suatu perusahaan terdiri atas dua yaitu publik internal dan publik eksternal.

Publik internal adalah para karyawan, satpam penerima telepon, supervisor, klerk, manajer, para pemegang saham dan sebagainya sedangkan publik eksternal adalah mereka yang berkepentingan terhadap perusahaan dan berada di luar perusahaan. Misalnya

Universitas Indonesia

penyalur, pemasok, bank, pemerintah, komunitas dan pers.” (Rhenald Kasali, 2006, p. 11)

Kedua publik ini harus dikelola dan dimanaje dalam segala hal untuk dapat bersama-sama menjalankan aktifitas mewujudkan goal perusahaan. Kesemuanya ini khusus dalam hal pengelolaan komunikasi dilakukan oleh divisi kehumasan. Kondisi ini menyebabkan *stakeholders* mampu menjalankan dengan benar apa yang diakukan dan menjadi arah perjalanan pekerjaan atau aktivitas mereka sehari-hari dalam mencapai tujuan organisasi.

Adapun yang dimaksud dengan stakeholder adalah “ setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan”. (Rhenald Kasali, 2006, p. 63). Jika upaya penguatan tentang visi, Missi, dan tujuan perusahaan melalui kegiatan komunikasi terhadap public internal dan kepada stakeholder ini telah dipenuhi secara maksimal maka identitas atas organisasi menjadi kuat. Hal ini menjadi dasar bagi organisasi untuk membangun dan mengembangkan citra positif organisasi.

Sedangkan komunikasi eksternal ditujukan kepada *external public* melalui hasil atau produk dari organisasi. Komunikasi eksternal ini juga merupakan unsur yang memiliki pengaruh cukup kuat dalam membentuk citra organisasi. Jika produk yang dihasilkan baik, maka citra akan positif, dan sebaliknya jika produk yang dihasilkan berkualitas buruk maka akan berakibat citra organisasi menjadi negatif.

Kedua macam komunikasi kepada *stakeholders* ini didukung oleh dua sistem jaringan atau network. Pertama, dalam hal fleksibilitas aktifitas organisasi menggunakan sistem network desentralisasi. Sistem desentralisasi ini memungkinkan semua unsur menjalankan tugas dan koneksi organisasi dengan berbagai sumber. Sehingga mampu mengembangkan kemampuan inovasi dan kreativitas dalam upaya memajukan organisasi. Kedua, dalam melakukan pengawasan atas jalannya komunikasi pesan-pesan tersebut dilaksanakan dengan sistem

sentralisasi network yang menjadikan proses evaluasi program terdapat pada satu sumber atau terpusat dalam upaya mengevaluasi ketercapaian tujuan, *goal dan objective* dari organisasi secara maksimal.

Pembentukan citra organisasi erat kaitannya dengan kemampuan pemimpin dalam menyelesaikan peran organisasinya, baik secara individual maupun tim yang dipengaruhi oleh praktek berorganisasi dan manajemen waktu. Praktek organisasi terdiri dari beberapa kegiatan seperti merancang job design, menyusun sistem pemberian *reward*, program komunikasi dan pengambilan keputusan. Sedangkan manajemen waktu meliputi perencanaan dan perubahan dalam mengelola sumberdaya baik berupa materi, modal dan SDM. Sebagai upaya untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif, digunakan beberapa strategi yaitu mencakup penyampaian perintah, informasi, berita dan laporan, serta menjalin hubungan dengan orang. Hal ini tentunya erat dengan penguasaan identitas diri dan organisasi yang mencakup aspek dalam-bentuk fisik dan non fisik.

Peran Humas (hubungan masyarakat) di sekolah sebenarnya bisa membantu menetralsir persoalan sekolah. Sesuai tugasnya, humas memiliki peran ganda dalam kinerjanya yaitu fungsi internal dan eksternal. Kegiatan humas internal lebih kepada membangun komunikasi dan distribusi informasi ke dalam personal di lembaganya. Sementara fungsi eksternal humas lebih bersentuhan dengan pihak luar, khususnya yang berkompeten. (M. Linggar Anggoro, 2001), Departemen Pendidikan Nasional pernah mengeluarkan pembagian tugas (*job description*) humas di sekolah dalam sebuah buku panduan. Pembagian tugas tersebut meliputi bidang internal dan eksternal.

Pembagian tugas humas eksternal seperti membina, mengatur dan mengembangkan hubungan dengan komite sekolah, membina pengembangan antara sekolah dengan lembaga pemerintahan, dunia usaha dan lembaga sosial lainnya. Selain itu humas berperan juga untuk menjalin komunikasi dengan pihak eksternal sekolah.

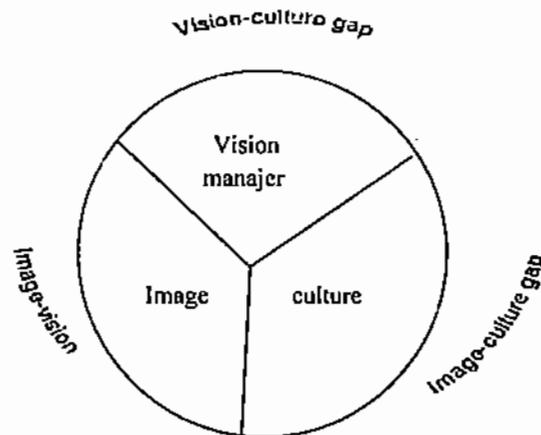
Humas memiliki peran yang sesuai dengan tugas dan fungsinya yaitu bagaimana membangun komunikasi dan membangun persepsi positif kepada stakeholders pendidikan dari persepsi negatif menjadi positif. Membangun sikap antipati menjadi simpati, sikap kecurigaan berubah penerimaan, dari masa bodoh bergeser pada minat dan dari sikap lalai menjadi pengertian. Tugas yang paling berat dihadapi humas sekolah adalah dalam menjalankan fungsi kerja eksternalnya. Pekerjaan humas tidak bisa dibatasi oleh ruang dan waktu. Kapan pun dan dimanapun jika ada yang perlu dijelaskan, diklarifikasi hingga pada saat diminta keterangan tentang segala sesuatu seputar sekolah maka humas harus siap sedia. Oleh karena itu humas harus memiliki peran secara nyata dalam upaya memperkenalkan sekolah. Perwujudan peran nyata humas sekolah ini adalah dengan adanya berbagai program yang sudah direncanakan pada setiap awal tahun pelajaran dalam komitmen raker organisasi.

Tujuan utama penciptaan pengertian kepada publik adalah mengubah hal negatif yang diproyeksikan masyarakat menjadi hal yang positif. Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar berbagai cerminan yaitu dapat berwujud *hostility*, *prejudice*, *apathy*, atau *ignorance*. Sedangkan melalui pengertian kepada publik organisasi berusaha merubahnya menjadi perwujudan sikap *sympathy*, *acceptance*, *interest* dan *knowledge*. Sehubungan dengan hal tersebut terdapat beberapa perangkat untuk membangun komunitas dan kekuatan komunikasi dalam organisasi. Perangkat tersebut dikenal dengan istilah " *toolkit to assess the alignment between vision culture and image*". Perangkat ini menjadi acuan untuk melaksanakan komunikasi dalam organisasi. Pelaksanaan kegiatan dalam suatu organisasi tidak selalu berada dalam kondisi nyaman, aman dan lancar tetapi terkadang diwarnai atau bahkan dipenuhi dengan kendala. Begitu juga dengan proses komunikasinya

Pada gambar 2 berikut ini akan memperlihatkan bahwa mungkin saja terdapat gap atau kesenjangan yang akan terjadi di antara masing-masing element. Kesenjangan itu dapat terjadi jika diantara ketiga elemen

tidak ada sinergi dan kesinambungan dalam pengelolaan sebuah organisasi. Apabila dalam organisasi terjadi gap atau kesenjangan maka akan berpengaruh pada jalannya suatu organisasi. Menurut beliau terdapat tiga elemen dalam penyelenggaraan komunikasi organisasi yaitu terdiri dari visi (*vision*), budaya (*culture*) and citra (*image*). Visi (*vision*) merupakan aspirasi yang diusulkan oleh seorang senior manajer kepada organisasi, budaya (*culture*) yaitu nilai-nilai yang dirasakan dan dimiliki oleh karyawan dalam suatu organisasi, dan citra (*image*) adalah kesan, tanggapan dari khalayak atau para pendukung di luar organisasi terhadap organisasi. (Joep Cornelissen, 2008, p.71-76). Sebagaimana terlihat dalam gambar berikut ini:

Corporate Identity, Image and Reputation



Toolkit to assess the alignment between vision, culture and image

Gambar 2: Sumber : (Cornelissen, Joep. P.71-72).

Kesenjangan atau gap yang terjadi diantara visi, culture dan image akan mempengaruhi kinerja organisasi. Oleh karenanya bidang humas ini

harus mampu mendeteksi dan meminimalisir terjadinya kesenjangan diantara ketiganya melalui pengembangan dan pemeliharaan komunikasi baik internal maupun eksternal. Humas atau PR dalam sekolah umum memiliki sasaran utama sebagai berikut:

1. meningkatkan pengetahuan tentang isu-isu pendidikan, terutama isu dana untuk menghilangkan misinformasi dan rumor.
2. menjalin hubungan dengan konstituen kunci untuk membangun dukungan publik dan membantu memastikan pendanaan yang memadai termasuk mencari sumbangan jika perlu.
3. mendapatkan penerimaan publik terhadap inisiatif pendidikan dan dukungan publik pada saat melakukan perubahan pendidikan.
4. memperkuat reputasi sekolah dimata audience sasaran Konsep penggunaan PR untuk pendidikan kini semakin berkembang. (Scott M. Cutlip, dkk., 2009, p. 518)

2.1.2. Struktur Fungsional dalam bidang Humas

Struktur adalah merupakan sesuatu hal nyata yang harus ada dalam setiap organisasi. Terdapat enam dimensi yang menjadi dasar dari struktur organisasi yaitu: 1). *spezialitation, or the division labor*, 2). *Standardization of procedures and roles*, 3). *Formalization, in term of written specifications of how actions are to be performed*, 4). *centralization of authority*, 5). *configuration*, 6). *Flexibility*. (Puck, Hickson, et all. dalam Richard H. Hall, 1974, p.72).

Berkaitan dengan struktur organisasi maka kehidupan suatu organisasi harus didukung pula oleh faktor stakeholder. Stakeholder ini dapat dikelompokkan dalam 4 *Group stakeholder*. Grup publik (*group stakeholder*) akan bersinergi dengan suatu perusahaan dengan banyak cara. Fungsi dan jenis grup publik ini antara lain:

1. *Normative group*. Publik ini mempunyai otoritas atas organisasi seperti dalam membuat kebijakan, peraturan, regulasi tertentu ataupun perundang-undangan.
2. *Functional group*. Publik ini melaksanakan operasional day to day dalam suatu perusahaan termasuk di dalamnya adaiah karyawan atau pegawai, union, supplier, distributor dsb.
3. *Costumer group*. Grup ini adalah terpenting dalam public anda. Anda harus bersaing dengan *trust* hingga mampu mengubah dan akhirnya menjadikan mereka pengguna produk atau *brand* anda.
4. *Diffused grup*. Publik yang secara besar melindungi hak-hak orang lain atas produk ataupun perusahaan anda. Misalnya media, komunitas mayarakat sekitar, LSM. Berkaitan dengan internal stakeholders kita akan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi karyawan untuk mampu membangun *corporate image* serta reputasi atas perusahaan dan *brand* anda. (Agung Laksamana, 2010, p. 22-23).

Pada organisasi yang menggunakan struktur fungsional maka kegiatan seluruh tingkatan kelompok diatur sedemikian rupa sehingga kegiatan yang fungsinya sama terkumpul pada suatu bagian. Struktur fungsional cocok untuk suatu organisasi yang memiliki masalah utama ataupun keahlian serta sasaran yang menuntut adanya keahlian fungsional, efisiensi dan mutu pekerjaan yang baik. Struktur fungsional ini cocok digunakan pada lingkungan yang stabil, karena tidak menuntut koordinasi antar bagian yang terlalu tinggi. Struktur fungsional ini juga mampu menurunkan besarnya biaya-biaya yang harus dikeluarkan.

2.1.3. Peran humas, citra positif lembaga, mutu sekolah dan popularitas sekolah

Berdasarkan teori-teori yang diungkapkan di atas maka keberhasilan program kerja suatu organisasi tidak ditentukan begitu saja tetapi dapat di terjadi karena adanya kebersamaan yang selalu berkolaborasi antara berbagai bidang. Begitu juga keberhasilan pencitraan sebuah organisasi

tentu sangat di dukung oleh kekompakan dalam semua unsur dalam organisasi sehingga menjadikannya populer.

Citra positif dan popularitas yang diperoleh suatu organisasi menempatkan posisi humas menjadi penting dalam upaya mewujudkan *goal* tersebut. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh organisasi antara lain:

1. Untuk sasaran publik *internal*. Penanaman tentang rasa bangga terhadap organisasi dan mengenal dengan baik organisasinya merupakan bagian dari tugas humas. Berbagai kegiatan dapat dilakukan kepada publik internal ini baik dalam kegiatan yang bersifat rutin maupun berwujud spontan atau sewaktu-waktu saja misalnya pada saat upacara hari besar nasional.
2. Untuk publik *external*. Berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan dan membangun citra positif organisasi kepada publik eksternal dapat dilakukan melalui pemasangan iklan, open house, pameran pendidikan, pelatihan, seminar membuat brosur dan majalah sekolah.

Berkaitan dengan keberhasilan komunikasi eksternal maupun internal tersebut maka suatu organisasi harus menyusun organisasinya secara sistematis dan terstruktur. Sebagai bahan memperkaya teori komunikasi organisasi Alan T. Belasen dengan CVFCC maka ada salah teori sosiologi yang dapat digunakan keterkaitan dengan hal ini. Penulis mengambil salah satu saja yaitu teori struktur fungsional menurut Talcott Parson. Secara garis besar fakta sosial yang menjadi pusat perhatian sosiologi terdiri atas dua tipe yaitu struktur sosial dan pranata sosial. Menurut teori *fungsional structural*, struktur sosial dan pranata sosial tersebut berada dalam suatu sistem sosial yang berdiri atas bagian-bagian atau elemen-elemen yang saling berkaitan dan menyatu dalam keseimbangan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa teori *fungsional structural* menekankan kepada keteraturan dan mengabaikan konflik dan

Universitas Indonesia

perubahan-perubahan dalam masyarakat. Asumsi dasarnya adalah bahwa setiap struktur dalam sistem sosial, fungsional terhadap yang lain, sebaliknya kalau tidak fungsional maka struktur itu tidak akan ada atau hilang dengan sendirinya.

Tokoh yang menganut dan membahas teori yang membahas struktur fungsional kelembagaan dalam suatu organisasi melalui konsep atau paradigma AGIL adalah Talcott Parson. Paradigma AGIL merupakan bagian dari teori-teori Sosiologi di era modern. Paradigma AGIL adalah teori sistem sosial yang dikembangkan oleh Talcott Parson seorang ahli sosiologi Amerika, pada sekitar tahun 1950-an hingga 1970. Beliau mengembangkan analisis fungsional.

Pandangannya tentang fungsi-fungsi ini meliputi kajian tentang fungsi struktur yang dapat dipecahkan yaitu adaptasi (*adaptation*), pencapaian tujuan (*goal*), integrasi (*integration*) dan pemeliharaan pola (*latency*). Teori AGIL adalah sebagian teori sosial mengenai struktur fungsional yang bertujuan untuk membuat persatuan pada keseluruhan sistem sosial. Paradigma AGIL merupakan akronim dari *Adaptation, Goal Attainment, Integration, dan Latency* atau *latent pattern-maintenance*, secara urutan tidak terdapat skala prioritas antara satu dengan yang lain. Penjelasan mengenai ke empat unsur yang harus berjalan dengan kompak sebagai berikut:

- a. *Adaptation* yaitu kemampuan masyarakat untuk berinteraksi dengan lingkungan dan alam. Hal ini mencakup segala hal: mengumpulkan sumber-sumber kehidupan dan menghasilkan komoditas untuk redistribusi sosial.
- b. *Goal-Attainment* adalah kecakapan untuk mengatur dan menyusun tujuan-tujuan masa depan dan membuat keputusan yang sesuai dengan itu. Pemecahan permasalahan politik dan sasaran-sasaran sosial adalah bagian dari kebutuhan ini.

- c. *Integration atau harmonisasi* keseluruhan anggota sistem sosial setelah sebuah general agreement mengenai nilai-nilai atau norma pada masyarakat ditetapkan. Di sinilah peran nilai tersebut sebagai pengintegrasikan sebuah sistem sosial
- d. *Latency (Latent-Pattern-Maintenance)* adalah memelihara sebuah pola, dalam hal ini nilai-nilai kemasyarakatan tertentu seperti budaya, norma, aturan dan sebagainya. (George Ritzer & Douglas Goodman, 2009, p.).

Paradigma AGIL ini adalah gambaran yang sistematis mengenai kebutuhan sosial atau kebutuhan fungsional tertentu, dan masyarakat harus memeliharanya untuk memungkinkan pemeliharaan kehidupan sosial yang stabil. Paradigma AGIL yang terdiri dari *Adaptation, Goal-Attainment, Integration, Latent-Pattern-Maintenance* merupakan konsep pemikiran yang menggambarkan satu kesatuan struktur dalam organisasi.

Kehidupan organisasi sebagai suatu sistem sosial memerlukan terjadinya ketergantungan yang berimbang pada kestabilan sosial. Sistem yang timpang, misalnya karena tidak adanya kesadaran bahwa mereka merupakan sebuah kesatuan, menjadikan sistem tersebut tidak teratur. Suatu sistem sosial akan selalu terjadi keseimbangan apabila ia menjaga *Safety Valve* atau katup pengaman sebagaimana terkandung dalam paradigma AGIL .

Pendekatan fungsionalisme-struktural seperti yang telah dikembangkan oleh Parsons dan para pengikutnya, dapat dikaji melalui anggapan-anggapan dasar berikut:

1. Masyarakat haruslah dilihat sebagai suatu sistem dari bagian-bagian yang saling berhubungan satu sama lain
2. Dengan demikian hubungan pengaruh mempengaruhi di antara bagian-bagian tersebut bersifat timbal balik
3. Sekalipun integrasi sosial tidak pernah dapat dicapai dengan sempurna, namun secara fundamental sistem sosial selalu cenderung bergerak menuju ke arah ekuilibrium yang bersifat dinamis

Universitas Indonesia

4. Sistem sosial senantiasa berproses ke arah integrasi sekalipun terjadi ketegangan, disfungsi dan penyimpangan.
5. Perubahan-perubahan dalam sistem sosial, terjadi secara gradual, melalui penyesuaian-penyesuaian dan tidak secara revolusioner.
6. Faktor paling penting yang memiliki daya integrasi suatu sistem sosial adalah konsensus atau mufakat di antara para anggota masyarakat mengenai nilai-nilai kemasyarakatan tertentu.

Di samping itu, Parsons menilai, keberlanjutan sebuah sistem bergantung pada persyaratan sistem yang harus:

1. Terstruktur agar bisa menjaga keberlangsungan hidupnya dan juga harus mampu harmonis dengan sistem lain
2. Mendapat dukungan yang diperlukan dari sistem lain
3. Mampu mengakomodasi para aktornya secara proporsional
4. Mampu melahirkan partisipasi yang memadai dari para aktornya
5. Mampu untuk mengendalikan perilaku yang berpotensi mengganggu
6. Dapat mengendalikan bila terjadi konflik menimbulkan kekacauan
7. Memiliki bahasa aktor dan sistem sosial.

Meskipun teori ini telah dianggap mati pada tahun 1970 tetapi secara mengejutkan di tahun 1980-an muncul pendekatan-pendekatan baru untuk membangun kembali teori Parsonian pada tingkatan yang sama sekali baru. (Anthony Giddens dan Jonathan Turner, 2008, p. 195).

Memperkuat teori AGIL tersebut ada teori Sistem dalam komunikasi organisasi yang dikemukakan oleh Fisher. Teori sistem merupakan seperangkat prinsip yang terorganisasikan secara longgar dan sangat abstrak yang berfungsi mengarahkan pikiran kita namun terikat pada berbagai penafsiran. Prinsip-prinsip tersebut adalah

1. *Nonsumativitas*, yaitu menunjukkan bahwa suatu sistem tidak sekedar jumlah dari bagian-bagiannya.
2. Unsur-unsur struktur, fungsi dan evolusi, yaitu merujuk kepada hubungan antar komponen suatu sistem. Hubungan atas bawahan misalnya dapat dibedakan berdasarkan status, suatu unsur struktur.

3. Keterbukaan, yaitu batas-batasnya dapat ditembus yang memungkinkan organisasi berinteraksi dengan lingkungan sehingga memperoleh energi dan informasi.
4. Hierarki. Merupakan suatu suprasistem bagi sistem-sistem lain di dalamnya, juga merupakan suatu subsistem bagi suatu sistem yang lebih besar. (R. Wayne Pace, Don F. Faules, 2006, p. 64-65)

Menurutnya persyaratan kunci bagi terpeliharanya integrasi pola nilai dan norma ke dalam sistem ialah dengan sosialisasi dan internalisasi. Pada proses Sosialisasi yang sukses, nilai dan norma sistem sosial itu akan diinternalisasikan. Proses sosialisasi ini berhubungan dengan pengalaman hidup dan harus berlangsung secara terus menerus. Keberhasilan proses sosialisasi nilai dan norma sistem sosial ini akan membawa organisasi untuk mencapai tujuan dari terbentuknya organisasi masyarakat tersebut.

Proses sosialisasi ini dapat dilakukan oleh bagian humas lembaga atau sekolah sehingga visi, misi dan goai dari lembaga dapat dikenal dan dipahami oleh publik internal maupun eksternal dari lembaga yang bersangkutan. Berkaitan dengan dunia pendidikan maka sasaran utama PR adalah

1. Meningkatkan pengetahuan tentang isu-isu pendidikan, terutama isu dana, untuk menghilangkan misinformasi dan rumor.
2. Menjalin hubungan dengan konstituen kunci untuk membangun dukungan publik dan membantu memastikan pendanaan yang memadai, termasuk mencari sumbangan jika perlu
3. Mendapatkan penerimaan publik terhadap inisiatif pendidikan dan dukungan publik saat melakukan perubahan pendidikan.
4. Memperkuat reputasi sekolah di mata audien sasaran.
(Scott Cutlip, dkk, 2009, p. 518).

Sebagai sebuah organisasi masyarakat maka tujuan dari penyelenggaraan organisasi sekolah melalui upaya PR melakukan sosialisasi dan berbagai strategi yang diprogramkan tidak lain adalah untuk mendapatkan popularitas dari kalangan masyarakat atau audiens

organisasi. Popularitas akan terbentuk jika organisasi telah dapat memiliki citra yang positif di masyarakat. Citra positif suatu organisasi dalam hal ini sekolah dapat dimulai dengan membangun dan memperkuat *corporate identity* dan *corporate image*

Berkaitan dengan organisasi terdapat beberapa hal khususnya tentang *corporate identity* dalam perusahaan dapat diwujudkan atau tercermin dalam bentuk “ desain grafik logo, warna identitas, dan desain fisik lainnya (kadang-kadang termasuk ekterior gedung, interior ruang pelayanan, seragam front liners dan eksekutif, serta benda-benda lainnya”. (Kasali, Rheinald, 2006, p. 157). Bagi lembaga pendidikan atau sekolah sebagai lembaga non profit maka hal yang terkait dengan identitas organisasi yaitu logo sekolah beserta maknanya, warna identitas, desain fisik (eksterior gedung), interior ruang pelayanan bagi para tamu, seragam siswa, seragam guru dan karyawan). Membangun identitas organisasi bukanlah hal yang mudah tetapi perlu perencanaan. Sedangkan *corporate image* akan dapat dilihat dari citra suatu organisasi secara keseluruhan. (Frank Jefkins, 2002, p. 22).

Jika semua proses komunikasi telah dikelola dengan baik oleh humas sekolah baik melalui pemilihan objective yang tepat dan keberhasilan dalam marketing komunikasi maka lembaga akan memperoleh *brand awarness* dan *brand attitude* dari publik atau sasaran komunikasi. *Brand awarness* sebagai sebuah hasil dari objective komunikasi akan meningkatkan *brand recall* dan *brand recognition*

Berkaitan dengan efek dari komunikasi yang berkaitan dengan merk dalam pikiran calon pembeli memerlukan strategi untuk menciptakan posisi merk dan mempengaruhi tindakan konsumen. Ada lima efek komunikasi yaitu: 1). *Category need*, 2). *Brand awareness* 3). *Brand attitude*, 4). *Brand purchase intention*, 5). *Purchase facilitation*. Dari kelima efek tersebut fokus penulis berkaitan dengan upaya meraih popularitas adalah pada efek ke dua dan ketiga.

Kesadaran akan merek (*brand awareness*) didefinisikan sebagai kemampuan pembeli untuk mengidentifikasi (mengenali atau recall) merek, dalam kategori ini, secara rinci cukup untuk melakukan pembelian. Jika dianalogikan pada lembaga pendidikan maka kesadaran merk ini yaitu kesadaran membuat keputusan untuk memilih sekolah tersebut. Kesadaran akan merk (*brand awareness*) ini merupakan salah satu tujuan marketing komunikasi. Hal tersebut tergantung pada bagaimana konsumen membuat pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian. Tujuan dari efek *brand awareness* dalam komunikasi periklanan atau kampanye serta promosi akan menciptakan, meningkatkan, atau bahkan mempertahankan kesadaran akan merek yang bersangkutan di benak calon pelanggan.

Sebagaimana kesadaran akan merek, maka sikap terhadap merek (*brand attitude*) merupakan tujuan komunikasi secara universal. Sedangkan beberapa peneliti iklan telah menunjuk kasus sukses merek murni tampaknya "kesadaran akan iklan". Kesadaran ini menyebabkan pembeli menyimpulkan dari iklan tersebut tentang kesadaran bahwa brand harus "populer, aman atau memiliki reputasi" sehingga membentuk sikap yang menguntungkan: atau periklanan yang memunculkan kesadaran sikap dalam pikiran pembeli atau konsumen. (John R. Rossiter dan Larry Percy, 1998, p.109-120).

Jadi popularitas diperlukan oleh suatu lembaga agar menjadi dekat dengan masyarakat. Berkaitan dengan popularitas ini maka keterkenalan dan terpilihnya keputusan untuk membeli suatu produk atau memilih suatu lembaga dipengaruhi oleh kedekatan secara psikologis dan juga reputasi dari lembaga yang bersangkutan sebagaimana kutipan berikut "*the familiarity and reputations of its name are among the greatest assets of any organization whether it deal directly with the public or not. Everyone is influence by reputation in choosing everything they buy and in every association they make*". (Philip Lesly, 1991.p.).

Berdasarkan kerangka teoritis tersebut maka alur berpikir yang dibangun dapat dijabarkan dan diperkuat dengan deskripsi konsep-konsep pendukung.

2.2. Kajian Konsep

Sebagai upaya untuk dapat mengembangkan sebuah penelitian dari alur berpikir dengan acuan teoritis sebagaimana telah diuraikan pada bagian terdahulu maka dikembangkan beberapa konsep yang dapat mendukung dan membantu penulis menyusun definisi atau konsep operasional untuk mengembangkan instrumen penelitian. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut.

2.2.1. Pengertian Humas Sekolah

Mengawali pembicaraan tentang humas ada padanan istilah yang menjadi sumber penggunaan istilah humas dalam berbagai organisasi yaitu istilah *public relations*. Kegiatan utama yang dilakukan Publik relation adalah upaya publikasi organisasi kepada publik atau khalayak. Dinyatakan bahwa terdapat perbedaan antara *public relation* dengan publikasi. Pada intinya perbedaan antara publikasi dengan *public relation* adalah jika publikasi menggunakan komunikasi satu arah maka *public relation* menggunakan komunikasi dua arah. (Joseph R. Dominick, 2009, p. 318-319),

Istilah yang digunakan dalam sebuah perusahaan dalam menangani segala urusan dalam hal komunikasi organisasi adalah *corporate communication* yaitu salah satu bagian dalam organisasi yang mengurus tentang segala hal yang berkaitan dengan upaya suatu organisasi. Dalam hal komunikasi bagian ini melakukan kegiatan-kegiatan di berkaitan dengan komunikasi. Sejalan dengan itu humas atau PR menjalankan tugas sebagai manajer komunikasi organisasi sebagaimana pernyataan berikut: “*corporate communication can be characterized as a management functions that is responsible for overseeing and coordinating the work done by*

communication practitioners in different specialist discipline such as media relations, public affairs and internal communications." (Joep Cornelissen, 2008, p. 5).

Berdasarkan kutipan tersebut dapat dijelaskan bahwa komunikasi organisasi intinya adalah memiliki fungsi manajemen yang bertanggungjawab atas seluruh kegiatan agar pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan spesialisasi bagian yang sudah disusun sesuai bidang misalnya sebagai *media relation, public affairs* dan *internal communications*.

Definisi lain tentang *public relations* adalah dikemukakan oleh sebagai berikut "*Public relation is the art and social science of analyzing trends, predicting their consequences, counseling organization leader, and implementing planned programs of action that serve both the organization's and the public's interest*", (Joseph R. Dominick, 2009, p. 319). Dari kutipan tersebut telah menggambarkan bahwa aktifitas komunikasi publik adalah merupakan sebuah seni untuk menganalisis kecenderungan *trend*, memprediksi dan membuat program-program komunikasi yang dapat menghubungkan antara organisasi dengan kepentingan masyarakat. Kegiatan komunikasi dalam organisasi dapat dilaksanakan oleh *corporate communication* dengan beberapa bagian yang berada di bawah tanggung jawabnya. Namun kegiatan komunikasi organisasi tidak hanya dilakukan oleh organisasi yang menghasilkan profit saja seperti perusahaan, tetapi juga ada di dalam organisasi yang non profit salah satunya adalah sekolah.

Definisi lain yaitu dari lembaga hubungan masyarakat (*Institute of Public Relations*) Inggris menyatakan bahwa Humas (*public relations*) adalah kegiatan yang dilakukan dengan sengaja, direncanakan dan berlangsung secara berkesinambungan untuk membina dan mempertahankan saling pengertian antara suatu organisasi dengan masyarakat.

Sedangkan menurut *Public Relations News* dalam H. Frazier Moore, Ph.d. (2005) dijelaskan bahwa "Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap public, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan

kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik”, p. 6.

Sebagai organisasi maka sekolah digolongkan kepada sebuah organisasi non profit. Istilah ini diberikan kepada suatu lembaga atau organisasi yang tidak berorientasi pada laba atau keuntungan. Sekolah dikatakan sebagai sebuah lembaga nonprofit karena tujuan penyelenggaraan sekolah adalah tidak untuk mencari laba atau keuntungan dalam bentuk materi atau keuangan atau harta melainkan bernilai moral dan sosial yaitu mengelola generasi muda penerus bangsa agar memiliki kemampuan dan kecerdasan. Jika tujuan ini tercapai maka harapan akan masa depan bangsa dan kelangsungan hidup bangsa akan terjaga Sekolah adalah suatu sistem yang mencakup beberapa komponen, dan setiap komponen terdiri dari beberapa faktor. Masing-masing komponen satu sama lainnya saling terkait sehingga membentuk suatu sistem.

Komponen-komponen sistem sekolah terdiri dari dari masukan atau *input*, proses, *output*. Masukan adalah segala sesuatu yang diperlukan oleh sistem sekolah untuk menghasilkan keluaran yang diharapkan. Masukan mencakup masukan baku, instrumental, dan lingkungan. Proses adalah segala kegiatan yang dilakukan oleh sekolah, termasuk segala proses yang terjadi di dalam sekolah/kelas dalam rangka mengubah masukan untuk menghasilkan pengeluaran yang ditargetkan, proses di sini mencakup kegiatan belajar mengajar, kegiatan pengelolaan sekolah, dan kegiatan administrasi sekolah. Keluaran Langsung (*output*) adalah segala sesuatu yang secara langsung dihasilkan oleh sistem pendidikan, mencakup antara lain jumlah tamatan sekolah, dan hasil belajar siswa yang berada dalam bentuk ranah kognitif, afektif, dan keterampilan. (Purwanto, 2009, p. 21-23).

Oleh karena kegiatan dalam organisasi sekolah ini meliputi *input*, proses dan *output* maka dibutuhkan kekuatan komunikasi dalam menjaga keselarasan antara kegiatan tersebut. Kekuatan komunikasi dalam lembaga ini diperoleh melalui pengelolaan beberapa fungsi yang ada dalam organisasi secara maksimal. Kegiatan komunikasi dalam sekolah tidak

Universitas Indonesia

dilaksanakan oleh divisi *corporate communication* sebagaimana yang digunakan dalam perusahaan-perusahaan profit tetapi sekolah umumnya menggunakan istilah humas untuk menangani bidang kerja ini. Pengertian tentang humas sesungguhnya tidak berbeda dengan pengertian *public relations*. Salah satu pengertian "*public relation*" menurut Frank Jefkins (2002) yaitu "*PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian*", p. 10.

Beberapa pengertian lain tentang Public Relations atau Hubungan Masyarakat sebagai bahan yang dapat mengantarkan pemikiran pada peran dan fungsinya terutama dalam lembaga pendidikan, diantaranya menurut beberapa tokoh berikut. John E. Marston dalam Rheinald Kasali (2006) mengartikan bahwa "*Public relations is planned, persuasive communications designed to influence significant public*". Artinya bahwa PR adalah kegiatan komunikasi persuasive dan terencana yang didesain untuk mempengaruhi publik secara signifikan. (p. 6). Jadi pengelolaan kegiatan publik relation ini harus dilakukan dengan perencanaan melalui sistem manajemen yang dikelola untuk mencapai target-target perusahaan atau organisasi.

Berbeda dengan M. Linggar Anggoro (2001) yang menyatakan bahwa hubungan masyarakat adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya., p.

Begitu juga dengan Scott, Center & Glen M. Broom (2009) mengartikan public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.,p. 6.

Berbeda dengan pendapat dari James Grunig & Todd Hunt dalam Kriyantono (2008) menyatakan bahwa PR adalah manajemen komunikasi antara organisasi dengan publiknya., p.

Sedangkan H. Frozier Moore, Ph.d. (2005), menulis dalam Humas membangun citra dengan komunikasi mengutip definisi humas dari *Webster's New World Dictionary* yang menyatakan bahwa humas adalah " Hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas, khususnya fungsi-fungsi korporasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri", p. 6.

Definisi lain H. Frozier Moore, Ph.d. (2005), juga mengutipkan hal yang menekankan pada tanggung jawab khususnya adalah dikemukakan dalam *Public Relations News* " Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik", p. 6.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat dikatakan bahwa konsep humas sudah menjadi hal umum di masyarakat. Humas merupakan gabungan berbagai macam kegiatan dan aktivitas yang memerlukan pengetahuan hubungan masyarakat agar tujuan yang dikehendaki dapat tercapai. Humas merupakan suatu kegiatan organisasi yang berlangsung terus menerus secara kontinyu untuk kepentingan umum bahkan pada saat ini ilmu hubungan masyarakat sedang berkembang pesat seiring dengan berbagai kondisi masyarakat .

Perkembangan komunikasi yang semakin pesat membuat peran humas menjadi sangat dibutuhkan oleh organisasi. Humas adalah bagian dari jabatan di suatu organisasi yang mengurus segala hal berkaitan dengan komunikasi organisasi. Ruslan (2006) mengatakan bahwa humas merupakan mediator yang berada di antara pimpinan organisasi dengan publiknya.

Selanjutnya, ia mengatakan bahwa aktivitas tugas humas adalah mengelola komunikasi antara organisasi dengan publiknya. Jadi dapat dikatakan bahwa humas adalah aktivitas yang menghubungkan antara organisasi dengan masyarakat sebagai publik demi tercapainya tujuan organisasi dan harapan masyarakat dengan produk yang dihasilkan.

Tujuan bidang humas diselenggarakan oleh suatu organisasi adalah untuk menciptakan dan memelihara supaya terjadi saling pengertian dalam berkomunikasi antar organisasi dengan public internal dan eksternalnya. Hubungan masyarakat merupakan bagian dari sesuatu lembaga yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. White, Zon & Laura Mazur, (1995) mengatakan bahwa masa depan aktivitas humas akan meningkat menjadi aktivitas sosial yaitu membantu organisasi menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial dan mengelola hubungan antara kelompok-kelompok untuk membantu pembangunan sosial dan ekonomi serta menjalankan tugas-tugas sosial.

Berkaitan dengan aktivitas humas tersebut terdapat beberapa fungsi humas atau *public relation* yang mampu menjadi acuan dalam menjalankan tugas. Khususnya dalam menjalankan fungsi kunci kegiatan komunikasi dalam perusahaan dengan *public relations, publicity, communication, public affairs, issues management, goverment relations, investor public relations, employee relations, community relation, industry relations, minority relations, advertising, press agentry, promotion, media relations, and propaganda*. Dengan demikian maka penjelasan tentang fungsi-fungsi humas tersebut adalah sebagai berikut:

1. **Hubungan masyarakat (*Public relations*)**. Istilah ini melingkupi fungsi humas secara keseluruhan.
2. **Publisitas. (*Publicity*)**. Penyebaran tujuan-tujuan yang dikelola secara terencana dan dilaksanakan melalui publikasi media yang dipilih untuk memperkenalkan kepentingan organisasi lebih lanjut.

3. Komunikasi (*communication*). Pertukaran informasi; termasuk di dalamnya juga transaksi menyampaikan pikiran dari satu pihak kepada pihak atau kelompok yang lain.
4. Urusan publik. (*public affairs*). Bekerjasama dengan Pemerintahan dan kelompok yang membantu menentukan kebijakan publik serta perundang-undangan.
5. Masalah manajemen (*issues management*). identifikasi secara sistematis dan tindakan mengenai masalah kebijakan publik yang menjadi perhatian suatu organisasi.
6. Hubungan pemerintah (*government relations*). Menangani dan berkomunikasi dengan legislatif dan instansi pemerintah atas nama organisasi.
7. Investor public relations (*investor public relations*). Menangani dan berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan organisasi dan komunitas investasi.
8. Hubungan karyawan (*employee relations*). Menangani dan berkomunikasi dengan para karyawan dari suatu organisasi
9. Hubungan masyarakat (*community relation*). Menangani dan berkomunikasi dengan warga dan kelompok dalam wilayah operasi organisasi
10. Hubungan industri (*industry relations*). Menangani dan berkomunikasi dengan perusahaan-perusahaan dalam industri organisasi
11. Minoritas hubungan (*minority relations*). Menangani dan berkomunikasi dengan individu dan kelompok dalam minoritas
12. Periklanan (*advertising*). Upaya persuasif materi yang disajikan kepada publik sebagai daya tarik untuk mengidentifikasi pihak yang bekepentingan.
13. Agen pers (*press agency*). Membuat berita tentang kegiatan-kegiatan (event).

14. Promosi (*promotion*). Kegiatan khusus, seperti acara, yang dirancang untuk membuat dan menimbulkan minat terhadap orang, produk, organisasi, atau perkara-perkara.
15. Hubungan dengan media. (*media relations*). Berurusan dengan media komunikasi dalam mendapatkan publisitas atau merespon kepentingan mereka dalam organisasi.
16. Propaganda (*propaganda*). Upaya untuk mempengaruhi pendapat publik untuk menyebarkan suatu objectives organisasi. (Philips Lesly, 2001, hal 6-7)

Berkaitan dengan Fungsi eksternal humas sekolah tentunya akan bersentuhan dengan banyak orang, tidak hanya orangtua siswa atau instansi pemerintahan terkait dan perusahaan swasta tetapi juga masyarakat luas, LSM, politisi atau wartawan. Melihat fungsi dan tugasnya yang cukup berat namun strategis maka idealnya seorang humas sekolah adalah guru yang memiliki kecerdasan inter dan intra personal atau kecerdasan sosial. Jika memungkinkan maka pemegang jabatan humas sekolah haruslah seorang yang *expert* atau memiliki keahlian atas pengetahuan tentang komunikasi dengan baik.

Menjadi wakil kepala sekolah di bidang ini dituntut memiliki akses keluar sekolah dan dapat menjalin kerjasama kemitraan dengan pihak luar. Sebagai langkah untuk memberdayakan peran dan fungsinya itu, seorang humas harus memiliki program kerja yang terarah dan terukur seperti mengirim rilis berita ke media massa, melakukan penawaran proposal, membuat media informasi internal, memiliki alat dokumentasi dan dokumen yang lengkap dan sistematis tentang sekolah yang bersangkutan.

2.2.1.1 Tujuan humas sekolah

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan tergolong dua golongan besar yaitu komunikasi internal (personil/anggota institusi) dan eksternal (masyarakat). Komunikasi internal diwujudkan dengan cara

memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi, menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat, dan menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya. Komunikasi Eksternal diwujudkan dengan cara memberi informasi yang benar dan wajar mengenai institusi, menumbuhkan kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya dan pendidikan khususnya, dan menumbuhkan motivasi kepada publik untuk menyampaikan umpan balik. Adapun tujuan organisasi non profit adalah:

1. Mendefinisikan atau memberi "brand" organisasi mendapat penerimaan misinya dan melindungi reputasinya
2. Mengembangkan saluran komunikasi dengan pihak-pihak yang dilayani organisasinya
3. Menciptakan dan memelihara iklim yang baik untuk mengumpulkan dana
4. Mendukung pengembangan dan pemeliharaan kebijakan publik yang cocok untuk misi organisasinya
5. Memberi informasi dan motivasi organisasional utama untuk mengabdikan diri mereka dan bekerja secara produktif dalam mendukung misi, tujuan dan sasaran organisasi (Scott Cutlip dkk, 2009. p. 507).

Maksud dan tujuan yang terpenting dari humas adalah mencapai saling pengertian sebagai obyektiif utama. Predikat tentang citra yang positif dan opini yang mendukung bukan pihak internal yang menentukan tetapi akan berasal dari *feed back* yang diberikan oleh pihak eksternal. Obyektif atau tujuan humas yaitu pengertian atau selarasnya hubungan antara organisasi dengan publik. Berdasarkan buku panduan administrasi sekolah yang dikeluarkan pusat pengembangan dan pemberdayaan pendidik dan tenaga kependidikan (PPPTK) pertanian Cianjur,(2009) di uraikan beberapa tujuan humas sekolah yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan partisipasi, dukungan, dan bantuan secara konkret dari masyarakat baik berupa tenaga, sarana prasarana maupun dana demi kelancaran dan tercapainya tujuan pendidikan.
2. Menimbulkan dan membangkitkan rasa tanggung jawab yang lebih besar pada masyarakat terhadap kelangsungan program pendidikan di sekolah secara efektif dan efisien.
3. Mengikutsertakan masyarakat dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi sekolah.
4. Menegakkan dan mengembangkan suatu citra yang menguntungkan (*favorable image*) bagi sekolah terhadap para stakeholdernya dengan sasaran yang terkait, yaitu publik internal dan publik eksternal.
5. Membuka kesempatan yang lebih luas kepada para pemakai produk/lulusan dan pihak-pihak yang terkait untuk partisipasi dalam meningkatkan mutu pendidikan., p. 2.

2.2.1.2 Peran humas sekolah

Berkaitan dengan peran humas, Alison Theaker (2004). mengidentifikasi bahwa terdapat dua peran dominan dari PR dalam suatu organisasi yaitu sebagai *communicator technician* dan *communication manager*. Selanjutnya sebagai seorang *communication manager* maka ia memiliki tiga macam manajer di bawahnya yaitu *expert prescriber*, *communication facilitator*, *problem solving facilitator*.

Scott M. Cutlip dan kawan-kawan (2009) menjelaskan tentang empat peran PR secara umum. Empat peran PR tersebut adalah sebagai berikut:

- a. **Teknisi komunikasi (*Communicator technician*),** Peran PR sebagai teknisi komunikasi ini yaitu menulis dan mengedit newsletter karyawan, menulis news release dan feature, mengembangkan web dan menangani kontak media. Praktisi yang melakukan peran ini biasanya tidak hadir pada saat manajemen mendefinisikan problem dan memilih solusi, mereka baru bergabung untuk melakukan komunikasi dan

mengimplementasikan program, terkadang tanpa mengetahui secara menyeluruh motivasi dan tujuan yang diharapkan.

- b. **Pakar perumus (*Expert prescriber*)**. Expert prescriber ini dikenal dengan istilah "pakar perumus". Peran PR ini untuk menjadikan orang dilihat sebagai pihak yang punya otoritas ketika ada sesuatu hal yang harus dibereskan atau pihak yang punya otoritas untuk menentukan bagaimana cara mengerjakan segala sesuatu. Posisi ini diisi oleh orang yang ahli atau pakar PR.
- c. **Fasilitator komunikasi (*Communication Facilitator*)** Peran PR sebagai fasilitator komunikasi ini adalah menjadi pendengar yang peka dan perantara komunikasi. Fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara (*liasion*), interpreter dan mediator antara organisasi dengan publiknya. Mereka menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi percakapan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka. Mereka bertindak sebagai sumber informasi dan agen kontak resmi antara organisasi dan publik. Mereka menempati peran di tengah-tengah antara organisasi dengan publiknya.
- d. **Fasilitator pemecah masalah. (*problem solving facilitator*)** Praktisi PR sebagai pemecah masalah membantu manajer lain dan organisasi untuk mengaplikasikan PR dalam proses manajemen bertahap yang juga dipakai untuk memecahkan problem organisasional lainnya. Mereka juga merupakan pihak yang mempunyai kekuasaan untuk melakukan perubahan. Karenanya mereka harus berpartisipasi dalam pemikiran dan perencanaan strategis di dalam program PR. Dengan demikian PR harus mampu menangani masalah dan mencari solusi untuk memecahkan masalah tersebut agar organisasi menjadi stabil., p. 46-48

Peran PR dalam organisasi pendidikan atau sekolah

Sekolah merupakan salah satu organisasi yang dikelompokkan pada golongan organisasi non profit. Peran PR dalam organisasi non profit

tentulah memiliki perbedaan. Perbedaan ini dikarenakan tujuan organisasi yang berbeda pula.

Terdapat beberapa fokus perhatian dari sebuah lembaga pendidikan adalah 1). *The increasing price or higher education*, 2). *Understanding the purposes or higher educations*, 3) *Past promises, future expectations and the credibility of higher education*, dan 4). *Managing change*.

The increasing price or higher education menggambarkan bahwa di lembaga pendidikan humas itu harus memiliki fokus perhatian pada upaya-upaya peningkatan nilai-nilai pendidikan yang tentunya berimbas pada mutu pendidikan itu sendiri.

Understanding the purposes or higher educations, maksudnya humas sekolah juga harus memikirkan bagaimana cara memberikan pemahaman kepada audience tentang tujuan-tujuan yang akan dicapai misalnya melalui sosialisasi tentang tujuan pendidikan secara umum dan tujuan pendidikan di suatu satuan pendidikan (sekolah) yang bersangkutan.

Past promises, future expectations and the credibility of higher education. Humas juga harus dapat merancang harapan-harapan untuk masa depan dari lembaga pendidikan menuju pendidikan yang lebih tinggi dan tentunya mutu yang lebih baik.

Managing change. Selain itu humas juga harus mampu menjadi agen perubahan, mengelola perubahan dan mengadakan perubahan itu sendiri. (Philip Lesly, 199, p. 643).

Sebagai upaya agar proses perubahan dapat berjalan maka bagian humas harus dikelola dengan baik dan sistematis yaitu dengan membagi berbagai fungsi yang harus dilaksanakan oleh para anggota staf menurut media komunikasi, publik kombinasi antara media dan publik, wilayah secara geografis dan produk. (H. Frazier Moore, 1981, p.160).

Berkaitan dengan peran humas tersebut maka ada bagian yang harus diperhatikan yaitu tentang adanya publik yang menjadi mitra dari lembaga pendidikan. Publik adalah sekelompok orang dengan kepentingan yang sama

memiliki suatu pendapat yang sama mengenai suatu permasalahan yang sama. Publik terbagi atas dua yaitu publik eksternal dan publik internal.

Publik eksternal dalam bidang pendidikan adalah khalayak yang berada di luar lingkungan sekolah dan memiliki kepedulian pada sekolah baik sebagai konsumen, pemerhati dan penunjang program sekolah. Berkaitan dengan hal tersebut maka humas sekolah harus mampu menjaga hubungan baik dengan publik eksternal ini. Staff PR harus siap untuk menghadapi issue yang merebak sebagai penentangan terhadap kebijakan lembaga pendidikan. Hubungan antara institusi pendidikan dengan komunitas adalah hubungan yang beragam dan kompleks. Adapun audience dari PR pendidikan adalah

1. Orang Tua siswa, yaitu orang tua dari siswa-siswa yang menjadi sasaran kegiatan pendidikan dan pembelajaran. Mereka terhimpun dalam komite sekolah.
2. Staff sekolah mulai dari kepala sekolah sampai tukang kebun, yaitu para wakil, guru dan karyawan sekolah.
3. Murid, yaitu siswa yang menjadi khalayak dan juga calon siswa.
4. Komunitas bisnis dan kemitraan sekolah, yaitu beberapa yang dapat menunjang dan menjadi mitra.
5. Kelompok komunitas yaitu lingkungan sekitar, donor potensial dan warga yang peduli
6. Media berita lokal, televisi kabel dan website
7. Dewan anggota pendidikan yang bisa bertindak sebagai perantara antara public sekolah dengan administrator profesional. ((Scott Cutlip dkk, 2009, p. 519)

Yang dimaksud publik eksternal dalam kutipan di atas adalah orang tua siswa, komunitas bisnis, lingkungan sekitar dan media. Sekolah akan menjadi eksis dan meningkat kemajuannya jika unsur pendukung dari publik eksternal ini dapat berfungsi sebagai penunjang lembaga sekolah.

2.3. Citra sekolah

Citra merupakan tujuan pokok sebuah organisasi. Tercapainya suatu citra organisasi yang baik di mata khalayak atau publik akan banyak menguntungkan. Untuk membentuk citra yang baik, organisasi harus mengeluarkan biaya promosi dan publikasi secara terus menerus. Hasil dari kegiatan humas tersebut dapat dilihat dari bentuk hasil penilaian, penerimaan, kesadaran, pengertian sebagai tanda respek dan rasa hormat dari publik atau masyarakat terhadap organisasi yang personelnya dapat dipercaya, professional dan dapat diandalkan sebagai pemberi pelayanan yang baik.

Pengertian citra itu sendiri sebenarnya abstrak atau *intangible*, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian, penerimaan, kesadaran dan pengertian baik semacam tanda respek dan rasa hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas kepada suatu organisasi ataupun terhadap pegawainya (misalnya dengan kriteria dapat dipercaya, professional, dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik). Sebagaimana pernyataan berikut ini " *if the images of your company (that is, the perceived notions of all your constituences) all align with the organization's reality, your reputation management program is a succes*". (Paul Argenti. 2007, p. 69).

Ada kalanya identitas merupakan manifestasi visual dari realitas organisasi yang diperoleh melalui nama organisasi, logo, motto, produk, jasa, gedung, alat-alat tulis, pakaian seragam, dan semua bentuk nyata lainnya yang diciptakan oleh organisasi dan dikomunikasikan kepada seluruh audience. Kemudian audience ini membentuk persepsi berdasarkan pesan yang dikirimkan perusahaan melalui bentuk-bentuk tangible tersebut. Jika akurat maka program identitas dianggap sukses.

Pengertian citra berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran; (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk; (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau

kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi; (4) data atau informasi dari potret udara untuk bahan evaluasi..

Setiap perusahaan mempunyai citra yang disadari atau tidak telah melekat pada perusahaan tersebut. Tidak sedikit barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan begitu kuat citranya di benak para konsumennya. Pengertian tentang citra banyak ditemui pada literatur yang membahas tentang perusahaan sehingga pendefinisian atas citra organisasi atau lembaga akan dianalogikan dari pengertian citra perusahaan (*corporate image*).

Pengertian tentang citra perusahaan dikemukakan oleh beberapa tokoh dengan konsep dan sudut pandang yang beragam. Kotler (2002) menjelaskan bahwa "*corporate image is the consumer's response to the total offering and is defined as a sum the belief, ideas, and impressions that a public has an organization.*" Artinya citra perusahaan adalah respon konsumen pada keseluruhan penawaran yang diberikan perusahaan dan didefinisikan sebagai sejumlah kepercayaan, ide-ide, dan kesan masyarakat pada suatu organisasi.

Sedangkan Grahame R. Dowling (1994) menyatakan bahwa, "*corporate image is the total beliefs and feelings that a person may hold about an organization*", p. 7. Dapat diartikan bahwa citra perusahaan merupakan sekumpulan kepercayaan dan perasaan tentang suatu organisasi. Citra dapat dikatakan sebagai persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat itu sendiri terhadap perusahaan, sehingga aspek fasilitas yang dimiliki perusahaan, dan layanan yang disampaikan karyawan kepada konsumen dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap citra.

Berbeda lagi dengan Katz dalam buku Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan atau lembaga mempunyai citra di mata masyarakat atau audience. Citra yang dimiliki perusahaan atau lembaga dapat juga sesuai dengan banyaknya jumlah orang yang memandangnya.

Citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.

Berikut ini lima jenis citra yang berkembang dalam kehidupan organisasi yakni:

1. Citra bayangan (*mirror image*). Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya.
2. Citra yang berlaku (*current image*), adalah suatu citra atau pandangan yang dianut oleh pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi.
3. Citra yang diharapkan (*wish image*), adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen.
4. Citra perusahaan (*corporate image*), adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
5. Citra majemuk (*multiple image*). Banyaknya jumlah pegawai (individu), cabang, atau perwakilan dari sebuah perusahaan atau organisasi dapat memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan organisasi atau perusahaan tersebut secara keseluruhan.
6. Citra yang baik dan yang buruk. Citra PR yang ideal adalah kesan yang benar yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Citra yang baik bisa dimunculkan kapan saja, ini berarti citra tidak dapat dipoles agar lebih indah dari warna aslinya. Usaha pemolesan citra merupakan penyalahgunaan PR. (Frank Jefkins, 2002, p. 20-23)

Citra perusahaan merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di pikiran masyarakat tentang perusahaan. Citra tersebut berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien organisasi.

Citra lembaga itu sangat luas cara menilainya. Citra lembaga tidak hanya dilihat dari satu sisi saja melainkan banyak faktor yang harus diperhatikan. Sebagaimana ulasan yang dikemukakan beliau adalah berikut ini:

citra perusahaan atau ada yang menyebutnya citra lembaga adalah citra dari organisasi secara keseluruhan. Jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal seperti sejarah hidup lembaga yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial dan komitmen mengadakan riset. (Frank Jefkins, 2002, p. 22).

Image atau citra adalah cerminan atau refleksi dari identitas perusahaan. Dengan kata lain citra adalah bagaimana khalayak memandang organisasi. Umumnya setiap khalayak yang terdiri dari pelanggan, masyarakat luas, investor maupun karyawan sendiri, memiliki suatu citra yang berbeda tentang organisasi. Untuk mendapatkan citra yang diinginkan oleh satu manajemen organisasi dapat diketahui secara pasti melalui proses seleksi saat seorang mempersepsikan sesuatu yaitu melewati tahapan berikut:

1. *selective attention*, yaitu seseorang akan mempersepsikan sesuatu berdasarkan perhatian
2. *selective distorsion*, yaitu kecenderungan seseorang untuk memilah-milah informasi berdasarkan kepentingan pribadinya dan menterjemahkan informasi berdasarkan pola pikir sebelumnya yang berkaitan dengan informasi tersebut
3. *selective retention*, yaitu seseorang akan mudah mengingat informasi yang dilakukan seseorang.

Image dari masyarakat dan stakeholder suatu organisasi dapat mempengaruhi negara, industri dan brand image serta hasil penjualan terhadap produk dengan merk bersangkutan. Sebagaimana ungkapan Grahame R. Dowling, 1994, bahwa " *When most people think about an*

organization, they do so within relevant context. This context may be the industry in which the company operates or the brand it sells”, p. 144.

Dikaitkan dengan organisasi sekolah yang tidak menghasilkan produk barang maka image terhadap organisasi ini pun dapat dilihat dari penilaian dan pendapat masyarakat terhadap operasional sekolah sehari-hari, kegiatan-kegiatan bahkan event-event dan lulusan yang telah dihasilkan dari suatu sekolah per tahun pelajaran “Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra dipengaruhi oleh banyak faktor yang di luar kontrol perusahaan”. (Philip Kotler, 2002)

Pendapat lain yang mengungkapkan bahwa yang dimaksud dengan citra ditinjau dari proses pencapaiannya. Menurut M.Wayne de Lozier (1976) “Citra akan terlihat atau terbentuk melalui proses penerimaan secara fisik (panca indra) masuk kesaringan perhatian (*attention filter*) dan dari situ menghasilkan pesan yang dapat dimengerti atau dilihat (*perceived message*) yang kemudian berubah menjadi persepsi dan akhirnya citra”.

Sedangkan untuk melakukan penelitian atau analisis citra (image analysis) maka khalayak sasaran akan memerlukan penilaian (tanggapan). Penilaian tanggapan tersebut dilakukan kepada pelanggan tentang citra perusahaan (*corporate image*), citra produk (*product image*), pelayanan jasa (*customer services*), penampilan pemberian pelayanan (*performance image*) dan para pesaingnya (*competitor*). Rosady Ruslan, 2003, p. 78-80.

Dengan demikian citra merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan atau organisasi yang selayaknya terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra dari organisasi yang diharapkan adalah bernilai positif dalam pandangan masyarakat atau audience atau khalayak. Adapun yang dimaksud dengan citra terhadap organisasi adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu. Citra yang baik memiliki pengaruh kuat, bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau perusahaan atau organisasi. Selain itu citra dapat juga

memperbaiki sikap dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan atau organisasi.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas suatu cara untuk menciptakan agar citra menjadi positif adalah dengan mengelola bukti, termasuk di dalamnya lingkungan fisik dari fasilitas jasa pendidikan, termasuk penampilan dari tenaga pendidik dan tenaga kependidikan dan barang berwujud lainnya yang mendukung. (Edi Soeryanto Soegoto, 2008, p. 139)

2.4. Mutu Sekolah

Mutu sekolah merupakan satu hal penting yang dapat dijadikan modal bagi suatu sekolah untuk bersaing dengan sekolah-sekolah lain. Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia mutu adalah ukuran baik buruk suatu benda, keadaan, taraf, atau derajat (kepandaian, kecerdasan dan sebagainya). Sudarwan Danim dalam Umiarso dan Imam Gojali (2010) mengemukakan bahwa mutu pendidikan mengacu pada masukan, proses, luaran dan dampaknya, p. 125. Memperkuat definisi tersebut terdapat 13 ciri sekolah bermutu, yaitu:

1. Sekolah berfokus pada pelanggan, baik pelanggan internal maupun eksternal.
2. Sekolah berfokus pada upaya untuk mencegah masalah yang muncul , dengan komitmen untuk bekerja secara benar dari awal.
3. Sekolah memiliki investasi pada sumber daya manusianya, sehingga terhindar dari berbagai “kerusakan psikologis” yang sangat sulit memperbaikinya.
4. Sekolah memiliki strategi untuk mencapai kualitas, baik di tingkat pimpinan, tenaga akademik, maupun tenaga administratif.
5. sekolah mengelola atau memperlakukan keluhan sebagai umpan balik untuk mencapai kualitas dan memposisikan kesalahan sebagai instrumen untuk berbuat benar pada masa berikutnya

6. Sekolah memiliki kebijakan dalam perencanaan untuk mencapai kualitas, baik untuk jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang.
7. Sekolah mengupayakan proses perbaikan dengan melibatkan semua orang sesuai dengan tugas pokok, fungsi dan tanggung jawabnya.
8. Sekolah mendorong orang dipandang memiliki kreativitas, mampu menciptakan kualitas dan merangsang yang lainnya agar dapat bekerja secara berkualitas.
9. Sekolah memperjelas peran dan tanggung jawab setiap orang, termasuk kejelasan arah kerja secara vertikal dan horizontal.
10. Sekolah memiliki strategi dan kriteria evaluasi yang jelas.
11. Sekolah memandang atau menempatkan kualitas yang telah dicapai sebagai jalan untuk memperbaiki kualitas layanan lebih lanjut.
12. Sekolah memandang kualitas sebagai bagian integral dari budaya kerja.
13. Sekolah menempatkan peningkatan kualitas secara terus menerus sebagai suatu keharusan. (Edward Sallis, Sudarwan Danim, 2006)

Hasil akhir dari proses belajar-mengajar dan penilaian yang amat dominan ditekankan yaitu domain kognitif dan umumnya yang dijadikan patokan ini dapat diketahui dari hasil akhir nilai ujian nasional dan ujian sekolah. Sesungguhnya hasil belajar tidak hanya mengacu pada domain kognitif saja. Penilaian pada domain afektif dan psikomotor juga harus dijadikan pertimbangan untuk hasil belajar akhir setiap peserta didik. Para pendidik perlu memahami pengertian dan tingkatan tiap domain serta bagaimana menerapkannya dalam proses belajar-mengajar dan penilaian.

Meskipun tidak ada definisi mengenai kualitas atau mutu yang dapat diterima secara universal, ada beberapa elemen yang bisa membuat sesuatu dikatakan berkualitas yaitu:

1. Kualitas meliputi usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan
2. Kualitas mencakup prodek, jasa, manusia, proses, dan lingkungan

3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah
4. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. (Umiarso dan Imam Gojali, 2010, p. 123).

Berkaitan dengan mutu di sekolah maka jika di lihat dari unsur masukan maka mutu masukan (*input*) dapat terdiri dari:

1. Kondisi baik atau tidaknya masukan SDM seperti kepala sekolah, guru, laboran staf Tata usaha, dan siswa
2. Memenuhi tidaknya kriteria masukan material berupa alat peraga, buku-buku, kurikulum, prasarana, sarana sekolah dan lain-lain.
3. Memenuhi atau tidaknya kriteria masukan berupa perangkat lunak seperti peraturan, struktur organisasi, dan deskripsi kerja.
4. Mutu masukan yang bersifat harapan dan kebutuhan seperti visi, motivasi, ketekunan dan cita-cita. (Umiarso dan Imam Gojali, 2010, p. 125).

Peningkatan mutu menuntut adanya perubahan dalam pembelajaran dan penilaian. Hal tersebut sesuai dengan perubahan paradigma pendidikan yang tidak hanya menuntut adanya perubahan dalam proses pembelajaran, tetapi juga termasuk perubahan dalam melaksanakan penilaian pembelajaran peserta didik. Dalam paradigma lama, penilaian pembelajaran lebih ditekankan pada hasil atau produk dan cenderung hanya menilai kemampuan aspek kognitif, yang kadang-kadang direduksi sedemikian rupa melalui bentuk tes obyektif. Sementara, penilaian dalam aspek afektif dan psikomotorik kerap kali diabaikan.

Melalui pembelajaran berbasis kompetensi maka penilaian pembelajaran tidak hanya ditujukan untuk mengukur tingkat kemampuan kognitif semata, tetapi mencakup seluruh aspek kepribadian atau afektif dari siswa juga psikomotornya. Penilaian tidak hanya bertumpu pada penilaian produk, tetapi juga mempertimbangkan segi proses. Kesemuanya itu menuntut adanya perubahan dalam pendekatan dan teknik penilaian pembelajaran siswa. Untuk itulah, Depdiknas (2006) meluncurkan rambu-

rambu penilaian pembelajaran peserta didik, dengan apa yang disebut Penilaian Kelas. Berdasarkan pada PP. Nomor 19 tentang Standar Nasional Pendidikan pasal 64 ayat (1) dijelaskan bahwa penilaian hasil belajar oleh pendidik dilakukan secara berkesinambungan untuk memantau proses, kemajuan, dan perbaikan hasil belajar dalam bentuk ulangan harian, ulangan tengah semester, ulangan akhir semester, dan ulangan kenaikan kelas. Selanjutnya, ayat (2) menjelaskan bahwa penilaian hasil belajar oleh pendidik digunakan untuk (a) menilai pencapaian kompetensi peserta didik; (b) bahan penyusunan laporan kemajuan hasil belajar; dan (c) memperbaiki proses pembelajaran. Dalam rangka penilaian hasil belajar (rapor) pada semester satu penilaian dapat dilakukan melalui ulangan harian, ulangan tengah semester, ulangan akhir semester, dan dilengkapi dengan tugastugas lain seperti pekerjaan rumah (PR), proyek, pengamatan dan produk.

Menurut Oemar Hamalik (2009), hasil belajar adalah bila seseorang telah belajar akan terjadi perubahan tingkah laku pada orang tersebut, misalnya dari tidak tahu menjadi tahu, dan dari tidak mengerti menjadi mengerti. (p. 30) Hasil belajar adalah perubahan perilaku akibat proses pendidikan sesuai dengan tujuan pendidikan. Hasil belajar merupakan realisasi tercapainya tujuan pendidikan sehingga hasil belajar yang diukur sangat bergantung pada tujuannya. Hasil belajar seringkali digunakan sebagai ukuran untuk mengetahui seberapa jauh seseorang menguasai bahan yang telah diajarkan.

Hasil belajar merupakan perolehan dari proses belajar siswa sesuai dengan tujuan pengajaran (*ends are being attained*). Berdasarkan teori Taksonomi Bloom hasil belajar dalam rangka studi dicapai melalui tiga kategori ranah antara lain kognitif, afektif, psikomotor. Perinciannya adalah sebagai berikut:

1. **Ranah Kognitif** Berkenaan dengan hasil belajar intelektual yang terdiri dari 6 aspek yaitu pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, sintesis dan penilaian.

2. **Ranah Afektif.** Berkenaan dengan sikap dan nilai. Ranah afektif meliputi lima jenjang kemampuan yaitu menerima, menjawab atau reaksi, menilai, organisasi dan karakterisasi dengan suatu nilai atau kompleks nilai.
3. **Ranah Psikomotor.** Meliputi keterampilan motorik, manipulasi benda-benda, koordinasi *neuromuscular* (menghubungkan, mengamati). Tipe hasil belajar kognitif lebih dominan daripada afektif dan psikomotor karena lebih menonjol, namun hasil belajar psikomotor dan afektif juga harus menjadi bagian dari hasil penilaian dalam proses pembelajaran di sekolah.

Hasil belajar adalah kemampuan-kemampuan yang dimiliki peserta didik setelah ia menerima pengalaman belajarnya. Hasil belajar digunakan oleh pendidik untuk dijadikan ukuran atau kriteria dalam mencapai suatu tujuan pendidikan. Hal ini dapat tercapai apabila peserta didik sudah memahami belajar dengan diiringi oleh perubahan tingkah laku yang lebih baik lagi. Sedangkan tanda bagi satuan pendidikan atau sekolah dinyatakan telah seberapa persen mencapai keberhasilan dalam proses belajar mengajar adalah dinilai dari jumlah lulusan dari sekolah bersangkutan.

Penilaian dari publik eksternal dalam pembahasan di sini dikombinasikan dari berbagai sumber menjadi berikut ini: Upaya yang terus menerus dilakukan dan berkesinambungan diharapkan dapat memberikan layanan pendidikan bermutu dan berkualitas. Layanan pendidikan yang bermutu dan berkualitas merupakan salah satu hal yang dapat menjamin bahwa proses penyelenggaraan pendidikan di sekolah sudah sesuai harapan dan yang seharusnya terjadi. Peningkatan mutu pada setiap sekolah sebagai satuan pendidikan diharapkan dapat meningkatkan mutu sumberdaya manusia secara nasional. Mutu pendidikan harus sesuai dengan yang distandarkan oleh Negara. Jika standar yang dikehendaki bersifat nasional, maka hendaknya standar

sekolah tersebut juga harus bersifat nasional. Penilaian standar ini di lihat mulai dari aspek input, proses hingga outputnya.

2.5. Popularitas sekolah

Popularitas diartikan sebagai kondisi suatu hal yang diketahui, dikenal dan disukainya oleh khalayak atau masyarakat. Popularitas berasal dari kata “popular” yang menurut kamus Besar Bahasa Indonesia secara umum berarti dikenal atau disukai orang banyak. Jadi popularitas adalah keterkenalan, kemasyhuran, kepopuleran.

Popularitas diperjuangkan dengan berbagai cara. Popularitas sering dikenal dengan istilah tenar, masyhur, diketahui atau dikenal banyak orang. Begitu pula dengan popularitas sekolah berarti sekolah yang tenar, masyhur, atau diketahui dan dikenal banyak orang.

Popularitas biasanya dikaitkan dengan tokoh, organisasi/kelompok, tempat dan waktu yang penting dan terkenal akan menarik perhatian khalayak. (Sasa Juarsa Sendjaja, 2002. p. 7.16).

Popularitas sekolah tidak terjadi begitu saja melainkan melalui beberapa proses dan indikator penilaian dari publik eksternal. Identitas sekolah yang telah kuat akan berpengaruh pada pencitraan dan popularitas di masyarakat. Salah satu situs internet yang membuat survey tentang sekolah-sekolah di lingkungan wilayah DKI Jakarta yang terpopuler. Situs dengan alamat <http://www.studiluarnegeri.com> memuat ada 5 kriteria yang umumnya digunakan oleh para siswa dalam menilai suatu sekolah menengah atas menjadi populer atau tidak adalah karena 1).prestasi akademik, 2). letak sekolah, 3). relasi, 4). fasilitas, dan. 5). manajemen sekolah.

Prestasi Akademik. Persepsi terhadap sekolah dilihat dari kecerdasan akademis tidak dapat dipisahkan. Tentang hal ini orang tua dan siswa memiliki pandangan yang sama. Penerimaan masyarakat terhadap citra sekolah didasarkan pada beberapa kriteria.

Letak Sekolah. Jarak dan letak sekolah juga menjadi pertimbangan siswa. Apakah mereka mau bersekolah di area yang sulit ditempuh sekalipun transportasi dipenuhi oleh orang tua.

Relasi. Teman, saudara ataupun relasi dari orang tua dapat memberikan pengaruh yang besar bagi orang tua dalam menentukan sekolah anaknya. Pilihan mereka seakan dapat menjadi patokan paling tepat, ketimbang pilihan anaknya. Lokasi sekolah menunjukkan letak suatu sekolah berada dan menjadi tempat melakukan segala aktivitas sehari-hari. Lokasi sekolah dapat menunjang proses kegiatan belajar mengajar. Bahkan sebaliknya lokasi sekolah yang kurang mendukung dapat juga mempengaruhi kelancaran proses belajar mengajar.

Fasilitas. Terkadang, adanya fasilitas membuat Orang Tua merasa anaknya akan terjamin. Fasilitas yang memadai benar-benar membuat mereka merasa tenang dan memilihkan anaknya untuk bersekolah di sekolah pilihan mereka.

Fasilitas, berdasarkan kamus besar bahasa yaitu prasarana atau wahana untuk melakukan atau mempermudah sesuatu. Fasilitas bisa pula dianggap sebagai suatu alat. Fasilitas biasanya dihubungkan dalam pemenuhan suatu prasarana umum yang terdapat dalam suatu perusahaan-perusahaan ataupun organisasi tertentu. Berkaitan dengan sekolah maka fasilitas yang dibutuhkan oleh sekolah umumnya terdiri atas gedung sekolah, tempat parkir, lapangan olah raga, laboratorium IPA, kantin, tempat ibadah. Tampilan fisik sekolah ini juga merupakan daya tarik bagi masyarakat untuk melakukan penilaian dan tertarik pada sekolah bersangkutan.

Management Sekolah. Siapa kepala sekolahnya, bagaimana reputasi dewan gurunya, bagaimana sistem yang mereka terapkan merupakan hal

penting di mata orang tua. Begitu juga dengan humas sekolah dan brosur yang menarik akan menjadi salah satu perhatian orang tua.

Popularitas dapat dicapai jika lembaga telah mencapai *brand equity*. Terbentuknya popularitas secara umum terjadi karena terbentuknya *brand equity* yang terbentuk tidak hanya karena *brand image* positif tetapi juga melalui program marcom dapat memperkuat dan menguntungkan, memperkuat, dan meyakinkan tentang merek yang unik di benak konsumen. Sebagaimana pernyataan berikut

"In general, efforts to enhance a brand's equity are accomplished through the initial choice of positive brand identity (that is, via the selection of a good brand name and logo) but mostly through marketing and marcom program that forge favorable, strong, and unique associations with the brand in the consumer's mind. It is impossible to overstate the importance of effort to enhance a brand's equity. (Terence A. Shimp, 2010, p.42).

Sebagai pendukung untuk mencapai popularitas suatu organisasi terlebih lagi bagi perusahaan maka perlu meraih *brand equity* yaitu "aset of assets (and liabilities) linked to a brand's name and symbol that adds to (or subtracts from) the value provided by a product or service to a firm and/or that's firm's costumers. The major asset categories are brand name awarness, brand loyalty, perceived quality and brand associations. (David A. Aaker. 1996, p. 7). Dengan diraihnya brand equity maka suatu lembaga atau perusahaan dapat lebih mudah untuk menarik perhatian konsumen. Oleh karena perusahaan harus mempertahankan, emmelihara bahkan menciptakan inovasi baru agar lembaga atau perusahaan lebih tenar lagi di benak dan pandangan khalayak atau konsumen.

Popularitas dapat juga diperoleh apabila sekolah memiliki keunggulan-keunggulan dan dapat terjadi karena adanya penciptaan nilai (*value added*) melalui berbagai strategi misalnya memberikan kemudahan jarak dan memberi fasilitas bus mahasiswa, kemudahan

dengan fasilitas teknologi e-learning, e library dan sebagainya. (Eddi Soeryanto Soegoto, 2010, p. 144).

Popularitas suatu lembaga ditentukan oleh publik atau konsumen dalam menentukan dan memilih suatu lembaga dalam benaknya. Brand dari suatu lembaga dengan mudah diingat oleh konsumen karena ada upaya-upaya dari produsen atau lembaga atau perusahaan untuk mendekatkan brand mereka pada konsumennya. Berbagai cara yang dilakukan teruang dalam program marketing komunikasi perusahaan atau lembaga yang bersangkutan, Ketenaran dapat terjadi karena konsumen menyimpan memori, memperkuat dan mengenal keunikar merk lembaga atau perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat berikut ini " *a brand possesses equity to the extent that people are familiar with the brand and have stored in memory favorable, strong, and unique brand associations*". (Terence A. Shimp, 2010, p. 36).

Selain itu popularitas juga dapat diperoleh dengan bantuan media. "Kunci utama menuju ketenaran dan status selebriti, para pemimpin organisasi telah menggunakan media untuk memproyeksikan sebuah citra yang diinginkan". (McQuail dalam Sandra Oliver. 2001, p. 96).

Perwujudan sekolah agar menjadi terkenal dan diakui keberadaannya oleh masyarakat di tunjang pula oleh status hukum lembaga tersebut melalui penilaian dan hasilnya dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kekuatan hukum. Salah satu bentuk penilaian tersebut adalah akreditasi. Akreditasi tidak hanya dilakukan terhadap lembaga tetapi juga atas profesi perseorangan seperti halnya di beberapa negara bagian di Amerika Serikat dan assosiasi khusus memiliki program untuk memberi sertifikat praktis bagi profesi PR. Lembaga tersebut dikenal dengan "*Universal Accreditation Board*" yang dipimpin PRSA, lembaga ini biasanya mensyaratkan tes tertulis dan lisan di hadapan panel penguji yang memenuhi syarat bagi para PR yang ingin mendapatkan sertifikat.. (Scott Cutlip dkk, 2009, p. 152).

Berkaitan akreditasi tersebut organisasi atau bahkan lembaga pendidikan juga sudah mengenal dan memiliki sertifikat akreditasi serta disosialisasikan kepada banyak orang. Akreditasi ini dilakukan oleh Badan Akreditasi Nasional (BAN) memberikan pengakuan pada kelayakan suatu perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, dalam memberikan pelayanan pendidikan. Sedangkan untuk tingkat sekolah, akreditasi dilakukan Badan Akreditasi Sekolah (BAS) yang sementara ini baru dilaksanakan pada sekolah swasta. Akreditasi sekolah yang sebenarnya mempunyai pengertian sebagai proses penilaian secara komprehensif terhadap kelayakan dan kinerja lembaga atau suatu program pendidikan dilakukan sebagai bentuk akuntabilitas publik, alat regulasi diri (*self regulation*) di mana sekolah mengenal kekuatan dengan melakukan analisa SWOT.

Melalui analisa SWOT ini sekolah harus dapat mengenal dengan baik lembaganya akan kekuatan atau keunggulan yang dimiliki (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), peluang-peluang (*opportunity*) serta terus menerus meningkatkan kekuatan dan memperbaiki kelemahannya. Sebelum dilakukan penilaian akreditasi umumnya sekolah-sekolah telah disosialisasikan tentang prosedur pengakreditasi dengan cukup jelas sehingga nantinya akan memenuhi standar yang diharapkan.

Lembaga yang melakukan penilaian atas keberhasilan sekolah dalam pemenuhan Standar Nasional Pendidikan (SNP) adalah Badan Akreditasi Nasional (BAN). BAN di tingkat kabupaten/kota harus melaksanakan prosedur akreditasi sekolah secara benar dan terstandar, sesuai dengan UU Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Pengembangan sekaligus membangun sistem pengendalian mutu pendidikan dilakukan melalui empat program yang terintegrasi, yaitu standarisasi, evaluasi, akreditasi dan sertifikasi. Standarisasi pendidikan mempunyai makna sebagai upaya penyamaan arah pendidikan secara nasional yang memiliki keleluasan dan keluwesan dalam

implementasinya. Evaluasi merupakan suatu proses kontinu dalam memperoleh data maupun informasi guna pengambilan suatu keputusan. Akreditasi merupakan suatu pengakuan terhadap kinerja sekolah yang diwujudkan dengan adanya sertifikasi yang dikeluarkan suatu lembaga mandiri dan profesional.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengandalkan data-data statistik sebagai alat analisis. Sifat lain adalah rasionalistik (sesuai dengan akal-sehat), penelusuran informasi dilakukan dari luar (objek), fungsionalis (memiliki fungsi yang jelas dan tertentu), dan positivis (dipotret pada keadaan tertentu itu saja). Penelitian ini menggunakan sejumlah teknik kuantitatif seperti statistik, model optimasi, model informasi, atau simulasi komputer untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan rancangan atau desain penelitian yang dilaksanakan merupakan proses pengumpulan dan analisis hasil penelitian. Proses penelitian dimulai dari perencanaan dengan mengadakan observasi atau pengamatan serta memilih pengukuran variabel, prosedur dan teknik sampling, instrumen, kemudian pelaksanaan penelitian pengumpulan data, analisis data, dan pelaporan hasil serta evaluasi terhadap hasil penelitian untuk membuktikan hipotesis penelitian.

3.2. Unit dan lokasi penelitian

Penelitian akan dilaksanakan dengan sasaran peran humas, citra lembaga, mutu pendidikan dan popularitas Sekolah Menengah Atas Negeri di mata siswa Sekolah Menengah Pertama Negeri di wilayah DKI Jakarta dengan populasi seluruh siswa kelas IX SMP Negeri di 6 sub rayon wilayah DKI Jakarta. Adapun sekolah yang dijadikan unit analisis adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1.
DAFTAR SEKOLAH SUB RAYON YANG DIJADIKAN POPULASI

No.	Sub-Rayon	Nama Sekolah dan Alamat	Jumlah Siswa Kelas IX
1	Sub Rayon 01 Jakarta Pusat	SMP Negeri 216 Jl. Salemba Raya No.18 Jakarta Pusat	360
2	Sub-Rayon 02 Jakarta Pusat	SMP Negeri 5 Jl. Dr.Sutomo No.5 Jakarta Pusat	195
3	Sub-Rayon 03 Jakarta Utara	SMP Negeri 30 Jl. Angrek No.4, Koja, Jakarta Utara	240
4	Sub-Rayon 06 Jakarta Barat	SMP Negeri 45 Jl. Utama Raya No.45, Cengkareng, Jakarta Barat	320
5	Sub-Rayon 07 Jakarta Barat	SMP Negeri 75 Jl. Raya Kebon Jeruk, Jakarta Barat	307
6	Sub- Rayon 13 Jakarta Timur	SMP Negeri 92 Jl. Perhubungan 12, Pulo Gadung, Jakarta Timur	270
JUMLAH POPULASI			1692

Sumber: Data 8355 dari Tata usaha setiap sekolah yang bersangkutan

3.3. Metode penelitian

Studi yang dilakukan adalah bersifat *ex post facto*. Metode penelitian bersifat *ex post facto* yaitu setelah semua data atau kejadian yang dikumpulkan telah selesai berlangsung maka peneliti dapat melihat akibat dari suatu fenomena dan menguji hubungan sebab akibat dari data-data yang tersedia. Dengan kata lain penelitian dilakukan dengan cara mengambil

data kemudian dikumpulkan setelah semua kejadian yang dipersoalkan berlangsung (telah lalu). Penelitian mengambil satu atau lebih akibat (sebagai "*dependent variables*") dan menguji data saling hubungan dan maknanya.

Metode *ex post facto* ini merupakan penelitian dengan melakukan penyelidikan secara empiris yang sistematis, di mana peneliti tidak mempunyai kontrol langsung terhadap variabel-variabel bebas (*independent variables*) karena fenomena sukar dimanipulasi. (Sofyan Siregar, 2010, p. 103).

Penelitian dilakukan dengan menyebar kuisisioner untuk mengambil data primer. Selain itu juga digunakan metode observasi sebagai cara untuk mengambil data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada sampel secara acak sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi perpustakaan, wawancara, observasi di lapangan, dan studi dokumenter atas data-data sekolah yang berkaitan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan peneliti adalah populasi terbatas yaitu populasi yang mempunyai sumber data yang jelas batasnya secara kuantitatif sehingga dapat dihitung jumlahnya. Populasi yang digunakan juga adalah populasi yang homogen yaitu populasi yang sifat atau keadaan yang tidak jauh berbeda. Pelaksanakan penelitian, walaupun tersedia populasi yang terbatas dan homogen, namun peneliti tidak mengumpulkan data secara populasi, tetapi mengambil sebagian dari populasi yang dianggap mewakili. Hal ini berdasarkan pertimbangan yang logis, seperti kepraktisan, keterbatasan biaya, waktu, dan tenaga.

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi.

Teknik penarikan sampel atau teknik sampling yang digunakan adalah dengan cara mengambil sampel yang *representatif* dari populasi. Pengambilan sampel ini diharapkan dapat dilakukan dengan cara penghitungan jumlah yang akan dijadikan responden sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

1. Ukuran Sampel.

Untuk menentukan jumlah sampel, menurut Singarimbun dan Effendi (1995), menyatakan bahwa bila analisa yang dipakai adalah teknik korelasi, maka sampel yang harus diambil minimal 30 objek. Menurut Suharsimi Arikunto (1996), untuk perkiraan maka apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik semua di ambil tetapi jika jumlah subjeknya lebih besar maka diambil sekitar 10 – 15 % atau 20 – 25%. Kemudian berdasarkan teori Taro Yamane dalam Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2008) jika sampel berjumlah lebih dari 1000 maka digunakan rumus sebagai berikut:
$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Dimana n adalah jumlah sampel, N jumlah populasi, d^2 adalah presisi yang ditetapkan. Berdasarkan pernyataan-pernyataan dan rumus tersebut maka jumlah anggota sampel penelitian yang akan peneliti ambil secara sederhana dan manual adalah sebesar $\pm 14\%$ dari 1692 siswa populasi yakni 237,88 sedangkan dari penghitungan rumus Taro Yamane jika $N = 1692$, d^2 ditetapkan 6% maka diperoleh angka n adalah sebesar 238.61 sampel. Berdasarkan penghitungan di atas peneliti melakukan penggenapan menjadi 240 siswa dengan perbandingan porsi yang sama pada setiap sekolah masing-masing 40 responden di 6 sekolah sebagai unit analisis.

2. Pengambilan Sampel

Teknik penarikan sampel dilakukan dengan metode *purposive random sampling*. Sampel yang diambil memiliki tujuan tertentu yaitu siswa

SMP kelas 9 di sekolah-sekolah sub rayon SMP di wilayah DKI Jakarta. Sampel yang digunakan adalah siswa di 6 sub rayon sekolah menengah pertama negeri yang dipilih secara acak dari data yang didasarkan pada Peraturan Bersama Kepala Dinas Pendidikan dan Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta No. 1 tahun 2010 tentang Petunjuk Teknis pelaksanaan Ujian Nasional dan Ujian Sekolah pada Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah menengah Pertama Luar Biasa (SMPLB), dalam lingkungan Pembinaan Dinas Pendidikan dan Madrasah Tsanawiyah (MTs) dalam Lingkungan Pembinaan Kantor Wilayah Departemen Agama Provinsi DKI Jakarta tahun 2009/2010. Dari sekolah sampel yang telah terpilih tersebut kemudian ditarik 40 orang siswa secara acak dari setiap sekolah sehingga jumlah responden sampel adalah sebanyak 240 siswa. Penentuan sampel diambil secara acak sederhana. Kuisisioner diberikan kepada siswa SMP kelas IX dari satu sekolah tanpa ada persyaratan lain sampai memenuhi 40 responden.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Sehubungan dengan pengertian teknik pengumpulan data dan wujud data yang akan dikumpulkan, maka dalam penelitian ini digunakan dua teknik utama pengumpulan data, yaitu studi dokumentasi dan melalui penyebaran kuisisioner.

a. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari instansi atau lembaga meliputi buku-buku, laporan kegiatannya, data sekolah di instansi atau lembaga yang relevan dengan fokus penelitian.

b. Kuisisioner

Kuisisioner disebarkan pada responden sebanyak 240 siswa SMP yang ditetapkan berdasarkan kriteria dan ditentukan secara acak. Kuisisioner ini kemudian digunakan sebagai instrument untuk mendapatkan data

tentang kontribusi peran humas, citra, mutu terhadap popularitas sekolah.

3.6. Instrumen Penelitian

Pengembangan instrumen ditempuh melalui beberapa cara, yaitu menyusun indikator variabel penelitian, menyusun kisi-kisi instrumen, melakukan uji coba instrumen dan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen. Dalam hal ini variabel penelitian dibedakan menjadi:

X_1 : Peran humas (variabel bebas)

X_2 : Citra lembaga (variabel bebas)

X_3 : Mutu sekolah (variabel bebas)

Y : Popularitas sekolah (variabel terikat)

Instrumen yang digunakan adalah berbentuk kuisioner yang dilengkapi dengan alternatif jawaban terdiri atas lima (5) kriteria. Lima kriteria tersebut disediakan dalam lembar kuisioner dan responden memberikan tanggapan atas setiap pernyataan yang telah dibuat oleh peneliti. Responden memberikan respon atas pernyataan dalam kuisioner dengan memberikan tanda pada kolom yang sudah disediakan yang terdiri atas pernyataan SS untuk Sangat setuju, S untuk menyatakan setuju, R jika ragu-ragu, TS jika menyatakan tidak setuju dan STS jika sangat tidak setuju.

3.7. Validitas dan Realibilitas

1. Validitas

Validitas merupakan tingkat sejauh mana alat ukur dapat mengukur konsep semula yang akan diukur. Untuk mengukur validitas pada penelitian ini adalah uji validitas konstruk dan metode penghitungan faktor analisis. Faktor analisis yang digunakan adalah analisis r Pearson sebagai dasar pengembangan konsep untuk membangun hipotesis. Untuk mengetahui instrumen valid atau tidak maka digunakan kriteria penafsiran mengenai indeks korelasi (r) sebagai berikut:

Universitas Indonesia

Antara 0,800 – 1,000 = sangat tinggi

Antara 0,600 – 0,799 = tinggi

Antara 0,400 – 0,599 = cukup tinggi

Antara 0,200 – 0,399 = rendah

Antara 0,000 – 0,199 = sangat rendah

(Riduwan & Achmad Enkos Kuncoro, 2008. p. 62)

2. Realibilitas

Realibilitas menunjukkan apakah alat ukur yang digunakan mempunyai tingkat konsistensi apabila digunakan untuk mengukur fenomena yang sama lebih dari satu atau beberapa kali. Uji alat ukur ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Standar nilai Alpha yang digunakan adalah 0,6 yang artinya indikator yang digunakan sesuai mengukur konsep di atasnya. Dengan demikian jika nilai alpha dibawah 0,6 maka alat ukur dianggap tidak *reliable*.

Untuk menentukan keeratan hubungan Guilford (1980) memberikan kriteria sebagai berikut.

Kurang dari 0,2 : Hubungan sangat kecil dan bisa diabaikan

0,20 - < 0,40 : Hubungan yang kecil (tidak erat)

0,40 - < 0,70 : Hubungan yang cukup erat

0,70 - < 0,90 : Hubungan yang erat (reliabel)

0,90 - < 1,00 : Hubungan yang sangat erat (sangat reliabel)

(Dedy N. Hidayat, 2007, p. 42)

3.7. Uji Prasyarat

Uji persyaratan ini diperlukan untuk mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Analisis varian ini mempersyaratkan bahwa distribusi data harus berasal dari distribusi normal dan kelompok-kelompok yang dibandingkan harus homogen. Oleh karena itu penelitian ini juga menyertakan analisis uji normalitas dan homogenitas yang dilakukan melalui program SPSS.

3.7.1. Uji Normalitas

-Uji normalitas ini ditujukan untuk mengetahui apakah data yang sudah di dapat memiliki distribusi normal. Jika iya maka proses uji hipotesis selanjutnya dapat dilakukan. Penelitian ini menggunakan pengujian normalitas data dengan SPSS. Untuk mengetahui kondisi normalitas data tersebut maka digunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

3.7.2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan uji yang dilakukan untuk menentukan apakah sampel berasal dari varians yang homogen. Melalui uji homogenitas ini dimaksudkan untuk membuktikan bahwa data yang diolah berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama atau homogen. Penelitian ini melakukan uji homogenitas untuk pengolahan regresi sehingga data variabel dikelompokkan data variable terikat dilakukan berdasarkan data variabel bebas. Pengujian homogenitas dilakukan dengan SPSS. Untuk mengetahui homogenitas data maka digunakan uji Analisis Of Variance.

3.7.3. Uji Linieritas

-Uji linieritas ini dilakukan untuk mengetahui liniernya data. Uji linieritas dilakukan dengan mencari persamaan garis regresi variabel bebas X_1, X_2, X_3 terhadap variabel terikat Y . Pengujian dilakukan dengan SPSS. Sedangkan untuk mengetahui linieritas data digunakan rumus ANOVA.

3.8. Uji Hipotesis

Pengujian atas hipotesis dilakukan menggunakan dua cara yaitu dengan dilakukan uji regresi untuk mengetahui kontribusi ketiga variabel bebas (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel terikat (Y). Kemudian langkah selanjutnya menggunakan path analisis untuk menguji kontribusi masing-

masing variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu kontribusi X_1 terhadap Y , kontribusi X_2 terhadap Y dan kontribusi X_3 terhadap Y .

3.9. Hipotesis Penelitian

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis diperlukan suatu informasi empirik (data lapangan), sedangkan informasi dalam kehidupan sehari-hari diperlukan sebagai landasan pengambilan keputusan dalam kerangka penyelesaian masalah yang kita hadapi. Terbentuknya informasi tersebut berasal dari bahan baku berupa data.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dilakukan pengujian maka hipotesis yang diangkat adalah terdapat:

- Kontribusi signifikan antara peran humas terhadap popularitas sekolah (H_1).
- Kontribusi signifikan antara citra lembaga terhadap popularitas sekolah (H_1).
- Kontribusi signifikan antara mutu sekolah terhadap popularitas sekolah (H_1).
- Kontribusi signifikan antara peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah terhadap popularitas sekolah (H_1).

3.10. Analisis dan interpretasi data

Untuk menganalisis hasil penelitian digunakan *path analysis* dengan menggunakan program SPSS. Teknik analisis jalur ini digunakan untuk menguji besarnya kontribusi yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel peran humas (X_1), citra sekolah (X_2), mutu sekolah (X_3) dan Popularitas sekolah (Y_2).

Terdapat beberapa definisi mengenai analisis jalur ini, diantaranya :
 “Analisis jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak

langsung". (Robert D. Retherford, 1993). Sedangkan definisi lain mengatakan: "Analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi (*significance*) hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel." (Paul Webley 1997). David Garson dari *North Carolina State University* mendefinisikan analisis jalur sebagai "Model perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti.

Analisis jalur merupakan kepanjangan dari analisis regresi berganda. Path analysis ini bertujuan untuk menguji suatu kerangka teori mengenai pola hubungan serangkaian variabel yang mempengaruhi suatu variabel tertentu (*dependent variable*). (Dedy N. Hidayat, 2007, p. 36).

3.11. Operasional Konsep

Definisi konseptual variabel adalah variabel penelitian yang akan diberikan penjelasan secara operasional, yaitu:

Operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini baik definisi konseptual, indikator yang digunakan, serta alat ukur serta penilaian adalah sebagai berikut:

Variabel bebas adalah

X_1 : Peran humas

Indikator yang digunakan dalam pengembangan konsep dan instrumen adalah empat peran PR sebagai berikut:

1. Teknisi komunikasi (*Communication technician*)
2. Pakar perumus (*Expert prescriber*).
3. Fasilitator komunikasi (*Communication Facilitator*)
4. Fasilitator pemecah masalah. (*problem solving facilitator*)

Dikembangkan dari Scott Cutlip dkk, 2009

X₂ : Citra lembaga

Indikator yang digunakan untuk mengetahui citra sekolah adalah konsep Citra perusahaan (*corporate image*), ditambahkan dengan pencapaian citra dari suatu organisasi dengan tahapan sebagai berikut:

1. *selective attention*, yaitu seseorang akan mempersepsikan sesuatu berdasarkan perhatian
2. *selective distorsion*, yaitu kecenderungan seseorang untuk memilah-milah informasi berdasarkan kepentingan pribadinya dan menterjemahkan informasi berdasarkan pola pikir sebelumnya yang berkaitan dengan informasi tersebut
3. *selective retention*, yaitu seseorang akan mudah mengingat informasi yang dilakukan seseorang.

Dikembangkan dari Frank Jefkins (*Corporate Image*, 2002), M Wayne de Lozier (1976),

X₃ : Mutu sekolah

Dikembangkan dari pengertian menurut Kamus bahasa Indonesia dikombinasikan tentang mutu sekolah adalah sebagai berikut:

1. Akreditasi
2. Unggul input
3. Unggul NUN
4. Kualitas guru
5. Sarana yang unggul
6. Mapel khas/Mulok
7. Lulusan
8. Unggul ekstrakurikuler
9. Penerimaan di PTN

(dikembangkan dari arti kamus bahasa Indonesia, dikombinasikan dengan pendapat Edward Sallis, Sudarwan Danim (2006), Sudarwan Danim dalam Umiarso & Imam Gojali (2008).

Sedangkan variabel terikat adalah

Y : Popularitas sekolah

5 kriteria yang umumnya digunakan oleh para siswa dalam menilai suatu sekolah menengah atas menjadi populer atau tidak adalah karena

1. prestasi akademik,
2. letak sekolah,
3. relasi,
4. fasilitas,
5. manajemen sekolah.

Dikembangkan dari item survey www.studiluarnegeri dan SNP, *value added*, Eddi Soeryanto Soegoto (2010).

Berikut ini tabel operasional konsep yang digunakan peneliti dalam mengembangkan instrumen penelitian untuk menjaring data.

Tabel 3.2
Operasional Konsep

Variabel	Indikator	Definisi operasional	Pernyataan
PERAN HUMAS	Menulis	Humas berperan menuliskan informasi sekolahnya di beberapa media	14 pernyataan
	Mengembangkan komunikasi	Humas mengembangkan web sekolah Humas mampu melakukan komunikasi untuk memperkenalkan program sekolah	
	Promosi	humas untuk menangani promosi sekolah	
	Menyusun program	humas mampu menyusun program-program yang menarik untuk promosi sekolah	
	Membuat event	humas dapat membuat berbagai event yang dapat dilihat masyarakat	

Universitas Indonesia

Variabel	Indikator	Definisi operasional	Pernyataan
	Perantara	humas sebagai perantara sekolah dengan masyarakat	
	Sumber informasi	humas yang menjadi sumber informasi kepada masyarakat	
	menyebarkan	humas dapat menyebarkan informasi yang diperlukan masyarakat	
	Memecahkan masalah	humas yang mampu memecahkan masalah jika sekolah menghadapi suatu problem	
	Cari solusi	Humas sekolah harus berperan mencari solusi atau alternatif pemecahan masalah dalam sekolah	
CITRA POSITIF ORGANISASI	Perhatian	Memiliki perhatian yang lebih kepada suatu sekolah Memiliki nama baik di mata masyarakat Publik memiliki perhatian yang besar untuk mengetahui sekolah tersebut Sekolah mencari cara agar sekolah diperhatikan masyarakat Publik selalu memperhatikan informasi dari sekolah tersebut	
	Memilah informasi	Dapat memberikan informasi yang dapat dipilah oleh masyarakat Memilih informasi atas sekolah agar bercitra positif Informasi yang diberikan dapat dipopulerkan dan sudah dapat dimengerti oleh masyarakat	18 pernyataan
	Mengingat	Sekolah selalu diingat oleh masyarakat Segala berita yang disampaikan oleh sekolah bercitra positif akan selalu diingat Informasi sekolah menjadi mudah diingat oleh masyarakat	
MUTU SEKOLAH	Akreditasi	Memiliki akreditasi sangat baik diketahui masyarakat	
	Unggul input	Memiliki keunggulan dalam penerimaan Input siswa	

Variabel	Indikator	Definisi operasional	Pernyataan
	Unggul NUN	Memiliki keunggulan NUN SMP siswa yang diterima	23 pernyataan
	Kualitas guru	Memiliki keunggulan dalam kualitas guru minimal berlulusan S1	
	Sarana yang unggul	Memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam disiplin sekolah Memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam kelengkapan sarana komputer Memiliki keunggulan di banding sekolah lain sarana ruangan kelas Memiliki keunggulan di banding sekolah lain sarana laboratorium	
	Mapel khas/Mulok	Matapelajaran khas unggulan atau Mulok	
	Lulusan	Memiliki kelebihan di banding sekolah lain dalam hal jumlah lulusan setiap tahun	
	Unggul ekstrakurikuler	Memiliki keunggulan prestasi ekstra kurikuler di banding sekolah lain	
	Penerimaan di PTN	Keunggulan penerimaan di PTN di banding sekolah lain	
POPULARITAS SEKOLAH	terkenal /populer di masyarakat	Pendapat anda dengan predikat lima Sekolah terpopuler di DKI	25 pernyataan
	Lulusan	Salah satu penilaian sekolah populer karena lulusan tidak ada yang jadi pengangguran Predikat sekolah populer karena lulusannya banyak lolos ke PTN	
	Lokasi sekolah	Sekolah populer karena letaknya berada di lingkungan elite Sekolah jadi populer karena letaknya dekat lokasi pusat pendidikan	
	Lama berdiri	Lamanya berdiri sekolah tersebut	
	Relasi	Memiliki relasi dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Memiliki relasi dengan Perguruan	

Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Pernyataan
		Tinggi Swasta (PTS) Memiliki jaringan dengan dunia usaha dan dunia industri Memiliki jaringan dengan lembaga pemberi beasiswa dalam maupun luar negeri	
	Sarana	Memiliki sarana computer dan internet yang lengkap dan canggih Memiliki laboratorium yang sangat lengkap dan canggih Memiliki gedung yang nyaman dan memadai Memiliki perpustakaan yang sangat memadai, terbuka kepada pihak lain dan berbasis TIK	
	Manajemen sekolah	Sistem penerimaan siswa baru yang terbuka secara umum Memiliki sistem manajemen informasi bisa diakses masyarakat	

Dikembangkan dari pemikiran Scott M. Cutlip dkk (*Effective Public Relation*, 2009), Frank Jenkins (*Corporate Image*, 2002), M Wayne de Lozier (1976), Edward Sullis dan Sudarwan Danim (2006), item survey www.studiluarnegeri dan SNP, *value added*, Eddi Soeryanto Soegoto (2010).

3.12. Metode Analisis Data

Data yang diperoleh melalui hasil survey dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis statistik SPSS 17. Data yang diperoleh melalui hasil observasi, akan digambarkan secara deskriptif sebagai data pendukung.

Observasi dilakukan secara tidak disadari oleh objek peneliti, beberapa di antaranya dengan kunjungan wawancara terselubung, pengamatan terhadap lingkungan sekolah, pengumpulan dokumen administrasi kesiswaan sekolah.

Hasil observasi diharapkan membantu :

- a. Peneliti akan mendapatkan pemahaman lebih baik tentang konteks dalam hal yang diteliti akan atau terjadi.
- b. Peneliti memperoleh data tentang hal-hal yang karena berbagai sebab tidak diungkapkan oleh subjek penelitian secara terbuka dalam survey.

- c. Peneliti merefleksikan dan bersikap introspektif terhadap penelitian yang dilakukan. Impresi dan perasan pengamatan akan menjadi bagian dari data yang pada gilirannya dapat dimanfaatkan untuk memahami fenomena yang diteliti.

3.13. Batasan Penelitian

Oleh karena berbagai pertimbangan dan keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti secara teoritis dan konseptual maka permasalahan dibatasi hanya pada peran humas, citra sekolah, mutu sekolah terkait dengan popularitas 5 (lima) SMA Negeri terpopuler dalam pandangan masyarakat di Provinsi DKI Jakarta dan dinilai oleh siswa SMP di 6 sekolah sub rayon SMP di wilayah Provinsi DKI Jakarta.

BAB 4

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1. Sekolah Menengah Atas Negeri terpopuler di DKI Jakarta.

Berdasarkan pp No 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan maka sekolah-sekolah di Indonesia baik itu sekolah negeri maupun swasta harus memenuhi minimal 8 standar yang sama secara nasional yaitu meliputi a.) standar isi; b).standar proses; c).standar kompetensi lulusan; d). standar pendidik dan tenaga kependidikan; e). standar sarana dan prasarana; f). standar pengelolaan; g). standar pembiayaan; dan h). standar penilaian pendidikan.

Meskipun secara ideal semua sekolah harus memenuhi standar minimal yang telah ditetapkan secara nasional namun pada kenyataannya berdasarkan data secara umum, Sekolah Menengah Atas Negeri di DKI Jakarta dibedakan menurut kategori berikut ini:

SMAN Reguler *SMA Negeri kategori Reguler* adalah Sekolah Menengah Atas dengan status negeri yang menjalankan program pendidikan standar tanpa ada program khusus.

SMAN Pendamping Plus Tingkat Kotamadya *Sekolah Menengah Atas kategori pendamping plus tingkat kotamadya* adalah adalah sekolah pada tingkat kotamadya yang mampu menerapkan program 7K (ketertiban, keamanan, kebersihan, keindahan, kekeluargaan, kerindangan, dan kesehatan).

SMAN Plus Tingkat Provinsi *SMAN Plus tingkat provinsi* adalah Sekolah Menengah Atas negeri pada tingkat provinsi, yang menyelenggarakan pendidikan dengan memenuhi kriteria 7 K.

SMAN Plus Standar Nasional atau lebih dikenal dengan sebutan Sekolah Unggulan adalah Sekolah Menengah Atas Negeri secara nasional yang memenuhi kriteria 7K. (<http://id.wikipedia.org>)

Universitas Indonesia

Begitu pula setelah ada lembaga yang melakukan survey yang menyatakan bahwa terdapat beberapa sekolah yang ternyata terpopuler di kalangan warga DKI Jakarta yaitu SMA Negeri 8, SMA Negeri 28, SMA Negeri 70, SMA Negeri 68, SMA Negeri 34. (<http://www.studiluarnegeri.com>)

4.1.2. Peran Humas

Scott M. Cutlip dan kawan-kawan (2009) dalam bukunya yang berjudul *Effective Public Relations* menjelaskan tentang empat fungsi PR secara umum. Empat peran PR tersebut adalah sebagai berikut:

- a. **Teknisi komunikasi.** Peran PR sebagai teknisi komunikasi ini yaitu menulis dan mengedit newsletter karyawan, menulis news release dan feature, mengembangkan web dan menangani kontak media. Praktisi yang melakukan peran ini biasanya tidak hadir pada saat manajemen mendefinisikan problem dan memilih solusi, mereka baru bergabung untuk melakukan komunikasi dan mengimplementasikan program, terkadang tanpa mengetahui secara menyeluruh motivasi dan tujuan yang diharapkan.
- b. **Expert prescriber.** Expert prescriber ini dikenal dengan istilah "pakar perumus". Peran PR ini untuk menjadikan orang dilihat sebagai pihak yang punya otoritas ketika ada sesuatu hal yang harus dibereskan atau pihak yang punya otoritas untuk menentukan bagaimana cara mengerjakan segala sesuatu. Posisi ini diisi oleh orang yang ahli atau pakar PR.
- c. **Fasilitator komunikasi.** Peran PR sebagai fasilitator komunikasi ini adalah menjadi pendengar yang peka dan perantara komunikasi. Fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara (liasion), interpreter dan mediator antara organisasi dengan publiknya. Mereka menjaga komunikasi dua arah dan memfasilitasi percakapan dengan menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka. Mereka bertindak sebagai sumber informasi

Universitas Indonesia

- dan agen kontak resmi antara organisasi dan publik. Mereka menempati peran di tengah-tengah antara organisasi dengan publiknya.
- d. **Fasilitator pemecah masalah.** Praktisi PR sebagai pemecah masalah membantu manajer lain dan organisasi untuk mengaplikasikan PR dalam proses manajemen bertahap yang juga dipakai untuk memecahkan problem organisasional lainnya. Mereka juga merupakan pihak yang mempunyai kekuasaan untuk melakukan perubahan. Karenanya mereka harus berpartisipasi dalam pemikiran dan perencanaan strategis di dalam program PR.

4.1.3 Citra Lembaga

1. Persepsi adalah bagaimana manusia menyimpan informasi dalam bentuk hubungan asosiatif dan hubungan asosiatif itu membantu manusia memahami dunia sekitarnya (Kasali, 2002). Citra perusahaan atau ada yang menyebutnya citra lembaga adalah citra dari organisasi secara keseluruhan. Jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya (Frank Jefkins, 2002), Sedangkan menurut Kotler (1991), persepsi tidak hanya bergantung pada stimuli fisik tapi juga stimulasi yang berhubungan dengan sekitar serta kondisi individu itu sendiri. Hal ini disebabkan karena tiga alasan yaitu, (1) *selective attention/exposure*; pemilihan berdasarkan terpaan informasi, seseorang akan mempersepsikan sesuatu berdasarkan perhatian (2) *selective distortion*; seleksi dan kecenderungan seseorang untuk memilah-milah informasi (3) *selective retention*; pemilihan informasi karena diingat.

4.1.4 Mutu sekolah

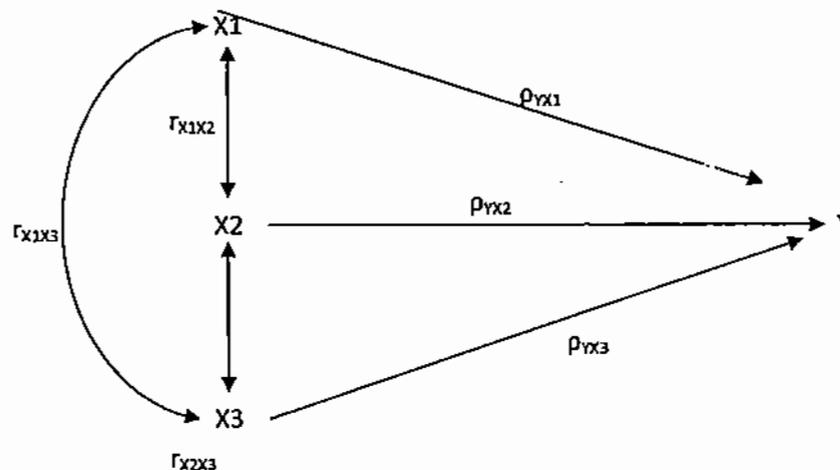
Mutu pendidikan merupakan satu hal penting yang dapat dijadikan modal bagi suatu sekolah untuk bersaing dengan sekolah-sekolah lain. Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia mutu adalah ukuran baik buruk suatu benda, keadaan, taraf, atau derajat (kepandaian, kecerdasan dan

sebagainya). Sudarwan Salim (2008) mengemukakan bahwa mutu pendidikan mengacu pada masukan, proses, luaran dan dampaknya.

4.1.5 Popularitas sekolah

Popularitas diketahui dengan diketahui, dikenal dan disukainya oleh khalayak atau masyarakat. Popularitas berasal dari kata “popular” yang menurut kamus Besar Bahasa Indonesia secara umum berarti dikenal atau disukai orang banyak. Jadi popularitas adalah keterkenalan, kemasyhuran, kepopuleran. Sekolah yang populer adalah sekolah yang dikenal atau disukai oleh orang banyak. Sedangkan popularitas sekolah adalah predikat yang diberikan kepada sekolah karena sekolah tersebut populer dan terkenal di kalangan masyarakat yaitu berupa ketenaran, kemasyhuran atau kepopuleran. Instrumen popularitas memuat kriteria dari survey www.studiluarnegeri prestasi akademik, letak sekolah, relasi, fasilitas, dan manajemen sekolah dikombinasikan dengan konsep pembentukan *brand equity* (Terrence A. Shrimp) dan dengan konsep *value added*, Eddi Soeryanto Soegoto (2010).

4.2. Model Konseptual



Gambar 3. Model Konseptual

Keterangan:

- X_1 : Peran Humas
 X_2 : Citra Lembaga
 X_3 : Mutu Sekolah
 Y : Popularitas Sekolah

Kemudian persamaan struktural di atas harapan jalur yang akan terbentuk adalah sebanyak 3 jalur, yaitu:

1. X_1 dengan Y yaitu terdapat korelasi antara peran humas terhadap popularitas sekolah.

Persamaan structural-nya menjadi:

$$Y = \rho_{YX_1}X_1 + e$$

2. X_2 dengan Y yaitu terdapat korelasi antara Citra lembaga terhadap popularitas sekolah

Persamaan structural-nya menjadi:

$$Y = \rho_{YX_2}X_2 + e$$

3. X_3 dengan Y yaitu terdapat korelasi antara Mutu sekolah terhadap popularitas sekolah

Persamaan structural-nya menjadi:

$$Y = \rho_{YX_3}X_3 + e$$

4.2.1 Variabel exogen dan endogen.

Dikatakan variabel exogenous dalam suatu model jalur karena tidak mempunyai penyebab eksplisit (tidak ada panah ke arahnya, selain dari pengukuran bentuk kesalahan). Jika variabel exogen dihubungkan, hal ini adalah ditandai oleh suatu panah berkepala dua yang menghubungkannya.

Sedangkan variabel endogenous, kemudian, adalah variabel yang mempunyai arah panah. Variabel endogen meliputi variable kausal campuran dan variable-variabel dependent.

4.2.2 Koefisien Jalur/Bobot Jalur.

Suatu koefisien jalur adalah suatu koefisien regresi terstandarisasi (Beta) yang menunjukkan efek langsung dari suatu variabel independent dalam suatu variabel dependent di dalam model jalur. Dengan begitu ketika suatu model mempunyai dua atau lebih variabel kausal. Suatu jalur model dengan suatu variabel sebagai dependent dari variabel exogenous tunggal (dan bentuk sisa kesalahan), koefisien jalur di dalam kasus khusus ini adalah suatu koefisien korelasi nol (zero-order). (Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro, 2008)

4.2.3 Keselarasan model (*goodness-of-fit*) jalur.

Goodness of fit jalur ini adalah untuk membantu melakukan evaluasi kecocokan model. Setelah menelaah hasil-hasilnya maka kita dapat menyesuaikan model-model tertentu dan mencoba memperbaiki keselarasannya. Penghitungan goodness of fit jalur menggunakan rumus :

$$\chi^2 Q = - (N-df) \log Q$$

Dimana N adalah besar sampel, df adalah banyaknya path yang dihilangkan/ditambah pada model yang telah disesuaikan, dan Q adalah besarnya perbandingan variance yang tidak dijelaskan antara model dasar dan model yang disesuaikan.

4.3 Hasil pengujian terhadap Instrumen Penelitian

Salah satu instrumen yang sering dipakai dalam penelitian ilmiah adalah kuesioner. Kuesioner bertujuan mengetahui pendapat seseorang mengenai suatu hal. Terdapat dua syarat penting pada sebuah instrumen penelitian (kuesioner), yaitu keharusan untuk valid dan reliabel. Kuesioner dikatakan valid (sah) jika pernyataan-pernyataan dalam kuesioner tersebut

mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Selanjutnya kuesioner dinyatakan reliabel (handal), jika tanggapan dari responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Secara ringkas dapat dikatakan bahwa validitas berkaitan dengan keakuratan sebuah kuesioner, sedangkan reliabilitas berkaitan dengan konsistensi sebuah alat ukur.

Karena penelitian ini adalah penelitian kuantitatif korelasi maka peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas secara keseluruhan dengan validitas dan reliabilitas terhadap instrumen. Hal ini dianggap perlu karena asumsi setiap sampel tersebar di beberapa tempat dan lokasi yang berbeda, sehingga perlu memperhatikan hasil-hasil kevalidan dan keandalan instrumen.

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen maka peneliti melakukan pengujian dengan rumus r pearson.

Reliabilitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini diuji dengan *reliability analysis* yaitu jika item atau pernyataan memiliki nilai lebih dari 0,6, berarti pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan terbukti reliabel untuk mengukur variabel tersebut (Riduwan dan Engkos Achmad Kuncoro. 2008).

Berikut ini rincian dari hasil penghitungan SPSS atas instrumen yang diujicobakan kepada 40 responden.

4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas

Uji validitas di lakukan melalui uji r Pearson terhadap data hasil try out atau uji coba instrumen yang disebarkan kepada 40 siswa SMP 279 di Jakarta Utara (instrumen terlampir). Hasil uji validitas membuktikan bahwa dari 24 pertanyaan di variabel peran humas (X_1) hanya diterima sebanyak 14 pertanyaan, sedangkan untuk instrumen citra lembaga (X_2) dari 30 pertanyaan diterima 18 pertanyaan, pertanyaan di instrumen mutu sekolah (X_3) dari 30 pertanyaan diterima sebanyak 23 pertanyaan dan pertanyaan di

instrumen popularitas sekolah (Y) dari 40 pertanyaan diterima sebanyak 25 pertanyaan (hasil penghitungan terlampir)

Penghitungan reliabilitas membuktikan bahwa pertanyaan untuk peran humas (X_1) diperoleh penghitungan sebesar 0,7552 jika diasumsikan kepada tabel, sedangkan untuk instrumen citra lembaga (X_2), diperoleh nilai sebesar 0,7994. Untuk pertanyaan di instrumen mutu sekolah (X_3) diperoleh nilai sebesar 0,8776. Sedangkan pertanyaan di instrumen popularitas sekolah (Y) diperoleh nilai sebesar 0,8687. (hasil penghitungan terlampir)

4.3.2. Hasil Uji Prasyarat

4.3.2.1 Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel pada model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov $> \alpha$ (0.05), maka asumsi normalitas terpenuhi. Sebagaimana terlihat dalam table berikut ini:

Tabel 4.1
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PERAN HUMAS	CITRA LEMBAGA	MUTU SEKOLAH	POPULARITAS SEKOLAH
N		240	240	240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	51.5292	67.4417	83.9250	88.4292
	Std. Deviation	5.47486	7.72303	7.94138	9.76048
Most Extreme Differences	Absolute	.057	.049	.050	.054
	Positive	.046	.049	.049	.054
	Negative	-.057	-.045	-.050	-.039
Kolmogorov-Smirnov Z		.890	.760	.768	.839
Asymp. Sig. (2-tailed)		.407	.610	.596	.482

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil pengujian di atas, diperoleh nilai di kolom signifikansi untuk variable diperoleh nilai asumsi sig X_1 (peran humas) sebesar 0,407, sig X_2

Universitas Indonesia

(Citra lembaga) sebesar 0,610, sig X_3 (mutu sekolah) sebesar 0,596 dan Y (popularitas sekolah) sebesar 0,482. Oleh karena sig ke empat variable pada table di bawah ini berada pada nilai $> \alpha$ (0.05) maka data dikatakan berdistribusi normal. Keempat variable memiliki nilai signifikansi $> \alpha$, dengan demikian asumsi normalitas terpenuhi dan berarti penghitungan berikut dapat terus dilanjutkan.

4.3.2.2 Uji Asumsi Homogenitas

Uji homogenitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan memiliki ragam yang sama atau tidak. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Analisis Of Variance $> \alpha$ (0.05), maka dapat dikatakan asumsi homogenitas terpenuhi. Berdasarkan tabel output SPSS berikut ini terlihat bahwa nilai sig pada kolom sig untuk variabel (X_1) adalah sebesar 0,064, sedangkan variabel (X_2) adalah sebesar 0,592, variabel mutu sekolah (X_3) adalah sebesar 0,083 dan variabel popularitas sekolah (Y) adalah sebesar 0,092. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka dikatakan ke empat variabel memenuhi persyaratan homogenitas sehingga penghitungan dapat terus dilanjutkan.

Tabel 4.2
Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
PERAN HUMAS	1.542	37	195	.064
CITRA LEMBAGA	.928	37	195	.592
MUTU SEKOLAH	1.385	37	195	.083
POPULARITAS SEKOLAH	1.366	37	195	.092

Kesimpulannya dari hasil pengujian di atas, diperoleh nilai signifikansi untuk masing-masing variabel lebih besar dari α (0.05), maka asumsi untuk persyaratan Homogenitas terpenuhi berarti penghitungan dapat terus dilakukan.

4.3.2.3. Uji Asumsi Linieritas

Uji linieritas yang dilakukan peneliti ini diperlukan untuk mengetahui model yang digunakan merupakan model linier atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan melihat hubungan linier antara variable independent (X_1) dengan variabel dependent (Y). Jika nilai sig. $< \alpha$ (0.05), maka variable X_1 tersebut memiliki hubungan linier dengan variable Y. Pada tabel berikut ini terbukti bahwa variable X_1 memiliki hubungan yang linier dengan Y karena nilai signya berada pada posisi $> \alpha$ (0.05).

Tabel. 4.3
Hasil Linieritas $X_1 \rightarrow Y$

ANOVA					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22346.484	1	22346.484	12593.695	.000
Residual	422.312	238	1.774		
Total	22768.796	239			

The independent variable is PERAN HUMAS.

Begitu pula dengan hasil penghitungan untuk variable X_2 terbukti memiliki hubungan linier dengan variable Y. Pada tabel berikut ini terlihat bahwa variable X_1 memiliki hubungan yang linier dengan Y karena nilai signya berada pada posisi lebih kecil dari α (0.05) atau sig $X_1 < \alpha$ (0.05)

Tabel. 4.4
Hasil Linieritas $X_2 \rightarrow Y$

ANOVA					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22247.555	1	22247.555	10158.286	.000
Residual	521.241	238	2.190		
Total	22768.796	239			

The independent variable is CITRA LEMBAGA

Hasil penghitungan untuk variable X_3 juga demikian, terbukti memiliki hubungan linier dengan variable Y. Pada tabel berikut ini terlihat bahwa variabel X_1 memiliki hubungan yang linier dengan Y karena nilai signya berada di bawah atau lebih kecil dari α (0.05).

Tabel. 4.5
Hasil Linieritas $X_3 \rightarrow Y$

ANOVA					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22234.722	1	22234.722	9908.484	.000
Residual	534.074	238	2.244		
Total	22768.796	239			

The independent variable is MUTU SEKOLAH

Kesimpulan dari ketiga penghitungan linieritas atas ketiga variabel maka rekapitulasi hasil Linieritas adalah sebagai berikut:

Tabel. 4.6
Hasil Linieritas $X_1, X_2, X_3 \rightarrow Y$

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
X1	22346.484	1	22346.484	12593.655	.000
X2	22247.555	1	22247.555	10158.286	.000
X3	22234.722	1	22234.722	9908.484	.000

Dari output SPSS di atas, diperoleh nilai sig. untuk masing-masing variable $< \alpha$ (0.05), maka dapat disimpulkan bahwa asumsi linieritas untuk ketiga variable terhadap Y telah terpenuhi berarti penghitungan dapat terus dilanjutkan.

4.4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kontribusi signifikan antara peran humas terhadap popularitas sekolah (H_1).
2. Kontribusi signifikan antara citra lembaga terhadap popularitas sekolah (H_1).
3. Kontribusi signifikan antara mutu sekolah terhadap popularitas sekolah (H_1).
4. Kontribusi signifikan antara peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah terhadap popularitas sekolah (H_1).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan dua rumus yaitu analisis path (analisis jalur) untuk menguji hipotesis 1,2 dan 3 serta analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis ke 4.

4.4.1. Hasil Uji Hipotesis menggunakan analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis menggunakan analisa regresi ini dimajukan untuk menjawab hipotesis penelitian yang ke empat yaitu “Kontribusi signifikan antara peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah terhadap popularitas sekolah (H_1)”

Analisis Regresi berganda yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui apakah model sampel representatif terhadap model populasi. Untuk itu dilakukan pengujian terhadap parameter-parameter regresi tersebut berdasarkan nilai-nilai statistiknya dengan cara serempak (menggunakan table analisis ragam / statistik uji F atau uji parsial dengan statistik uji t). Kriteria pengujian dengan memperhatikan nilai signifikansi.

Pengujian berdasarkan table ANOVA, dinyatakan berlaku jika nilai signifikansi berada pada posisi $> \alpha$, maka H_0 diterima berarti tidak terdapat hubungan linier antar variable. Demikian juga sebaliknya jika nilai signifikansi berada pada posisi $< \alpha$, maka H_0 ditolak, yang berarti minimal ada satu variable bebas (X) berhubungan linier dengan variable tak bebas (Y).

Pengujian berdasarkan statistik uji t, berlaku jika signifikansi $> \alpha$, maka H_0 diterima berarti pada parameter koefisien regresi yang diuji (X) dinyatakan tidak ada hubungan linier dengan variable Y. Dan jika signifikansi $< \alpha$, maka H_0 ditolak, yang berarti pada parameter koefisien regresi yang diuji (X) dinyatakan ada hubungan linier dengan variable Y.

Model umum regresi berganda adalah sebagai berikut

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \dots + \beta_p X_{pi} + \varepsilon_i$$

Sedangkan model sampelnya adalah

$$\hat{y} = b_0 + b_1 X_{1i} + \dots + b_p X_{pi}$$

Tabel 4.7
Regression
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
POPULARITAS SEKOLAH	88.4292	9.76048	240
PERAN HUMAS	51.5292	5.47486	240
CITRA LEMBAGA	67.4417	7.72303	240
MUTU SEKOLAH	83.9250	7.94138	240

Tabel 4.8
Correlations

		POPULAR	HUMAS	CITRA	MUTU
Pearson Correlation	POPULARITAS	1.000	.991	.988	.988
	PERAN HUMAS	.991	1.000	.992	.993
	CITRA LEMBAGA	.988	.992	1.000	.991
	MUTU SEKOLAH	.988	.993	.991	1.000
		POPULAR	HUMAS	CITRA	MUTU
Sig. (1-tailed)	POPULARITAS		.000	.000	.000
	PERAN HUMAS	.000		.000	.000
	CITRA LEMBAGA	.000	.000		.000
	MUTU SEKOLAH	.000	.000	.000	
N	POPULARITAS	240	240	240	240
	PERAN HUMAS	240	240	240	240
	CITRA LEMBAGA	240	240	240	240
	MUTU SEKOLAH	240	240	240	240

Berdasarkan tabel 4.7 dan 4.8 di atas diketahui bahwa hasil pengujian berdasarkan statistik uji t ternyata membuktikan bahwa signifikansi nilai

variabel-variabel baik X_1, X_2 dan X_3 berada pada posisi $< \alpha$, maka H_0 ditolak, yang berarti pada parameter koefisien regresi yang diuji dinyatakan ada hubungan linear dengan variable Y.

Tabel 4.9
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.984	.984	1.23944

a. Predictors: (Constant), MUTU, CITRA, HUMAS

Tabel 4.9 ini menunjukkan besarnya nilai pengaruh atau kontribusi atau pengaruh gabungan dari X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y dilakukan penghitungan dengan menggabungkan nilai pengaruh masing-masing variabel sehingga diperoleh nilai gabungan adalah 0.984 yang terlihat pada kolom R Square.

TABEL 4.10
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	22406.248	3	7468.749	4861.768	.000 ^a
Residual	362.548	236	1.536		
Total	22768.796	239			

a. Predictors: (Constant), MUTU, CITRA, HUMAS

a. Dependent Variable: POPULARITAS

Berdasarkan Tabel 4.10 Anova model ini menunjukkan gambaran tentang hasil uji keseluruhan dengan hipotesis statistik sebagai berikut

$$H_1: \rho_{yx_3} = \rho_{y_2} = \rho_{yx_3} \neq 0$$

$$H_0: \rho_{yx_3} = \rho_{y_2} = \rho_{yx_3} = 0$$

Dari tabel di ketahui nilai F sebesar 4861,768 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Karena nilai sig < dari 0,05 maka keputusan atas uji hipotesis adalah H_0 ditolak. Jadi berdasarkan tabel tersebut ditemukan beberapa nilai hasil uji hipotesis secara simultan. Uji hipotesis secara simultan ini dilakukan untuk menguji pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variable terikat dengan menggunakan uji F.

Dari hasil perhitungan didapat nilai signifikansi Uji F sebesar 0.000, artinya bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari variable Peran Humas (X_1), Citra Lembaga (X_2) dan Mutu Sekolah (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variable Popularitas (Y). Dari nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai sebesar 0.984 atau 98.4% artinya bahwa variable Y dipengaruhi sebesar 98.4%.. Keputusan atas uji hipotesis adalah H_0 ditolak. Oleh karena itu untuk langkah selanjutnya maka pengujian secara individual dapat dilakukan atau dilanjutkan.

Tabel 4.11
Hasil Uji secara Simultan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	-3.296	1.359		-2.425	.016			
PERAN HUMAS	.903	.141	.507	6.387	.000	.991	.384	.052
CITRA LEMBAGA	.362	.089	.287	4.077	.000	.988	.257	.033
MUTU SKLH	.247	.092	.201	2.682	.008	.988	.172	.022

Berdasarkan tabel 4.11 ditemukan terdapat pengaruh secara bersama-sama variable bebas yang terdiri dari variable Peran Humas (X_1), Citra Lembaga (X_2) dan Mutu Sekolah (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variable Popularitas (Y). Dari nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai sebesar 0.984 atau 98.4%

artinya bahwa variable Y dipengaruhi sebesar 98.4% oleh Peran Humas (X_1), Citra Lembaga (X_2) dan Mutu Sekolah (X_3), sedangkan sisanya (100% - 98.4%) atau sebesar 1.6% dipengaruhi oleh variable lain diluar variable Humas (X_1), Citra (X_2) dan Mutu (X_3). Adapun model persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$y = -3.296 + 0.903X_1 + 0.362X_2 + 0.247X_3$$

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan uji t . Uji ini digunakan untuk menguji secara parsial variable bebas terhadap variable terikat. Hasil perhitungan sebagai berikut:

- a. Uji t terhadap variable Humas (X_1) didapat t_{hitung} sebesar 6.387 dengan signifikansi t sebesar 0.000. karena signifikansi $t < \alpha$, maka secara parsial variable humas berpengaruh signifikan terhadap variable Popularitas (Y).
- b. Uji t terhadap variable Citra (X_2) didapat t_{hitung} sebesar 4.077 dengan signifikansi t sebesar 0.000. karena signifikansi $t < \alpha$, maka secara parsial variable humas berpengaruh signifikan terhadap variable Popularitas (Y).
- c. Uji t terhadap variable Mutu (X_3) didapat t_{hitung} sebesar 2.682 dengan signifikansi t sebesar 0.008. karena signifikansi $t < \alpha$, maka secara parsial variable humas berpengaruh signifikan terhadap variable Popularitas (Y).

Untuk mengetahui variabel dominan, terlebih dahulu diketahui kontribusi masing-masing variabel bebas yang diuji terhadap variabel terikat. Kontribusi masing-masing variable diketahui dari koefisien determinasi regresi sederhana terhadap variable terikat atau diketahui dari kuadrat korelasi sederhana variable bebas dan terikat. Perhatikan table di bawah ini.

Tabel. 4.12
Korelasi Sederhana Variable Bebas dan Terikat

Variable	R	R2	Kontribusi
Peran Humas (X ₁)	0.991	0.982081	98.2%
Citra Lembaga (X ₂)	0.988	0.976144	97.6%
Mutu Sekolah (X ₃)	0.988	0.976144	97.6%

Dari tabel di atas diketahui bahwa variable yang paling dominan pengaruhnya adalah variable Peran Humas (X₁) yaitu sebesar 98.2%.

4.4.2 Pengujian Hipotesis dengan Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis path digunakan untuk mengetahui besar pengaruh langsung dari sejumlah variabel berdasarkan koefisien regresi beta (koefisien path). Berikut disajikan hasil analisis path untuk mengetahui Proposisi :Peran humas (X₁), Citra lembaga (X₂) dan Mutu sekolah (X₃) mempunyai pengaruh positif terhadap Popularitas sekolah (Y).

Berdasarkan kajian pustaka dan teoritis peneliti membuat Proposisi awal penelitian adalah sebagai berikut:

“Peran humas (X₁), Citra lembaga (X₂) dan Mutu sekolah (X₃) mempunyai pengaruh positif terhadap Popularitas sekolah (Y).”

Berdasarkan proposi tersebut maka Persamaan Struktural Awal adalah:

$Y = \rho_{YX_1} + \rho_{YX_2} + \rho_{YX_3} + e$, jika digambarkan maka hubungan struktur yang terjadi adalah sebagai berikut:

Tabel. 4.13
Korelasi Peran Humas, Citra lembaga, Mutu Sekolah
terhadap Popularitas Sekolah
Correlations

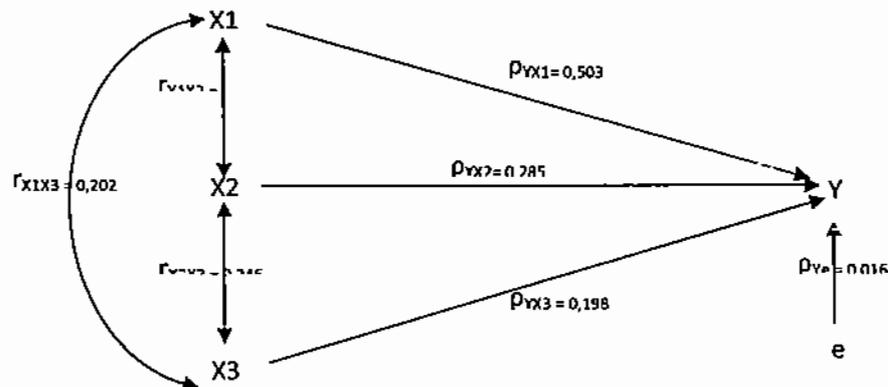
		POPULARITAS	PERAN HUMAS	CITRA SEKOLAH	MUTU SEKOLAH
Pearson Correlation	POPULARITAS	1.000	.991	.988	.988
	PERAN HUMAS	.991	1.000	.992	.993
	CITRA SEKOLAH	.988	.992	1.000	.991
	MUTU SEKOLAH	.988	.993	.991	1.000

Dari tabel 4.13 di atas terlihat bahwa terdapat hubungan yang signifikan pada variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y . Hasil temuan penelitian secara objektif menyatakan bahwa:

1. Peran humas (Peran humas (X_1), yang diukur terhadap popularitas sekolah memiliki kontribusi signifikan terhadap popularitas sekolah.
2. Citra Lembaga (X_2) yang diukur terhadap popularitas sekolah memiliki kontribusi yang signifikan
3. Mutu sekolah (X_3) yang diukur terhadap popularitas sekolah memiliki kontribusi yang signifikan

Dari hasil pengolahan data maka diperoleh model sebagaimana gambar berikut ini:

Gambar 4: hubungan struktural antara X₁, X₂, X₃ dan Y hasil pengolahan data



Untuk mengetahui besarnya hubungan setiap variabel X terhadap Y dapat diketahui dari Koefisien Jalur yang diperoleh berdasarkan penghitungan menggunakan analisis jalur atau analisis path. Penghitungan ini digunakan untuk mengetahui berapa besar koefisien jalur yang diperoleh oleh masing-masing variabel dan akan mengasumsikan tentang jalur variabel dan menyusun matriks koefisien jalur untuk masing-masing variabel. Hasil temuannya diperoleh koefisien dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.14
Mencari Koefisien Jalur
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	-3.296	1.359		-2.425	.016			
PERAN HUMAS	.903	.141	.507	6.387	.000	.991	.384	.052
CITRA LEMBAGA	.362	.089	.287	4.077	.000	.988	.257	.033
MUTU SKLH	.247	.092	.201	2.682	.008	.988	.172	.022

a. Dependent Variable: POPULARITAS SEKOLAH

Dengan memperhatikan tabel di atas maka untuk mengetahui koefisien jalur maka terdapat pada kolom *Standardized Coefficients* yang merupakan koefisien jalur variable X_1 , X_2 , dan X_3 atau biasa disebut koefisien beta atau beta hitung.

Berdasarkan tabel 4.14 Mencari Coefficients Jalur di atas peneliti dapat memperoleh nilai koefisien variabel peran humas (X_1) yaitu diperoleh nilai koefisien beta sebesar 0,507. Kemudian untuk variabel X_2 diperoleh nilai koefisien beta sebesar 0,287, begitu juga dengan variabel X_3 yang diperoleh nilai variabel mutu sekolah nilai koefisien beta nya sebesar 0,201

Dengan demikian berdasarkan tabel di atas peneliti dapat menyusun matriks koefisien jalur sebagai berikut:

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX_1} = 0.507 \\ \rho_{YX_2} = 0.287 \\ \rho_{YX_3} = 0.201 \end{pmatrix}$$

Persamaan Struktural menjadi :

$$Y = 0.507 + 0.287 + 0.201 + \varepsilon$$

Hasil analisa atas model path analysis dan variable eksogenus & endogenus

Gambar 4 di atas menunjukkan bahwa diagram jalur terdapat tiga variable eksogenus, yaitu X_1 , X_2 dan X_3 , dan satu buah variable endogenus (Y) serta sebuah variable residu (e). pada diagram di atas juga mengisyaratkan bahwa hubungan antara X_1 dengan Y , X_2 dengan Y dan X_3 dengan Y adalah hubungan kausal, sedangkan hubungan antara X_1 dengan X_2 , X_2 dengan X_3 dan X_1 dengan X_3 masing-masing adalah hubungan korelasional. Perhatikan panah dua arah, panah tersebut menyatakan hubungan korelasional. Bentuk persamaan struktural adalah :

$$Y = \rho_{YX_1}X_1 + \rho_{YX_2}X_2 + \rho_{YX_3}X_3 + e$$

Tabel 4.15
Nilai R Square besarnya kontribusi bersama antara Peran Humas, Citra Lembaga, dan Mutu Sekolah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.984	.984	1.23944

a. Predictors: (Constant), MUTU SEKOLAH, CITRA LEMBAGA, PERAN HUMAS

Dari tabel model summary di atas terlihat bahwa R Square atau R^2 atau koefisien determinasi sebesar 0.984. Dari R Square tersebut dapat dihitung koefisien jalur variabel lain diluar model yakni ρ_{Ye} dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{Ye} = \sqrt{1 - 0.984} = 0.126491$$

4.4.2.1. Menguji koefisien jalur untuk membuktikan hipotesis penelitian

Hipotesis pengujian: yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut

$$H_0 : \rho_{YX_i} = 0$$

$$H_1 : \rho_{YX_i} \neq 0$$

Kriteria pengujian adalah : Tolak H_0 jika nilai $\text{sig} \leq \alpha$

Pengujian menggunakan path analisis ini sifatnya dua arah, karena proposisi hipotesis tidak mengisyaratkan apakah pengaruh X_1 terhadap Y memiliki nilai atau merupakan pengaruh yang positif atau negatif.

Secara manual koefisien jalur diuji dengan statistik uji t. sehingga dengan SPSS cukup melihat nilai sig pada table **Coefficients**^a.

Tabel 4.16
Pengujian hipotesis secara individual
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	-3.296	1.359		-2.425	.016			
PERAN HUMAS	.903	.141	.507	6.387	.000	.991	.384	.052
CITRA LEMBAGA	.362	.089	.287	4.077	.000	.988	.257	.033
MUTU SEKOLAH	.247	.092	.201	2.682	.008	.988	.172	.022

a. Dependent Variable: POPULARITAS SEKOLAH

Interprestasi terhadap hasil penghitungan koefisien jalur pervariabel secara Individual berdasarkan hasil pengujian yang termuat pada tabel. 4.17 di atas adalah sebagai berikut:

a. Koefisien jalur ρ_{YX_1} :

Berdasarkan tabel hasil penghitungan di atas maka dengan hipotesis pengujian variable X_1 sebagai berikut:

$$H_0 : \rho_{YX_1} = 0$$

$$H_1 : \rho_{YX_1} \neq 0$$

terlihat pada nilai *p-value* (kolom sig) sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, dengan demikian membuktikan bahwa **H_0 ditolak.**

b. Koefisien jalur ρ_{YX_2} :

c. Berdasarkan tabel hasil penghitungan di atas maka dengan hipotesis pengujian variable X_2 sebagai berikut:

$$H_0 : \rho_{YX_2} = 0$$

$$H_1 : \rho_{YX_2} \neq 0$$

Terlihat pada *p-value* (kolom sig) = 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, dengan demikian maka **H_0 ditolak.**

d. Koefisien jalur ρ_{YX_3} :

- e. Berdasarkan tabel hasil penghitungan di atas maka dengan hipotesis pengujian variable X_3 sebagai berikut:

$$H_0 : \rho_{YX_3} = 0$$

$$H_1 : \rho_{YX_3} \neq 0$$

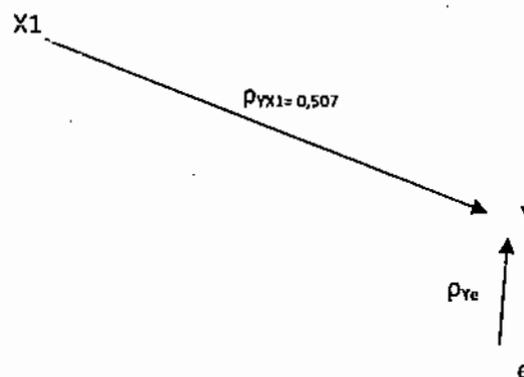
Terlihat pada *p-value* (kolom sig) = 0.008 yang lebih kecil dari 0.05, dengan demikian maka H_0 ditolak.

Dari hasil pengujian koefisien jalur diperoleh keterangan obyektif bahwa koefisien ketiga jalur baik X_1 , X_2 dan X_3 yang diuji terhadap Y secara statistik bermakna (*p-value* < 0.05). Keterangan ini mengindikasikan bahwa yang berpengaruh terhadap Popularitas sekolah adalah Peran humas, Citra Lembaga dan Mutu Sekolah.

4.4.2.2 Identifikasi jumlah jalur

dari persamaan struktural di atas maka dapat diidentifikasi jalur yang digunakan sebanyak 3 jalur, yaitu:

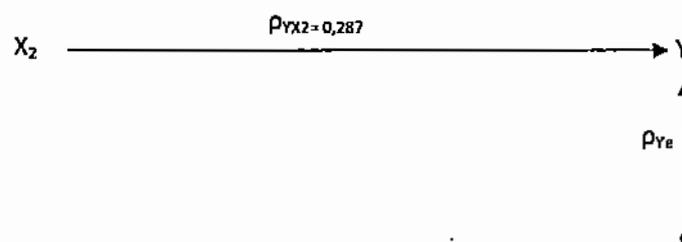
1. X_1 dengan Y ,



Persamaan struktural menjadi:

$$\hat{Y} = \rho_{YX_1} X_1 + e$$

2. X_2 dengan Y

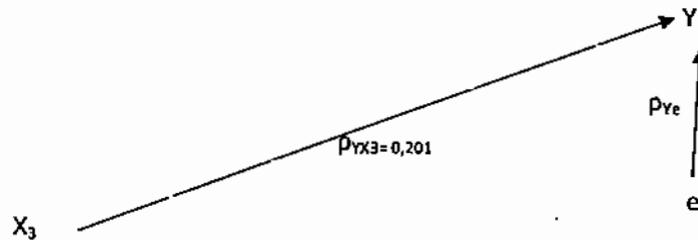


Universitas Indonesia

Persamaan struktural menjadi:

$$Y = \rho_{YX_2}X_2 + e$$

3. X_3 dengan Y .



Persamaan struktural menjadi:

$$Y = \rho_{YX_2}X_2 + e$$

Hasil Uji Keselarasan model (*goodness-of-fit*) jalur.

Oleh karena ketiga jalur yang telah diperoleh berdasarkan hasil penelitian dan penghitungan data adalah ketiganya memiliki signifikan maka Goodnes of fit jalur ini telah menunjukkan adanya kecocokan model dasar dengan model dari hasil penelitian dan pengolahan data. Sehingga model yang terjadi seperti di atas tidak perlu ada perbaikan jalur. Artinya antara variabel eksogen dan endogen memiliki korelasi sedangkan variabel lain memiliki korelasi tetapi sangat kecil.

4.4.2.3. Besarnya pengaruh secara proporsional.

Sebelum mendapatkan nilai gabungan dari ketiga variable bebas terhadap variable terikat maka sebelumnya harus diketahui lebih dahulu bahwa ketiga variabel memiliki kontribusi secara signifikan terhadap Y atau tidak. Kemudian langkah selanjutnya yaitu mengetahui seberapa besarnya nilai pengaruh atau kontribusi masing-masing variabel baik X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y . Hal tersebut akan terlihat secara detail pada gambar, penjelasan serta penghitungan berikut ini.

Besarnya kontribusi atau Pengaruh X_1

Pengaruh atau kontribusi dari X_1 terhadap Y dapat di ketahui dari perhitungan berikut ini:

1. Pengaruh langsung adalah

$$\begin{aligned} a &= \rho_{YX_1} \times \rho_{YX_1} \\ &= 0.507 \times 0.507 \\ &= 0.257 \end{aligned}$$

2. Pengaruh melalui hubungan korelatif dengan X_2 dan X_3 adalah

$$\begin{aligned} b &= (\rho_{YX_1} \times r_{X_1X_2} \times \rho_{YX_2}) + (\rho_{YX_1} \times r_{X_1X_3} \times \rho_{YX_3}) \\ &= (0.507 \times 0.992 \times 0.287) + (0.507 \times 0.993 \times 0.201) \\ &= 0.246 \end{aligned}$$

3. Sehingga Pengaruh X_1 ke Y secara Total adalah

$$\begin{aligned} c &= a + b \\ &= 0.257 + 0.246 \\ &= 0.503 \end{aligned}$$

Besarnya kontribusi atau Pengaruh X_2 adalah sebagai berikut:

4. Pengaruh langsung

$$\begin{aligned} a &= \rho_{YX_2} \times \rho_{YX_2} \\ &= 0.287 \times 0.287 \\ &= 0.082 \end{aligned}$$

5. Pengaruh melalui hubungan korelatif dengan X_3 dan X_1

$$\begin{aligned} b &= (\rho_{YX_2} \times r_{X_2X_3} \times \rho_{YX_3}) + (\rho_{YX_2} \times r_{X_1X_2} \times \rho_{YX_1}) \\ &= (0.287 \times 0.991 \times 0.201) + (0.287 \times 0.992 \times 0.507) \\ &= 0.202 \end{aligned}$$

6. Pengaruh X_2 ke Y secara Total adalah

$$\begin{aligned} c &= a + b \\ &= 0.082 + 0.202 \\ &= 0.284 \end{aligned}$$

Sedangkan besarnya kontribusi atau Pengaruh X_3 adalah

7. Pengaruh langsung

$$\begin{aligned} a &= \rho_{YX_3} \times \rho_{YX_3} \\ &= 0.201 \times 0.201 \\ &= 0.040 \end{aligned}$$

8. Pengaruh melalui hubungan korelatif dengan X_1 dan X_2

$$\begin{aligned} b &= (\rho_{YX_3} \times r_{X_1X_3} \times \rho_{YX_1}) + (\rho_{YX_3} \times r_{X_2X_3} \times \rho_{YX_2}) \\ &= (0.201 \times 0.993 \times 0.507) + (0.201 \times 0.991 \times 0.287) \\ &= 0.158 \end{aligned}$$

9. Pengaruh X_2 ke Y secara Total

$$\begin{aligned} c &= a + b \\ &= 0.040 + 0.158 \\ &= 0.198 \end{aligned}$$

Setelah dilakukan penghitungan besarnya nilai pengaruh atau kontribusi masing-masing variabel kemudian untuk mengetahui besarnya Pengaruh gabungan dari X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y dilakukan penghitungan dengan menggabungkan nilai pengaruh masing-masing variable sehingga diperoleh nilai gabungan adalah $0.503 + 0.285 + 0.198 = 0.984$ (98.4%), residu dari persamaan ini adalah $1 - 0.984 = 0.016$ atau $100\% - 98.4\% = 1.6\%$. Berarti variabel lainnya di luar variable X_1 , X_2 dan X_3 , yang memepengaruhi Y dinyatakan dengan ρ^2_{Ye} , yaitu sebesar 1.6% atau 0.016.

Hasil penghitungan tersebut menunjukkan nilai sebesar 0,984. Nilai tersebut tidak lain adalah nilai $R^2 = 0.984$ yang terdapat dalam tabel 4.18 Korelasi gabungan X_1 , X_2 dan X_3 ke Y Model Summary berikut ini:

Tabel 4.17
Korelasi gabungan X_1 , X_2 dan X_3 ke Y
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.984	.984	1.23944

a. Predictors: (Constant), MUTU SEKOLAH, CITRA LEMBAGA, PERAN HUMAS

Berdasarkan perhitungan kontribusi atau pengaruh secara proporsional di atas peneliti dapat mengemukakan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kekuatan X_1 secara langsung menentukan perubahan-perubahan Y adalah 0.257, dan yang melalui hubungannya dengan X_2 dan X_3 sebesar 0.246, dengan demikian secara total X_1 menentukan perubahan-perubahan Y sebesar 0.503.
2. Kekuatan X_2 secara langsung menentukan perubahan-perubahan Y adalah 0.082, dan yang melalui hubungannya dengan X_3 dan X_1 sebesar 0.202, dengan demikian secara total X_2 menentukan perubahan-perubahan Y sebesar 0.284.
3. Secara total nilai 0.198 dari perubahan-perubahan Y merupakan pengaruh X_3 dengan perincian 0.040 adalah pengaruh langsung ditambah dengan 0.158 melalui hubungannya dengan X_1 dan X_2 .
4. Pada akhirnya X_1 , X_2 dan X_3 secara bersama-sama mempengaruhi Y sebesar $0.503 + 0.285 + 0.198 = 0.984$ (98.4%). Besarnya pengaruh secara proporsional yang disebabkan oleh variabel lainnya di luar variabel X_1 , X_2 dan X_3 , dinyatakan dengan ρ^2_{Ye} , yaitu sebesar 1.6%
5. Besarnya pengaruh yang diterima oleh Y dari X_1 , X_2 dan X_3 dan dari semua variabel diluar x_2 dan x_3 adalah $R^2 + \rho^2_{Ye} = 98.4\% + 1.6\% = 100\%$.

Untuk melihat pengaruh variabel atau konstruk yang lebih besar, cukup dilihat pada hasil uji statistik t yang terdapat pada table **Coefficients^a** di output hasil SPSS. Variabel yang memiliki hasil uji t yang lebih besar merupakan variable yang memiliki pengaruh lebih besar dibanding variable lainnya. Terlihat pada kolom t berikut ini.

Tabel 4.18
Mengetahui Pengaruh Variable yang Lebih Besar
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	-3.296	1.359		-2.425	.016			
PERAN HUMAS	.903	.141	.507	6.387	.000	.991	.384	.052
CITRA LEMBAGA	.362	.089	.287	4.077	.000	.988	.257	.033
MUTU SEKOLAH	.247	.092	.201	2.682	.008	.988	.172	.022

a. Dependent Variable: POPULARITAS SEKOLAH

Berdasarkan tabel 4.18 dibuktikan bahwa variabel X_1 memiliki hasil $t_{hitung} = 6.387$, variable X_2 memiliki hasil $t_{hitung} = 4.077$ dan variabel X_3 memiliki $t_{hitung} = 2.682$. Dari data yang dipaparkan pada tabel di atas dapat dikatakan bahwa variable X_1 lebih besar pengaruhnya daripada X_2 dan X_3 terhadap variable dependen (Y) karena nilainya t_{hitung} sebesar 6.387 paling tinggi dibandingkan dua variabel lainnya.

Jadi berdasarkan uraian tentang hasil penghitungan atas data yang diolah melalui SPSS dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variable independent (X_1 , X_2 dan X_3) signifikan mempengaruhi variabel dependent (Y). Dengan kata lain peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah mempunyai pengaruh pada popularitas sekolah.

4.2. Diskusi dan Pembahasan

4.2.1. Peran Humas (X₁) berkontribusi secara signifikan terhadap popularitas sekolah (Y)

Hasil temuan dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa peran humas memiliki kontribusi terhadap popularitas. Artinya tinggi atau rendahnya popularitas sekolah dipengaruhi oleh peran humas. Besarnya nilai kontribusi peran humas terhadap popularitas sekolah adalah sebesar **0.503**.

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa humas harus terus bekerja keras memperbaiki dan melakukan inovasi agar tetap eksis sebagai humas dalam suatu lembaga itu sendiri. Imbasnya adalah sekolah yang dipromosikan kepada masyarakat dapat lebih dikenal bahkan masyarakat dapat mengetahui peran apa saja yang harus dimiliki oleh seorang humas di lembaga pendidikan.

Jika didasarkan pada pendapat Scott Cutlip dkk (2009) tentang peran humas yang terdiri atas empat fungsi tersebut dapat diketahui pengaruhnya terhadap popularitas sekolah. Diketahui bahwa peran humas harus kembali ditegaskan dan diperkuat oleh lembaga pendidikan yang belum maksimal menjalankan peran-peran humas sebagaimana telah di bahas pada bab 2. Kesimpulan peran humas tersebut terdiri atas 1). **Teknisi komunikasi** yang berperan untuk menulis dan mengedit newsletter karyawan, menulis news release dan feature, mengembangkan web dan menangani kontak media. 2) **Expert prescriber** yang berperan sebagai "pakar perumus" atau pihak yang punya otoritas untuk menentukan bagaimana cara mengerjakan segala sesuatu. Posisi ini diisi oleh orang yang ahli atau pakar PR. 3). **Fasilitator komunikasi** yang berperan menjadi pendengar yang peka dan perantara komunikasi. Fasilitator komunikasi bertindak sebagai perantara (liasion), interpreter dan mediator antara organisasi dengan publiknya, menjaga komunikasi dua arah, menyingkirkan rintangan dalam hubungan dan menjaga agar saluran komunikasi tetap terbuka dan bertindak sebagai sumber informasi organisasi dan publik dan 4) **Fasilitator pemecah masalah** yaitu peran humas organisasi untuk mengaplikasikan program PR dapat memecahkan problem organisasional lainnya.

Setelah dibuktikan ternyata jika peran-peran tersebut telah dapat dijalankan oleh humas sekolah maka lembaga tersebut akan memiliki popularitas di kalangan masyarakat. Keberadaan humas di lembaga sekolah menjadi sesuatu hal yang diperlukan apalagi dalam kondisi masyarakat sekarang yang telah mulai maju dalam hal tingkat ekonomi, pendidikan dan penerapan teknologi modern. Temuan ini memperkuat bahwa humas atau *public relations* ini ternyata memberi sumbangan yang sangat besar bagi perusahaan atau lembaga dengan mengembangkan hubungan-hubungan (*relations*) yang harmonis dengan *stakeholders*nya agar perusahaan atau lembaga dapat mengembangkan kemampuannya mencapai *mission*nya. (Rhenald Kasali, 2006. P. 43)

4.2.2. Citra lembaga (X₂) berkontribusi secara signifikan terhadap popularitas sekolah (Y)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa besarnya kontribusi citra lembaga yang secara langsung berkontribusi kepada popularitas sebesar **0.285**. Oleh karena itu untuk mengoptimalkan popularitas sekolah maka suatu lembaga harus memperjuangkan citranya agar menjadi positif di mata khalayak.

Citra sekolah yang positif adalah menjadi salah satu suatu organisasi agar *eksis* dalam komunitas pendidikan. Citra positif ini dapat terwujud dalam berbagai bentuk dukungan dari publik eksternal kepada suatu organisasi. Adapun yang dimaksud dengan publik adalah sekelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Frank Jefkin. (2002).

Citra perusahaan merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk dipikiran masyarakat tentang perusahaan. Citra tersebut berhubungan dengan nama bisnis, arsitektur, variasi dari produk, tradisi, ideologi dan kesan pada kualitas komunikasi yang dilakukan oleh setiap karyawan yang berinteraksi dengan klien organisasi. Hal yang sama dikemukakan oleh Grahame R. Dowling (1994) menyatakan bahwa, "*corporate image is a set of beliefs and feeling about an organizations*". Dapat diartikan bahwa citra perusahaan merupakan sekumpulan kepercayaan dan perasaan tentang suatu organisasi.

Universitas Indonesia

Untuk mendapatkan citra yang diinginkan oleh satu manajemen organisasi dapat diketahui secara pasti melalui proses seleksi saat seorang mempersepsikan sesuatu yaitu melewati tahapan mulai dari *selective attention*, *selective distortion*, hingga memperoleh *selective retention*. Temuan ini membuktikan bahwa suatu pekerjaan yang diupayakan dengan sungguh-sungguh akan menghasilkan citra positif dan tentunya akan berpengaruh pada meningkatnya popularitas sekolah itu sendiri.

Dari hasil temuan juga dibuktikan bahwa citra positif perusahaan diketahui bahwa perhatian yang diberikan oleh masyarakat kepada sekolah merupakan perwujudan persepsi yang positif tentang sekolah yang diperhatikannya. Hal ini membuktikan pula bahwa sekolah harus membangun citra sekolahnya untuk menjadi positif baru dapat diorbitkan menjadi sekolah yang populer oleh instansi pemerintah yang memiliki wewenang tersebut.

Popularitas dapat dicapai jika lembaga telah mencapai *brand equity*. Terbentuknya popularitas secara umum terjadi karena terbentuknya *brand equity* karena terbentuknya tidak hanya pada *brand image* positif tetapi juga melalui program marcom dapat memperkuat dan menguntungkan, memperkuat, dan merek yang unik di benak konsumen. (Terence A. Shimp, 2010).

Popularitas dapat diperoleh jika sekolah memiliki keunggulan-keunggulan dan dapat terjadi karena adanya penciptaan nilai (*value added*) melalui berbagai strategi misalnya memberikan kemudahan jarak dan memberi fasilitas bus mahasiswa, kemudahan dengan fasilitas teknologi e-learning, e-library dan sebagainya. (Eddi Soeryanto Soegoto, 2010).

4.2.3 Mutu Sekolah (X_3) berkontribusi secara signifikan terhadap popularitas sekolah (Y)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa besarnya kontribusi mutu sekolah yang secara langsung berkontribusi kepada popularitas sebesar **0.198**. Oleh karena itu untuk mengoptimalkan popularitas sekolah maka suatu lembaga harus didukung oleh banyak faktor yang dalam penelitian ini baru diangkat 3 faktor

atau variabel yang dapat menunjang popularitas sekolah yaitu peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah. .

Temuan ini membuktikan bahwa mutu suatu sekolah harus diperjuangkan dan jika sudah diperoleh harus dipertahankan karena segala sesuatu yang diupayakan dengan sungguh-sungguh dalam segala bidang tentu akan menghasilkan hal-hal yang positif dan tentunya akan berpengaruh pada meningkatnya popularitas sekolah itu sendiri.

Mutu sekolah dapat di dasarkan pada PP. Nomor 19, tentang Standar Nasional Pendidikan pada standar penilaian dari 8 delapan standar dijelaskan bahwa penilaian hasil belajar oleh pendidik dilakukan secara berkesinambungan untuk memantau proses, kemajuan, dan perbaikan hasil belajar.

4.2.4 Peran Humas (X1), Citra lembaga (X2), dan Mutu Sekolah (X3) berkontribusi secara signifikan terhadap popularitas sekolah (Y)

Temuan penelitian menunjukkan bahwa besarnya kontribusi mutu sekolah yang secara langsung berkontribusi kepada popularitas sebesar 0.984 menunjukkan kebermaknaan hubungan terhadap popularitas sekolah (Y).

Temuan ini membuktikan bahwa suatu pekerjaan yang diupayakan dengan sungguh-sungguh akan menghasilkan citra positif dan mutu yang semakin meningkat selanjutnya akan berpengaruh pada meningkatnya popularitas sekolah itu sendiri. Dengan demikian teori CVFCC dapat juga diterapkan di lembaga pendidikan dengan syarat semua bagian harus memiliki keseimbangan sebagaimana digambarkan oleh teori fungsional dalam sistem sosial yang dikemukakan oleh Talcot Parson yang menyatakan bahwa sistem sosial akan berjalan seimbang jika setiap bagian memiliki fungsi dan menjalankannya sehingga terlihat perannya dalam kehidupan organisasi.

Berkaitan dengan lingkungan dan sistem sosial dalam masyarakat kecil sekolah pun diantara fungsi-fungsi kerja organisasi harus memiliki peran dan bersinergi sehingga semua tujuan atau Goal dapat tercapai. Teori ini ditunjang oleh teori sistem yang dikemukakan oleh Fisher yang mnyatakan bahwa dengan prinsip-prinsip tersebut adalah nonsumativitas, unsur-unsur struktur, fungsi dan

evolusi, keterbukaan, dan hierarki yang merupakan suatu suprasistem bagi sistem-sistem lain di dalamnya, juga merupakan suatu subsistem bagi suatu sistem yang lebih besar. (R. Wayne Pace, Don F.Faules, 2006).

4.2.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah hasil proses belajar melakukan penelitian sebagaimana yang pernah dilakukan oleh beberapa penenliti yang terdahulu meskipun dengan judul yang berbeda tetapi memiliki kesamaan bidang kajian yaitu peran humas dan mutu pendidikan yang dilakukan oleh penenliti sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dari Meilyna Diah Anggraini, Cristina Rochayanti dan Edwi Arief Sosiawan yang dimuat dalam Jurnal yang terbitkan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Yogyakarta dengan judul "Peran humas Pemerintah Kabupaten Sragen dalam Pengelolaan Isi Informasi Website Pemda sebagai *Media Communication Relations dengan Masyarakat.*" Penelitian tersebut membuktikan bahwa humas memiliki peran dalam urusan komunikasi suatu organisasi, salah satunya dalam pemerintahan kabupaten Sragen khususnya dalam pengelolaan isi informasi website Pemda. Hal ini sesuai pdengan salah satu perannya yaitu sebagai media *communication relations* dengan masyarakat.
2. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Iskandar Agung seorang staf peneliti Puslit Balitbang Dikbud dengan judul Pengelolaan sekolah dan upaya peningkatan mutu pendidikan yang dimuat dalam Forum Pengawasan No.15 tahun IV, 1991. Beliau menyatakan bahwa upaya peningkatan mutu dapat diupayakan dengan melihat dan meningkatkan sistem pengelolaan dari sekolah yang bersangkutan. Sistem pengelolaan sekolah merupakan suatu siklus yang selalu berputar dan tidak pernah berhenti. Implikasinya peningkatan mutu pendidikan baik berupa input instrumental, sarana prasarana, fasilitas belajar, maupun hasil belajar siswa. Peranan kepala sekolah merupakan hal penting dalam mengelola program

pengajaran, kesiswaan, dan kegiatan-kegiatan lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi proses belajar mengajar.

3. Penelitian yang telah dilakukan oleh Jamaluddin dengan judul Faktor-faktor yang berhubungan langsung dan tidak langsung dengan mutu lulusan SMU yang dirilis dalam Jurnal Ilmu Pendidikan 10 (2) Juni 2003. Penelitian yang beliau lakukan hasilnya adalah terdapat hubungan yang signifikan secara bersama antara variable kepemimpinan kepala sekolah, kemampuan mengajar guru, status sosial ekonomi orang tua, status akademik siswa dan fasilitas belajar siswa terhadap variable motivasi belajar siswa. Sedangkan penemuan lain juga terdapat beberapa faktor yang menyatakan terdapat hubungan signifikan dengan mutu lulusan yaitu kepemimpinan kepala sekolah, kemampuan mengajar guru, besarnya NEM ketika lulus SLTP dan motivasi belajar siswa.

BAB 5

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan data hasil penelitian pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, tanpa membandingkan antar variabel terdapat hubungan yang signifikan antara peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah terhadap popularitas sekolah. Terlihat, hubungan paling kuat adalah hubungan antara peran humas terhadap popularitas sekolah.
2. Secara keseluruhan dengan menggunakan analisis regresi terbukti bahwa ketiga variabel diperhitungkan secara bersama-sama dan ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap popularitas. Begitu juga jika dilakukan secara terpisah, terlihat yang paling signifikan pengaruhnya adalah peran humas (X_1) sedangkan citra lembaga (X_2) dan mutu sekolah (X_3) berpengaruh signifikan dengan nilai yang lebih kecil terhadap popularitas.
3. Dapat juga disimpulkan, bahwa ada kontribusi atau hubungan yang signifikan antara peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah terhadap popularitas sekolah

5.2 Implikasi Teoritis

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas maka berikut ini penulis mengemukakan beberapa implikasi yang dianggap relevan dengan penelitian. Adapun implikasi tersebut antara lain:

1. Hasil pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa peran humas, citra sekolah dan mutu sekolah memiliki kontribusi atau pengaruh terhadap popularitas sekolah. Hal itu sudah dibahas dalam bab 2 tentang alasan teoritis mengapa humas berperan dan menjadi tanggung jawab humas untuk menjadikan sekolah memiliki citra positif bermutu dan pada



akhirnya akan membawa popularitas sekolah.. Ke empat peran humas yang dimiliki oleh lembaga manapun sebaiknya juga harus benar-benar diterapkan di lembaga pendidikan sehingga masyarakat mengetahui benar apa sebenarnya fungsi dan peran humas serta keberadaannya yang penting dalam suatu organisasi. Organisasi sekolah akan dikenal masyarakat jika masyarakat dapat mengakses semua informasi yang dibutuhkan melalui berbagai saluran komunikasi yang semakin berkembang saat ini. Semua itu ada di tangan humas sebagai corong organisasi kepada khalayak.

2. Penulis mengharapkan adanya penelitian selanjutnya terutama di bidang hubungan masyarakat (humas) di lembaga pendidikan atau sekolah yang dilakukan secara mendalam untuk menggali potensi sesungguhnya dari bidang humas yang ada di sekolah populer agar semua sekolah negeri memiliki popularitas yang seimbang. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa semua sekolah apalagi sekolah negeri memiliki konsep yang sama dalam menjalankan proses pendidikan begitu juga dengan fasilitas yang diberikan pemerintah seharusnya menjadikan sekolah lebih aktif dan kreatif mengelola sekolahnya. Semestinya humas di lembaga pendidikan atau sekolah harus lebih berperan agar masyarakat mengetahui peran humas di lembaga itu sendiri dan berimbans pada citra, mutu serta popularitas
3. Untuk kemajuan hubungan masyarakat perlu dilakukan berbagai inovasi dalam rekrutment pegawai yang menangani bidang humas sekolah. Mereka harus diberi pendidikan yang memadai untuk dapat menjalankan fungsi dan perannya dalam rangka membawa nama sekolah menjadi lebih baik, bercitra positif dan populer di masyarakat
4. Hasil pengolahan dan analisis data yang menunjukkan bahwa peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah memiliki kontribusi terhadap popularitas sekolah membuktikan bahwa pencapaian citra dan mutu sekolah didukung oleh peran humas merupakan faktor penting yang harus dipenuhi oleh setiap lembaga pendidikan atau sekolah. Dengan citra dan mutu yang baik serta humas yang berperan melakukan promosi maka

sekolah dengan sendirinya dapat terangkat popularitasnya. Apalagi jika semua warga sekolah mau berupaya keras untuk membangun citra positif lembaga melalui berbagai inovasi dan penerapan pelayanan yang prima tentulah akan semakin meningkatkan citra positif dan berimbas pada popularitas sekolah.

5.3 Implikasi Praktis

Terdapatnya pengaruh atau kontribusi antara peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah terhadap popularitas sekolah menunjukkan bahwa hal ini perlu menjadi pemikiran dan perhatian khususnya bagi para pelaku dan praktisi humas. Hal apa yang harus dilakukan sekolah agar humas memiliki peran yang sesuai dengan konsep profesionalismenya serta membawa dampak positif bagi sekolah. Terbukti adanya pengaruh signifikan antara peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah secara parsial dan keseluruhan terhadap popularitas menunjukkan bahwa peran humas, citra lembaga dan mutu sekolah dapat secara bersama bersinergi dalam mendukung popularitas sekolah.

Adanya pengaruh signifikan antara citra lembaga dan mutu sekolah terhadap popularitas sekolah membuktikan bahwa sekolah harus berupaya untuk meningkatkan mutu dan citra lembaga melalui humas yang berperan agar dapat dikenal oleh masyarakat. Semua itu merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan.

Temuan dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan terdapat hubungan atau kontribusi yang signifikan antara variabel X_1 , X_2 , X_3 terhadap Y .

5.4 Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian dan juga berdasarkan hasil analisa data yang diketahui bahwa variabel X_1 peran humas memiliki pengaruh terhadap popularitas, Variabel X_2 memiliki pengaruh terhadap popularitas

begitu juga dengan variabel X_3 memiliki pengaruh terhadap popularitas, maka ada beberapa rekomendasi yang diajukan oleh peneliti. Sebagai berikut:

1. Setiap sekolah atau lembaga pendidikan harus mempertahankan dan meningkatkan peran humas di sekolahnya agar lebih diketahui dan dikenal oleh masyarakat. Sebaliknya masyarakat juga perlu mendapatkan informasi yang akurat tentang sekolah negeri yang menjadi wadah bagi mereka mendidik anak-anak dan generasi muda harapan bangsa ini.
2. Dalam rangka peningkatan popularitas sekolah bidang humas perlu memiliki dan dibekali keahlian khusus untuk mengembangkan program humas agar dapat menjalankan perannya secara maksimal.
3. Humas yang sudah dimiliki sekolah harus dikelola dan diberikan minimal pelatihan menjadi humas yang baik mulai dari perencanaan program sampai dengan evaluasi program.

5.5. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian masih terbatas pada kemampuan peneliti untuk menggali secara mendalam akan peran humas dalam satu sekolah yang populer untuk meningkatkan popularitas sekolah.
2. Peneliti tidak melakukan penelitian tentang penyebab lebih lanjut mengapa sebuah fenomena tertentu terjadi di sekolah sebagai objek penelitian, sehingga mengakibatkan tidak dapat tergalinya peran humas dengan program-program yang sesungguhnya dilakukan oleh sekolah yang sudah terkenal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aaker, David A. (1996). *Building Strong Brands*. New York, USA: The Free Press.
- Agung, Iskandar. (1991). *Pengelolaan sekolah dan upaya peningkatan mutu pendidikan*. Jakarta: Forum Pengawasan No. 15 Thn. IV,
- Anggoro, M. Linggar. (2001). *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Argenti, Paul A. (2004). *Corporate communication*. Irwin: McGraw Hill.
- Arikunto, Suharsimi (1996). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belasen, Alan. T.(2008). *The theory and practice of corporate communication a competing values perspective*. Los Angeles: SAGE Publications Ltd.
- Berg, Bruce L. (2009). *Qualitative research methods for the social sciences (7th ed)*. Boston: Aliyn & Bacon /Pearson Education,Inc.
- Clampitt, Phillip G. (2005). *Communicating for managerial effectiveness (3rd ed)*. London: SAGE Publications.
- Cornelissen, Joep. (2008). *Corporate communication: A guide to theory and practice (2nd ed)*. London: SAGE Publication Ltd.
- Cutlip, Scott.M., Allen H. Center, dan Broom, Glen M.(2009). *Effective Public Relations (9th ed)*. Indonesia: Kencana Prenada Media Group.
- De Lozier,M. Wayne. (1976). *The marketing communication process*. New York: Mc Graw Hill.
- Dominick, Joseph R. (2009). *The dynamics of mass communication media in the digital age (10th ed)*. New York: McGraw Hill.
- Dowling, Grahame R. (1994). *Corporate reputations: Strategies for developing the corporate Brand*. London: Kogan Page Limited.
- Dozier, David M. (1995). *Manager guide to excellence in public relations and communications management*. LEA.



- Effendy, Uchjana, Onong. (2008). *Dinamika komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Frazier, H. Moore. (1981). *Humas membangun citra dengan komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Goldhaber. ((1993). *Organizational communication*. (6th ed). Boston: McGraw Hill.
- Hall, Richard H. (1974), *Organizational structure and proces*. London: Prentice/Hall International.Inc.
- Hamalik, Oemar. (2009). *Proses Belajar Mengajar*, Jakarta: Bumi Aksara,
- Hatch, Mary Jo. (1997). *Organizatoin Theory: modern, symbolic, and postmodern perspectives*. New York: Oxford University Press.
- Jefkins, Frank. Disempurnakan oleh Daniel Yadin. (2002). *Public Relations* (5th ed) Jakarta: Erlangga.
- Laksamana, Agung.(2010). *Internal PublicRekations Strategi Membangun Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Republika, Kompas Group
- Lesly, Philip. (1991). *Lesly's handbook of public relations and communications*. USA: Probus publishing company.
- Lubis, S.B. Hari & Huseini,Martani. (1987). *Teori Organisasi (suatu pendekatan makro)*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Myers, Michele Tolela & Myers, Gail E. (1982). *Managing by communication: An organizational approach*. New York: McGraw Hill.
- Neuwman, W Lawrence. (2006). *Social research methods qualitative and quantitative approaches* (6th ed). USA: Pearson Education, Inc.
- Oliver, Sandra. (2001). *Strategi public relations*. (alih bahasa oleh Sigit Purwanto) Chartered Institute of Public Relations (CIPR). Jakarta: Esensi, Erlangga.
- Pace, R. Wayne & Faules Don F. (2006). *Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purwanto. (2009). *Evaluasi hasil belajar* . Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Pertanian Cianjur. (2009). *Administrasi dan pengelolaan sekolah (hubungan masyarakat)*. Cianjur: PPPPTK Pertanian.

- Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Pertanian Cianjur. (2009). *Administrasi dan pengelolaan sekolah (MBS)*. Cianjur: PPPPTK Pertanian
- Rachmat, Kriyantono. (2008). *Public Relations Writing: Membangun Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta: Kencana.
- Riduwan, Kuncoro, Achmad, Engkos. (2008). *Cara menggunakan dan memahami Analisa Jalur (Path Analysis)*. Jakarta: Alfabeta.
- Ritzer, George & Goodman, Douglas J., (2009). *Teori sosiologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ritzer, George & Goodman, Douglas J.,(2004). *Sociological theory*. New York: McGraw Hill.
- Rosadi, Ruslan. (2006). Metode penelitian public realtions dan komunikasi.
- Rossiter, John. R., Larry Percy, *Advertising, communications and promotion management*. Singapore. Irwin McGraw –Hill. 1998.
- Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Gleen M. Broom. (2006). *Effective Public Relations*, Alih Bahasa Tri Wibowo . Jakarta: Prenada Media.
- Seitel, Fraser P.(2001). *The practice of public relations (eigth edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Shimp, Terence A., *Integrated marketing communication in advertising and promotion*, South-Western, Cengange Learning. 2010.
- Siregar, Sofyan. (2010). *Statistika deskriptif untuk penelitian dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sockley-Zalabak, Pamela.S., (2006). *Fundamental of organizational Communication: Knowledge, sensitivity, skill, values* (6th ed). Boston: Pearson Education, Inc.
- Sudarwan, Danim. (2006). *Visi baru manajemen sekolah: Dari Unit Birokrasi ke Lembaga Akademik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Umiarso & Gojali, Imam. (2010). *Manajemen mutu sekolah di era otonomi pendidikan*. Yogyakarta: IRCiSoD.

Buku Panduan dan Modul

- Hidayat, Nur, Dedy. (2007). *Asosiasi, diferensiasi, korelasi, regresi materi penunjang kuliah statistik sosial terapan*. Jakarta: Universitas Indonesia, Departemen Komunikasi.
- Sendjaja, Djuarsa, Sasa. (2002). *Modul pengantar Komunikasi*. Jakarta: Pusat penerbitan Universitas Indonesia.
- Universitas Indonesia (2008). *Pedoman teknis penulisan tugas akhir mahasiswa Universitas Indonesia*.

Peraturan dan Undang-Undang:

- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2007 tentang *Standar pengelolaan pendidikan oleh satuan pendidikan dasar dan menengah*.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2005 tentang *Standar Nasional Pendidikan*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan.

Jurnal:

- Alfirqan. *Manajemen peningkatan mutu berbasis sekolah (suatu tinjauan desentralisasi pendidikan antara harapan dan tantangan)*. Jakarta: buletin pembelajaran nomor 02 tahun 25. (Juni 2002).
- Agung, Iskandar. *Pengelolaan sekolah dan upaya peningkatan mutu pendidikan*. Jakarta: Forum Pengawasan No.15 tahun IV. (1991).
- Jamaluddin. *Faktor-faktor yang berhubungan langsung dan tidak langsung dengan mutu lulusan sekolah menengah umum*. Jakarta: Jurnal Ilmu Pendidikan, Jilid 10 Nomor 2. (Juni 2003).
- Anggraini, Meilyna Diah, Cristina Rochayanti dan Edwi Arief Sosiawan. *Peran humas Pemerintah Kabupaten Sragen dalam Pengelolaan Isi Informasi Website Pemda sebagai Media Communication Relations dengan Masyarakat*. Yogyakarta: Jurnal yang diterbitkan oleh Jurusan Ilmu Komunikasi UPN "Veteran". Vol 6 Nomor 2 (Mei-Agustus 2008).

Website:

<http://www.studiluarnegeri.com>

<http://www.kemdiknas.go.id>

<http://id.wikipedia.org>

Lampiran-lampiran

Universitas Indonesia



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA**

Gedung IASTH Lt. 6 Jl. Salemba Raya 4 Jakarta 10430, Telp. 3156941, 3904722, Fax. 3907404. Email : psikom@cbn.net.id

Nomor : 691 /H2.F9.01.PPs/PPM:00./2010
Lampiran : -
Hal : Izin Mencari Data.

Jakarta, 30 Nopember 2010

Kepada yang terhormat,

SMP Negeri
Di Wilayah Jakarta

Dengan hormat,

Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Studi lanjutan Program Pascasarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia para peserta diminta untuk melakukan penulisan tesis. Untuk itu salah seorang peserta yaitu :

Nama : Diah Prawita
NIM : 0806439581
Program Studi : Ilmu Komunikasi–Kekhususan Manajemen Komunikasi
Judul Tesis : "Kontribusi peran Humas, Citra Lembaga dan Mutu Sekolah terhadap Popularitas (Studi Korelasi di SMAN Propinsi DKI Jakarta)"

bermaksud mencari data/informasi dan mohon izin untuk mendapatkan Data dan Nara Sumber di instansi yang Bapak/Ibu Pimpin. Untuk itu, kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan untuk membantu kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Atas perhatian dan bantuan yang diberikan, kami ucapkan terimakasih.

Menyetujui
Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi FISIP-UI
Ketua,

Dr. Pritokan Praputra, MSc
NIP. 195304071987031003

Operasional Konsep

Variabel	Indikator	Definisi operasional	Pernyataan
PERAN HUMAS	Menulis	Humas berperan menuliskan informasi sekolahnya di beberapa media	24 pernyataan
	Mengembangkan komunikasi	Humas mengembangkan web sekolah Humas mampu melakukan komunikasi untuk memperkenalkan program sekolah	
	Promosi	humas untuk menangani promosi sekolah	
	Menyusun program	humas mampu menyusun program-program yang menarik untuk promosi sekolah	
	Membuat event	humas dapat membuat berbagai event yang dapat dilihat masyarakat	
	Perantara	humas sebagai perantara sekolah dengan masyarakat	
	Sumber informasi	humas yang menjadi sumber informasi kepada masyarakat	
	menyebarkan	humas dapat menyebarkan informasi yang diperlukan masyarakat	
	Memeahkan masalah	humas yang mampu memecahkan masalah jika sekolah menghadapi suatu problem	
	Cari solusi	Humas sekolah harus berperan mencari solusi atau alternatif pemecahan masalah dalam sekolah	
CITRA POSITIF ORGANISASI	Perhatian	Memiliki perhatian yang lebih kepada suatu sekolah Memiliki nama baik di mata masyarakat Publik memiliki perhatian yang besar untuk mengetahui sekolah tersebut Sekolah mencari cara agar sekolah	

Variabel	Indikator	Definisi operasional	Pernyataan
		diperhatikan masyarakat Publik selalu memperhatikan informasi dari sekolah tersebut	30 pernyataan
	Memilah informasi	Dapat memberikan informasi yang dapat dipilah oleh masyarakat Memilih informasi atas sekolah agar bercitra positif Informasi yang diberikan dapat dipopulerkan dan sudah dapat dimengerti oleh masyarakat	
	Mengingat	Sekolah selalu diingat oleh masyarakat Segala berita yang disampaikan oleh sekolah bercitra positif akan selalu diingat Informasi sekoiah menjadi mudah diingat oleh masyarakat	
MUTU SEKOLAH	Akreditasi	Memiliki akreditasi sangat baik diketahui masyarakat	30 pernyataan
	Unggul input	Memiliki keunggulan dalam penerimaan Input siswa	
	Unggul NUN	Memiliki keunggulan NUN SMP siswa yang diterima	
	Kualitas guru	Memiliki keunggulan dalam kualitas guru minimal berlulusan S1	
	Sarana yang unggul	Memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam disiplin sekolah Memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam kelengkapan sarana komputer Memiliki keunggulan di banding sekolah lain sarana ruangan kelas Memiliki keunggulan di banding sekolah lain sarana laboratorium	
	Mapel khas/Mulok	Matapelajaran khas unggulan atau Mulok	
	Lulusan	Memiliki kelebihan di banding sekolah lain dalam hal jumlah lulusan setiap tahun	

Variabel	Indikator	Definisi operasional	Pernyataan
	Unggul ekskul	Memiliki keunggulan prestasi ekstra kurikuler di banding sekolah lain	
	Penerimaan di PTN	Keunggulan penerimaan di PTN di banding sekolah lain	
POPULARITAS SEKOLAH	terkenal /populer di masyarakat	Pendapat anda dengan predikat lima Sekolah terpopuler di DKI	40 pernyataan
	Lulusan	Salah satu penilaian sekolah populer karena lulusan tidak ada yang jadi pengangguran Predikat sekolah populer karena lulusannya banyak lolos ke PTN	
	Lokasi sekolah	Sekolah populer karena letaknya berada di lingkungan elite Sekolah jadi populer karena letaknya dekat lokasi pusat pendidikan	
	Lama berdiri	Lamanya berdiri sekolah tersebut	
	Relasi	Memiliki relasi dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) Memiliki relasi dengan Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Memiliki jaringan dengan dunia usaha dan dunia industri Memiliki jaringan dengan lembaga pemberi beasiswa dalam maupun luar negeri	
	Sarana	Memiliki sarana computer dan internet yang lengkap dan canggih Memiliki laboratorium yang sangat lengkap dan canggih Memiliki gedung yang nyaman dan memadai Memiliki perpustakaan yang sangat memadai, terbuka kepada pihak lain dan berbasis TIK	
	Manajemen sekolah	Sistem penerimaan siswa baru yang terbuka secara umum Memiliki sistem manajemen informasi bisa diakses masyarakat	

Dikembangkan dari pemikiran Scott M. Cutlip dkk (Effective Public Relation,2009), Frank Jenkins (Corporate Image, 2002), M Wayne de Lozier (1976), Edward Sallis dan Sudarwan Danim (2006), item survey www.studiluarnegeri dan SNP, *value added*, Eddi Soeryanto Socgoto (2010).

PENGANTAR

Kepada
Siswa-siswi SMP Negeri
Di wilayah DKI Jakarta

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian untuk penyelesaian Tesis dengan judul "**KONTRIBUSI PERAN HUMAS, CITRA LEMBAGA DAN MUTU SEKOLAH TERHADAP POPULARITAS** (*studi korelasi di Sekolah Menengah Pertama Negeri Provinsi DKI Jakarta*)", bersama ini kami mohon bantuan siswa-siswi SMP Negeri di wilayah DKI Jakarta sebagai Responden untuk mengisi instrumen ini.

Bersama ini peneliti mohon agar ananda, adik-adik, siswa siswi untuk mengisi kuisioner dengan lengkap. Harapan peneliti jawaban responden diharapkan objektif karena tidak mempengaruhi status responden.

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data yang akan diolah menjadi sebuah tesis. Atas kesediaan ananda, adik-adik, siswa-siswi sekalian saya ucapkan banyak terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

1. Berilah tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan di setiap pernyataan yaitu:
 - SS (Sangat Setuju),
 - S (Setuju),
 - R (Ragu-ragu/Netral),
 - TS (Tidak Setuju),
 - STS (Sangat Tidak Setuju)
2. Semua jawaban tidak ada yang salah oleh sebab itu jangan ada jawaban pernyataan yang jawabannya dikosongkan
3. Saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan ananda, adik, siswa-siswi sekalian.

Jakarta, November 2010

Hormat saya,

Universitas Indonesia

Diah Prawita

INSTRUMEN TRY OUT

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Asal Sekolah :

Kelas :

KUISIONER KONTRIBUSI PERAN HUMAS (X₁)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
1.	Menurut saya sekolah bercitra positif dan menjadi populer karena humas sekolah telah berperan menuliskan informasi sekolahnya di beberapa media					
2.	Sekolah bercitra positif dan populer karena humas sekolah telah mengembangkan web sekolah yang bisa saya akses di mana saja					
3.	Sekolah memiliki citra positif dan populer di masyarakat jika humas sekolah mampu melakukan komunikasi untuk memperkenalkan program sekolah					
4.	Sekolah tetap memiliki citra positif dan populer meskipun humas sekolah tidak menuliskan informasi sekolahnya di beberapa media					
5.	Sekolah tetap menjadi populer walaupun tidak memiliki atau mengembangkan web sekolah					
6.	Sekolah tetap memiliki citra positif dan populer jika humas tidak melakukan komunikasi untuk memperkenalkan program sekolah pada masyarakat					
7.	Sekolah memiliki citra positif dan populer karena telah memiliki humas untuk menangani promosi sekolah					
8.	Sekolah memiliki citra positif dan populer di masyarakat jika humas mampu menyusun program-program yang menarik untuk promosi sekolah					
9.	Sekolah akan bercitra positif jika humas dapat mempromosikan sekolah dengan berbagai event kepada masyarakat					
10.	Sekolah bercitra positif dan populer tidak perlu humas untuk menangani promosi sekolah					
11.	Sekolah memiliki citra positif dan populer di masyarakat walaupun humas tidak dapat menyusun program-program yang menarik untuk promosi sekolah					

Universitas Indonesia

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
12.	Sekolah akan bercitra positif meskipun humas tidak mempromosikan sekolah dengan berbagai event kepada masyarakat					
13.	Sekolah bercitra positif dan populer karena telah memiliki humas sebagai perantara sekolah dengan masyarakat					
14.	Sekolah bercitra positif dan populer jika humas tidak dapat berperan sebagai perantara sekolah dengan masyarakat					
15.	Sekolah yang bercitra positif dan populer memiliki humas yang menjadi sumber informasi kepada masyarakat					
16.	Sekolah yang bercitra positif dan populer tidak memiliki humas yang menjadi sumber informasi masyarakat					
17.	Sekolah akan bercitra positif jika humas dapat menyebarkan informasi yang diperlukan masyarakat					
18.	Sekolah tidak akan bercitra positif jika humas dapat menyebarkan informasi yang diperlukan masyarakat					
19.	Sekolah yang bercitra positif dan populer harus memiliki humas yang mampu memecahkan masalah jika sekolah menghadapi suatu problem					
20.	Sekolah bercitra positif jika humas berperan mencari solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi					
21.	Humas sekolah harus berperan mencari alternatif pemecahan masalah dalam sekolah agar citra sekolah menjadi positif					
22.	Sekolah tidak perlu memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi					
23.	Sekolah bercitra positif jika humas tidak berperan mencari solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi					
24.	Humas sekolah tidak harus berperan mencari alternatif pemecahan masalah sekolah agar citra sekolah menjadi positif					

KUISIONER KONTRIBUSI CITRA LEMBAGA (SEKOLAH) (X₂)

N O	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
1.	Sekolah memiliki citra positif jika publik memiliki perhatian yang besar untuk mengetahui sekolah tersebut					
2.	Saya memiliki perhatian yang lebih kepada suatu sekolah karena sekolah tersebut memiliki citra positif di mata masyarakat					
3.	Nama baik sekolah diperoleh karena memiliki citra positif di mata masyarakat					
4.	Sekolah bercitra positif jika saya sebagai publik selalu memperhatikan informasi dari sekolah tersebut					
5.	Citra positif yang saya berikan kepada suatu sekolah dengan bentuk perhatian saya kepada sekolah tersebut					
6.	Saya tertarik memperhatikan suatu sekolah karena sekolah tersebut memiliki citra positif di masyarakat					
7.	Sekolah harus mencari cara agar mendapat perhatian dari khalayak					
8.	Menurut saya humas sekolah harus dapat membuat program yang dapat menarik agar masyarakat selalu memperhatikan informasi dari sekolah tersebut					
9.	Nama yang kurang baik diperoleh sekolah karena memiliki citra positif di mata masyarakat					
10.	Saya tetap memiliki perhatian yang lebih kepada suatu sekolah meskipun sekolah tersebut memiliki citra tidak positif di mata masyarakat					
11.	Menurut saya sekolah memiliki citra positif jika publik tidak memiliki perhatian yang besar untuk mengetahui sekolah tersebut					
12.	Sekolah yang tidak diperhatikan oleh masyarakat berarti tidak memiliki citra positif					
13.	Saya tidak tertarik memperhatikan suatu sekolah meskipun sekolah tersebut memiliki citra positif di masyarakat					
14.	Sekolah tetap bercitra positif meskipun saya sebagai publik tidak pernah memperhatikan informasi dari sekolah tersebut					
15.	Sekolah tidak perlu mencari cara agar mendapat perhatian dari khalayak atau					

N O	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
	masyarakat					
16.	Menurut saya humas sekolah tidak perlu membuat program yang dapat menarik agar masyarakat selalu memperhatikan informasi dari sekolah tersebut					
17.	Sekolah yang bercitra positif dan populer dapat memberikan informasi yang dapat dipilih oleh masyarakat					
18.	Sekolah dikatakan memiliki citra positif jika informasi yang diberikan dapat dipopulerkan dan sudah dapat dimengerti oleh masyarakat					
19.	Humas di sekolah yang populer tidak harus membuat program yang memudahkan masyarakat memilah informasi yang ditawarkan					
20.	Sekolah dikatakan tidak memiliki citra positif jika informasi yang diberikan dapat dipopulerkan dan sudah dapat dimengerti oleh masyarakat					
21.	Sekolah yang bercitra positif dapat menawarkan informasi yang dapat dipilih dan dipilih oleh masyarakat					
22.	Sekolah yang bercitra positif tidak pernah menawarkan informasi yang dapat dipilih dan dipilih oleh masyarakat					
23.	Sekolah yang bercitra positif cepat selalu diingat oleh masyarakat					
24.	Saya mengingat informasi dari sekolah yang memiliki citra positif					
25.	Segala berita yang disampaikan oleh sekolah bercitra positif akan selalu diingat					
26.	Sekolah bercitra positif mudah diingat oleh masyarakat					
27.	Sekolah yang tidak diingat oleh masyarakat berarti tidak memiliki citra positif di masyarakat					
28.	Saya mengingat setiap informasi dari sekolah meskipun sekolah tersebut tidak memiliki citra positif					
29.	Segala berita yang disampaikan oleh sekolah bercitra tidak positif akan selalu diingat					
30.	Menurut saya sekolah yang bercitra positif tidak mudah diingat oleh masyarakat					

KUISIONER KONTRIBUSI MUTU SEKOLAH (X₃)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
1.	Sekolah bermutu akan menjadi populer karena memiliki akreditasi sangat baik dan di ketahui oleh masyarakat					
2.	Salah satu tanda bahwa sekolah itu bermutu jika memiliki keunggulan dalam penerimaan siswa baru					
3.	SMA yang bermutu jika memiliki keunggulan dalam persyaratan Nilai Ujian Nasional (NUN) dari SMP pada saat penerimaan murid baru					
4.	Untuk menjadi sekolah bermutu jika memiliki guru yang berkualitas					
5.	Sekolah dikatakan bermutu jika gurunya minimal lulusan S1 (Sarjana)					
6.	Sekolah bermutu karena memiliki keunggulan dalam fasilitas komputer					
7.	Sekolah dikatakan bermutu jika memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam disiplin sekolah					
8.	Sekolah dikatakan bermutu jika memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam Sarana komputer					
9.	Jika sekolah memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam sarana ruangan kelas maka sekolah itu dikatakan bermutu					
10.	Salah satu syarat sekolah bermutu kalau memiliki keunggulan di banding sekolah lain sarana laboratorium					
11.	Sekolah yang memiliki prestasi matapelajaran khas unggulan atau Mulok yang berbeda dengan sekolah lain dapat dikatakan bermutu					
12.	Kalau sekolah memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam jumlah lulusan maka dapat dikatakan sekolah bermutu					
13.	Keunggulan dalam prestasi ekstra kurikuler yang diperoleh sekolah di banding sekolah lain dapat menjadikan sekolah berpredikat bermutu					
14.	Jika sekolah memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam hal jumlah lulusan setiap tahun dikatakan sebagai sekolah bermutu					
15.	Keunggulan penerimaan di PTN di banding sekolah lain dapat meningkatkan predikat menjadi sekolah bermutu					
16.	Sekolah bermutu akan menjadi populer karena memiliki akreditasi kurang baik dan di ketahui oleh masyarakat					
17.	Salah satu tanda bahwa sekolah itu tidak bermutu jika memiliki keunggulan dalam penerimaan siswa baru					
18.	SMA yang tidak bermutu memiliki keunggulan dalam persyaratan Nilai Ujian Nasional (NUN) dari SMP pada saat penerimaan murid baru					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
19.	Untuk menjadi sekolah bermutu tidak harus memiliki guru yang berkualitas					
20.	Sekolah dikatakan bermutu jika gurunya tidak memiliki pendidikan minimal lulusan S1 (Sarjana)					
21.	Sekolah tidak bermutu jika memiliki keunggulan dalam fasilitas komputer					
22.	Sekolah dikatakan tidak bermutu jika memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam disiplin sekolah					
23.	Sekolah dikatakan bermutu jika tidak memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam Sarana komputer					
24.	Jika sekolah memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam sarana ruangan kelas maka sekolah itu dikatakan tidak bermutu					
25.	Salah satu syarat sekolah bermutu kalau tidak memiliki keunggulan di banding sekolah lain sarana laboratorium					
26.	Sekolah yang tidak memiliki prestasi matapelajaran khas unggulan atau Mulok yang berbeda dengan sekolah lain dapat dikatakan bermutu					
27.	Kalau sekolah yang tidak memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam jumlah lulusan maka dapat dikatakan sekolah bermutu					
28.	Keunggulan dalam prestasi ekstra kurikuler yang diperoleh sekolah di banding sekolah lain dapat menjadikan sekolah berpredikat tidak bermutu					
29.	Jika sekolah memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam hal jumlah lulusan setiap tahun dikatakan sebagai sekolah tidak bermutu					
30.	Sekolah yang tidak bermutu karena memiliki keunggulan penerimaan di PTN di banding sekolah lain					

POPULARITAS SEKOLAH (Y)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
1.	Pendapat saya tentang SMA Negeri 8, SMA Negeri 28, SMA Negeri 70, SMA Negeri 68, dan SMA Negeri 34 yang memiliki predikat sebagai sekolah terpopuler di DKI Jakarta					
2.	Pendapat saya tentang SMA Negeri 8, SMA Negeri 28, SMA Negeri 70, SMA Negeri 68, dan SMA Negeri 34 yang memiliki predikat sebagai sekolah tidak populer di DKI Jakarta					
3.	Menurut saya salah satu penilaian sekolah populer karena lulusan tidak ada yang jadi pengangguran					
4.	Menurut saya predikat sekolah populer karena lulusannya banyak yang lolos ke Perguruan Tinggi Negeri					
5.	Menurut saya salah satu penilaian sekolah populer karena lulusan banyak yang menjadi pengangguran					
6.	Menurut saya predikat sekolah populer karena lulusannya tidak banyak yang lolos ke Perguruan Tinggi Negeri					
7.	Menurut saya sekolah menjadi populer karena letaknya berada di lingkungan elite					
8.	Agar menjadi sekolah populer letaknya harus dekat lokasi pusat pendidikan					
9.	sekolah menjadi populer atau terkenal karena dekat dengan kawasan industri atau perkantoran					
10.	Menurut saya sekolah menjadi tidak populer karena letaknya berada di lingkungan elite					
11.	Kalau sekolah ingin populer maka letaknya harus tidak berada di dekat lokasi pusat pendidikan					
12.	Sekolah menjadi tidak populer atau terkenal jika berada di dekat dengan kawasan industri atau perkantoran					
13.	Sekolah menjadi populer jika memiliki relasi dengan PTN					
14.	Sekolah menjadi populer jika memiliki relasi dengan PTS					
15.	Menurut saya sekolah menjadi populer jika telah memiliki jaringan dengan dunia usaha dan dunia industri					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	ST S
16.	Salah satu pendukung menjadisekolah populer jika sekolah memiliki jaringan dengan lembaga pemberi beasiswa dalam maupun luar negeri					
17.	Sekolah belum tentu menjadi populer jika memiliki relasi dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN)					
18.	Sekolah belum tentu menjadi populer jika memiliki relasi dengan Perguruan Tinggi Swasta (PTS)					
19.	Menurut saya sekolah belum tentu menjadi populer jika telah memiliki jaringan dengan dunia usaha dan dunia industri					
20.	Menjadi sekolah populer tidak harus memiliki jaringan dengan lembaga pemberi beasiswa dalam maupun luar negeri					
21.	Sekolah menjadi populer jika telah memiliki sarana komputer yang lengkap					
22.	Sekolah menjadi populer karena memiliki sarana internet yang canggih					
23.	Sekolah menjadi populer karena memiliki laboratorium komputer yang tidak lengkap					
24.	Sekolah tetap menjadi populer meskipun tidak memiliki sarana internet yang kurang canggih					
25.	Sekolah menjadi populer karena memiliki laboratorium yang sangat lengkap					
26.	Sekolah populer karena memiliki sarana laboratorium yang canggih					
27.	Popularitas sekolah dilibat juga dari gedung yang nyaman dan memadai					
28.	Sekolah tetap menjadi populer meskipun laboratoriumnya tidak lengkap					
29.	Sekolah populer meskipun tidak memiliki sarana laboratorium yang canggih					
30.	Sekolah menjadi populer karena memiliki perpustakaan yang sangat memadai					
31.	Sekolah yang populer karena memiliki perpustakaan yang terbuka kepada pihak lain					
32.	Sekolah yang populer karena memiliki perpustakaan yang berbasis TIK					
33.	Popularitas sekolah tidak dilihat dari gedung yang nyaman dan memadai					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	ST S
34.	Sekolah tetap populer meskipun tidak memiliki perpustakaan yang berbasis TIK					
35.	Sekolah tetap menjadi populer meskipun perpustakaan yang tidak memadai					
36.	Sekolah yang tidak populer karena memiliki perpustakaan yang tidak terbuka kepada pihak lain					
37.	Sekolah menjadi populer jika memiliki sistem penerimaan siswa baru yang terbuka secara umum					
38.	Sekolah menjadi populer karena memiliki sistem manajemen informasi bisa diakses masyarakat					
39.	Sekolah menjadi populer jika memiliki sistem penerimaan siswa baru yang tidak terbuka secara umum					
40.	Sekolah menjadi populer karena memiliki sistem manajemen informasi tidak bisa diakses masyarakat					

DAFTAR PERNYATAAN YANG VALID
DARI HASIL PENGHITUNGAN MENGGUNAKAN KORELASI r -PEARSON
TRY OUT INSTRUMEN PENELITIAN PERAN HUMAS

No.	No. soal	Correlations	N/tajkofister	Ket.
1	VAR00001	Pearson Correlation	0.295	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.065	
		N	40.000	
2	VAR00002	Pearson Correlation	0.122	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.453	
		N	40.000	
3	VAR00003	Pearson Correlation	0.285	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.074	
		N	40.000	
4	VAR00004	Pearson Correlation	0.424	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.006	
		N	40.000	
5	VAR00005	Pearson Correlation	0.376	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.017	
		N	40.000	
6	VAR00006	Pearson Correlation	0.394	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.012	
		N	40.000	
7	VAR00007	Pearson Correlation	0.449	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.004	
		N	40.000	
8	VAR00008	Pearson Correlation	0.164	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.311	
		N	40.000	
9	VAR00009	Pearson Correlation	0.318	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.045	
		N	40.000	
10	VAR00010	Pearson Correlation	0.377	
		Sig. (2-tailed)	0.016	
		N	40.000	
11	VAR00011	Pearson Correlation	0.207	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.100	
		N	40.000	

		Sig. (2-tailed)	0.109	
		N	40.000	
12	VAR00012	Pearson Correlation	0.484	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.002	
		N	40.000	
13	VAR00013	Pearson Correlation	0.566	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
14	VAR00014	Pearson Correlation	0.226	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.161	
		N	40.000	
No.	No soal	Correlations	Nilai koefisien	Ket
15	VAR00015	Pearson Correlation	0.274	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.186	
		N	40.000	
16	VAR00016	Pearson Correlation	0.299	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.087	
		N	40.000	
17	VAR00017	Pearson Correlation	0.336	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.034	
		N	40.000	
18	VAR00018	Pearson Correlation	0.492	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.005	
		N	40.000	
19	VAR00019	Pearson Correlation	0.338	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.033	
		N	40.000	
20	VAR00020	Pearson Correlation	0.744	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
21	VAR00021	Pearson Correlation	0.370	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.019	
		N	40.000	
22	VAR00022	Pearson Correlation	0.557	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
23	VAR00023	Pearson Correlation	0.520	Valid

		Sig. (2-tailed)	0.001	
		N	40.000	
24	- VAR00024	Pearson Correlation	0.577	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	

Keterangan

Warna merah ditolak

= 10 pernyataan yaitu no 1,2,3, 8,9, 11,14,15,16,18.

Yang diterima

= 14 pernyataan yaitu adalah no 4,5,6,7,10,,12,13,17,19,20,

21,22,23,24

**DAFTAR PERNYATAAN YANG VALID
DARI HASIL PENGHITUNGAN MENGGUNAKAN KORELASI r-PEARSON
UNTUK INSTRUMEN PENELITIAN CITRA LEMBAGA**

No.	No soal	Correlations	Nilai koefisien	Ket.
1	C1	Pearson Correlation	0.185	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.254	
		N	40.000	
2	C2	Pearson Correlation	0.591	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
3	C3	Pearson Correlation	0.643	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
4	C4	Pearson Correlation	0.133	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.413	
		N	40.000	
5	C5	Pearson Correlation	0.223	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.077	
		N	40.000	
6	C6	Pearson Correlation	0.266	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.097	
		N	40.000	
7	C7	Pearson Correlation	0.112	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.493	
		N	40.000	
8	C8	Pearson Correlation	0.549	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
9	C9	Pearson Correlation	0.027	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.871	
		N	40.000	
10	C10	Pearson Correlation	0.370	
		Sig. (2-tailed)	0.019	
		N	40.000	
11	C11	Pearson Correlation	0.215	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.184	
		N	40.000	
12	C12	Pearson Correlation	0.155	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.339	
		N	40.000	

No.	No/soal	Correlations	Nilai koefisien	Ket.
		N	40.000	
13	C13	Pearson Correlation	0.364	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.021	
		N	40.000	
14	C14	Pearson Correlation	0.388	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.013	
		N	40.000	
No.	No/soal	Correlations	Nilai koefisien	Ket.
15	C15	Pearson Correlation	0.441	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.004	
		N	40.000	
16	C16	Pearson Correlation	0.376	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.017	
		N	40.000	
17	C17	Pearson Correlation	0.618	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
18	C18	Pearson Correlation	0.454	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.003	
		N	40.000	
19	G19	Pearson Correlation	0.278	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.083	
		N	40.000	
20	G20	Pearson correlation	0.200	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.217	
		N	40.000	
21	C21	Pearson Correlation	0.366	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.020	
		N	40.000	
22	C22	Pearson Correlation	0.331	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.037	
		N	40.000	
23	G23	Pearson Correlation	0.201	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.214	
		N	40.000	
24	C24	Pearson Correlation	0.677	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
25	C25	Pearson Correlation	0.344	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.030	

		N	40.000	
26	C26	Pearson Correlation	0.284	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.076	
		N	40.000	
27	C27	Pearson Correlation	0.557	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
28	C28	Pearson Correlation	0.263	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.099	
		N	40.000	
29	C29	Pearson Correlation	0.529	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
No.	No. soal	Correlations	Nilai koefisien	Ke.
30	C30	Pearson Correlation	0.575	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	

Keterangan

= 12 pernyataan yaitu no
 Warna merah ditolak 4,5,6,7,9,11,12,19,20,23,26,28
 = 18 pernyataan yaitu adalah no
 Yang diterima 1,2,3,8,10,13,14,15,16,17,18,21,22,24,25,27,29,30

DAFTAR PERNYATAAN YANG VALID
DARI HASIL PENGHITUNGAN MENGGUNAKAN KORELASI r-PEARSON
UNTUK INSTRUMEN MUTU SEKOLAH

No.	No soal	Correlations	Nilai koefisien	Kel.
		Correlations		
			VAR00031	
1	VAR00001	Pearson Correlation	0.346	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.029	
		N	40.000	
2	VAR00002	Pearson Correlation	0.198	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.232	
		N	40.000	
3	VAR00003	Pearson Correlation	0.446	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.004	
		N	40.000	
4	VAR00004	Pearson Correlation	0.277	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.034	
		N	40.000	
5	VAR00005	Pearson Correlation	0.334	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.035	
		N	40.000	
6	VAR00006	Pearson Correlation	0.355	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.025	
		N	40.000	
7	VAR00007	Pearson Correlation	0.323	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.042	
		N	40.000	
8	VAR00008	Pearson Correlation	0.330	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.037	
		N	40.000	
9	VAR00009	Pearson Correlation	0.367	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.020	
		N	40.000	
10	VAR00010	Pearson Correlation	0.358	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.023	
		N	40.000	
11	VAR00011	Pearson Correlation	0.259	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.107	
		N	40.000	

12	VAR00012	Pearson Correlation	0.236	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.142	
		N	40.000	
13	VAR00013	Pearson Correlation	0.101	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.586	
		N	40.000	
14	VAR00014	Pearson Correlation	0.194	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.231	
		N	40.000	
15	VAR00015	Pearson Correlation	0.524	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.001	
		N	40.000	Valid
16	VAR00016	Pearson Correlation	0.324	
		Sig. (2-tailed)	0.042	
		N	40.000	
17	VAR00017	Pearson Correlation	0.306	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.065	
		N	40.000	
18	VAR00018	Pearson Correlation	0.377	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.017	
		N	40.000	
19	VAR00019	Pearson Correlation	0.397	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.011	
		N	40.000	
20	VAR00020	Pearson Correlation	0.586	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
21	VAR00021	Pearson Correlation	0.793	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
22	VAR00022	Pearson Correlation	0.708	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
23	VAR00023	Pearson Correlation	0.589	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
24	VAR00024	Pearson Correlation	0.634	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	

25	VAR00025	Pearson Correlation	0.594	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
26	VAR00026	Pearson Correlation	0.640	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
27	VAR00027	Pearson Correlation	0.639	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
28	VAR00028	Pearson Correlation	0.623	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
29	VAR00029	Pearson Correlation	0.696	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
30	VAR00030	Pearson Correlation	0.695	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	

Keterangan

Warna merah ditolak = 7 pernyataan yaitu no 2,4,11,12,13,14,17

= 23 pernyataan yaitu adalah no :

Yang diterima 1,3,5,6,7,8,9,10,15,16,18,19,20,21,
22,23,24,25,26,27,28,29,30

**DAFTAR PERNYATAAN YANG VALID
DARI HASIL PENGHITUNGAN MENGGUNAKAN KORELASI R-PEARSON
UNTUK INSTRUMEN PENELITIAN POPULARITAS SEKOLAH (Y)**

No.	No. soal	Correlations	Nilai korelasi	Ket.
		Correlations		
			VAR00042	
1	VAR00001	Pearson Correlation	-0.563	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.021	
		N	40.000	
2	VAR00002	Pearson Correlation	-0.141	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.386	
		N	40.000	
3	VAR00003	Pearson Correlation	0.159	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.326	
		N	40.000	
4	VAR00004	Pearson Correlation	0.456	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.003	
		N	40.000	
5	VAR00005	Pearson Correlation	0.098	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.514	
		N	40.000	
6	VAR00006	Pearson Correlation	0.405	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.009	
		N	40.000	
7	VAR00007	Pearson Correlation	0.468	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.002	
		N	40.000	
8	VAR00008	Pearson Correlation	0.024	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.788	
		N	40.000	
9	VAR00009	Pearson Correlation	0.302	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.058	
		N	40.000	
10	VAR00010	Pearson Correlation	0.481	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.002	
		N	40.000	
11	VAR00011	Pearson Correlation	0.501	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.001	
		N	40.000	

12	VAR00012	Pearson Correlation	0.774	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
13	VAR00013	Pearson Correlation	0.700	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
No.	No soal	Correlations	Nilai Register	Ke
14	VAR00014	Pearson Correlation	0.757	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
15	VAR00015	Pearson Correlation	-0.147	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.471	
		N	40.000	
16	VAR00016	Pearson Correlation	0.532	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
17	VAR00017	Pearson Correlation	-0.335	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.035	
		N	40.000	
18	VAR00018	Pearson Correlation	-0.240	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.163	
		N	40.000	
19	VAR00019	Pearson Correlation	0.489	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.001	
		N	40.000	
20	VAR00020	Pearson Correlation	0.531	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
21	VAR00021	Pearson Correlation	0.610	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
22	VAR00022	Pearson Correlation	0.086	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.596	
		N	40.000	
23	VAR00023	Pearson Correlation	-0.250	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.120	
		N	40.000	
24	VAR00024	Pearson Correlation	0.475	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.002	

		N	40.000	
25	VAR00025	Pearson Correlation	0.406	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.009	
		N	40.000	
26	VAR00026	Pearson Correlation	0.464	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.003	
		N	40.000	
27	VAR00027	Pearson Correlation	0.265	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.099	
		N	40.000	
28	VAR00028	Pearson Correlation	0.651	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
29	VAR00029	Pearson Correlation	0.610	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
30	VAR00030	Pearson Correlation	0.542	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
31	VAR00031	Pearson Correlation	0.297	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.063	
		N	40.000	
32	VAR00032	Pearson Correlation	0.644	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
33	VAR00033	Pearson Correlation	0.151	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.353	
		N	40.000	
34	VAR00034	Pearson Correlation	0.661	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
35	VAR00035	Pearson Correlation	0.650	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
36	VAR00036	Pearson Correlation	0.429	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.006	
		N	40.000	
37	VAR00037	Pearson Correlation	-0.025	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.876	

		N	40.000	
38	VAR00038	Pearson Correlation	0.208	tdk valid
		Sig. (2-tailed)	0.210	
		N	40.000	
39	VAR00039	Pearson Correlation	0.596	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	40.000	
40	VAR00040	Pearson Correlation	0.448	Valid
		Sig. (2-tailed)	0.004	
		N	40.000	

Keterangan

Warna merah
ditolak

Yang diterima = 15 pernyataan yaitu no 2,3,5,8,9,12,15,18,22,23,27,31,33,37,38
 = 25 pernyataan yaitu adalah no
 1,4,6,7,10,11,13,14,16,17,19,20,21,24,25,
 26,28,29,30,32,34,35,36,39,40

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

**RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
TRY OUT INSTRUMEN PENELITIAN PERAN HUMAS**

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00004	28.4000	49.6308	.2788	.7512
VAR00005	28.9750	50.2814	.2577	.7528
VAR00006	29.7250	49.6917	.2766	.7514
VAR00007	29.0250	51.3071	.3230	.7456
VAR00010	28.5750	50.0455	.3052	.7472
VAR00012	28.6750	50.6353	.2845	.7490
VAR00013	28.8000	49.1385	.4613	.7336
VAR00017	29.1250	51.3942	.2500	.7518
VAR00019	29.2000	49.3949	.3804	.7399
VAR00020	28.8750	43.2917	.7130	.7010
VAR00021	29.3750	51.1635	.3535	.7435
VAR00022	29.1250	45.9071	.4922	.7267
VAR00023	28.4250	48.6609	.4103	.7368
VAR00024	28.3250	47.0455	.3912	.7391

Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	155.7411	39	3.9934		
Within People	579.3571	520	1.1141		
Between Measures	83.6732	13	6.4364	6.5833	.0000
Residual	495.6839	507	.9777		
Total	735.0982	559	1.3150		
Grand Mean	2.2232				

Reliability Coefficients

N of Cases = 40.1 N of Items = 14

Alpha = .7552

Universitas Indonesia

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

**RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)
UNTUK INSTRUMEN PENELITIAN CITRA LEMBAGA**

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
C1	41.0750	68.9942	.1860	.8029
C2	41.0000	67.5385	.4722	.7871
C3	41.5750	67.1224	.5595	.7843
C8	41.1000	64.5538	.5854	.7787
C10	40.4500	66.5103	.1994	.8093
C13	40.1250	68.5737	.1963	.8028
C14	40.1250	68.4199	.4686	.7887
C15	40.6000	67.0154	.3476	.7920
C16	40.3750	64.0865	.3726	.7917
C17	41.0500	61.9462	.6857	.7703
C18	40.9500	64.8692	.3957	.7891
C21	41.3750	68.9071	.3118	.7940
C22	40.0500	66.7154	.2648	.7993
C24	40.7000	62.5231	.6853	.7714
C25	40.7750	69.3583	.2023	.8005
C27	40.0500	64.0487	.4081	.7884
C29	40.4250	66.6609	.4657	.7861
C30	40.4750	64.6147	.5514	.7801

Analysis of Variance

Source of Variation	Sum of Sq.	DF	Mean Square	F	Prob.
Between People	159.0431	39	4.0780		
Within People	686.7222	680	1.0099		
Between Measures	144.2903	17	8.4877	10.3742	.0000
Residual	542.4319	663	.8181		
Total	845.7653	719	1.1763		
Grand Mean	2.3931				

Reliability Coefficients

N of Cases = 40.0 N of Items = 18

Alpha = .7994

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Asal Sekolah :

Kelas :

KUISIONER KONTRIBUSI PERAN HUMAS (X₁)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
25.	Menurut saya sekolah bercitra positif dan menjadi populer karena humas sekolah telah berperan memuat informasi sekolahnya di beberapa media					
26.	Sekolah tetap menjadi populer walaupun tidak memiliki atau mengembangkan web sekolah					
27.	Sekolah tetap memiliki citra positif dan populer jika humas tidak melakukan komunikasi untuk memperkenalkan program sekolah pada masyarakat					
28.	Sekolah memiliki citra positif dan populer karena telah memiliki humas untuk menangani promosi sekolah					
29.	Sekolah memiliki citra positif dan populer di masyarakat jika humas mampu menyusun program-program yang menarik untuk promosi sekolah					
30.	Sekolah akan bercitra positif jika humas dapat mempromosikan sekolah dengan berbagai event kepada masyarakat					
31.	Sekolah bercitra positif dan populer tidak perlu humas untuk menangani promosi sekolah					
32.	Sekolah akan bercitra positif meskipun humas tidak mempromosikan sekolah dengan berbagai event kepada masyarakat					
33.	Sekolah bercitra positif dan populer karena telah memiliki humas sebagai perantara sekolah dengan masyarakat					
34.	Sekolah akan bercitra positif jika humas dapat menyebarkan informasi yang diperlukan masyarakat					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
35.	Sekolah tidak akan bercitra positif jika humas dapat menyebarkan informasi yang diperlukan masyarakat					
36.	Sekolah yang bercitra positif dan populer harus memiliki humas yang mampu memecahkan masalah jika sekolah menghadapi suatu problem					
37.	Sekolah bercitra positif jika humas berperan mencari solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi					
38.	Sekolah bercitra positif jika humas tidak berperan mencari solusi untuk memecahkan masalah yang dihadapi					

KUISIONER KONTRIBUSI CITRA LEMBAGA (SEKOLAH) (X₂),

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
31.	Saya memiliki perhatian yang lebih kepada suatu sekolah karena sekolah tersebut memiliki citra positif di mata masyarakat					
32.	Nama baik sekolah diperoleh karena memiliki citra positif di mata masyarakat					
33.	Nama yang kurang baik diperoleh sekolah karena memiliki citra positif di mata masyarakat					
34.	Citra positif yang saya berikan kepada suatu sekolah dengan bentuk perhatian saya kepada sekolah tersebut					
35.	Sekolah yang tidak diperhatikan oleh masyarakat berarti tidak memiliki citra positif					
36.	Saya tidak tertarik memperhatikan suatu sekolah meskipun sekolah tersebut memiliki citra positif di masyarakat					
37.	Menurut saya humas sekolah harus dapat membuat program yang dapat menarik agar masyarakat selalu memperhatikan informasi dari sekolah tersebut					
38.	Sekolah yang bercitra positif dapat menawarkan informasi yang dapat dipilih dan dipilah oleh masyarakat					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
39.	Menurut saya humas sekolah tidak perlu membuat program yang dapat menarik agar masyarakat selalu memperhatikan informasi dari sekolah tersebut					
40.	Sekolah yang bercitra positif tidak pernah menawarkan informasi yang dapat dipilih dan dipilah oleh masyarakat					
41.	Sekolah dikatakan memiliki citra positif jika informasi yang diberikan dapat dipopulerkan dan sudah dapat dimengerti oleh masyarakat					
42.	Sekolah yang bercitra positif akan cepat untuk selalu diingat oleh masyarakat					
43.	Humas di sekolah yang populer tidak harus membuat program yang memudahkan masyarakat memilah informasi yang ditawarkan					
44.	Sekolah dikatakan tidak memiliki citra positif jika informasi yang diberikan dapat dipopulerkan dan sudah dapat dimengerti oleh masyarakat					
45.	Sekolah yang tidak diingat oleh masyarakat berarti tidak memiliki citra positif di masyarakat					
46.	Segala berita yang disampaikan oleh sekolah bercitra positif akan selalu diingat					
47.	Saya mengingat setiap informasi dari sekolah meskipun sekolah tersebut tidak memiliki citra positif					
48.	Segala berita yang disampaikan oleh sekolah bercitra tidak positif akan selalu diingat					

KUISIONER KONTRIBUSI MUTU SEKOLAH (X₃)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
31.	Sekolah bermutu akan menjadi populer karena memiliki akreditasi sangat baik dan di ketahui oleh masyarakat					
32.	Salah satu tanda bahwa sekolah itu bermutu jika memiliki keunggulan dalam proses pelayanan penerimaan siswa baru					
33.	SMA yang bermutu jika memiliki keunggulan dalam persyaratan Nilai Ujian					

Universitas Indonesia

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
	Nasional (NUN) dari SMP pada saat penerimaan murid baru					
34.	Untuk menjadi sekolah bermutu harus memiliki guru yang berkualitas					
35.	Sekolah dikatakan bermutu jika gurunya minimal lulusan S1 (Sarjana)					
36.	Sekolah yang memiliki prestasi mata pelajaran khas unggulan atau Mulok yang berbeda dengan sekolah lain dapat dikatakan sekolah bermutu					
37.	Keunggulan dalam prestasi ekstra kurikuler yang diperoleh sekolah di banding sekolah lain dapat menjadikan sekolah berpredikat tidak bermutu					
38.	Sekolah yang tidak bermutu karena memiliki keunggulan penerimaan di PTN di banding sekolah lain					
39.	Sekolah dikatakan bermutu jika memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam pemenuhan kelengkapan sarana komputer					
40.	Jika sekolah memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam sarana ruangan kelas maka sekolah itu dikatakan bermutu					
41.	Salah satu syarat sekolah bermutu kalau memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam sarana laboratorium					
42.	Untuk menjadi sekolah bermutu tidak harus memiliki guru yang berkualitas					
43.	Sekolah dikatakan bermutu jika gurunya tidak memiliki pendidikan minimal lulusan S1 (Sarjana)					
44.	Sekolah tidak bermutu jika memiliki keunggulan dalam pemenuhan fasilitas komputer yang lengkap					
45.	Kalau sekolah memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam jumlah lulusan maka dapat dikatakan sekolah bermutu					
46.	Keunggulan dalam prestasi ekstra kurikuler yang diperoleh sekolah di banding sekolah lain dapat menjadikan sekolah berpredikat bermutu					
47.	Jika sekolah memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam hal jumlah lulusan setiap tahun dikatakan sebagai sekolah bermutu					
48.	Sekolah dikatakan bermutu jika tidak memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam kelengkapan sarana komputer					
49.	Sekolah dikatakan tidak bermutu jika memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam disiplin sekolah					
50.	Jika sekolah memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam sarana ruangan kelas maka sekolah itu dikatakan tidak bermutu					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
51.	Sekolah dikatakan bermutu jika memiliki keunggulan di banding sekolah lain dalam disiplin sekolah					
52.	Keunggulan penerimaan di PTN di banding sekolah lain dapat meningkatkan predikat menjadi sekolah bermutu					
53.	Sekolah bermutu karena memiliki keunggulan dalam fasilitas komputer yang canggih					

POPULARITAS SEKOLAH (Y)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
41.	Pendapat saya tentang SMA Negeri 8, SMA Negeri 28, SMA Negeri 70, SMA Negeri 68, dan SMA Negeri 34 yang memiliki predikat sebagai sekolah terpopuler di DKI Jakarta					
42.	Menurut saya predikat sekolah menjadi populer karena lulusannya banyak yang lolos ke Perguruan Tinggi Negeri					
43.	Sekolah menjadi populer jika memiliki sistem penerimaan siswa baru yang tidak terbuka secara umum					
44.	Sekolah menjadi populer karena memiliki sistem manajemen informasi tidak bisa diakses masyarakat					
45.	Menurut saya sekolah menjadi populer karena letaknya berada di lingkungan elite					
46.	Sekolah tetap populer meskipun tidak memiliki perpustakaan yang berbasis TIK					
47.	Sekolah tetap menjadi populer meskipun perpustakaan yang tidak memadai					
48.	Sekolah menjadi populer jika memiliki relasi dengan PTN					
49.	Sekolah menjadi populer jika memiliki relasi dengan PTS					
50.	Sekolah tetap menjadi populer meskipun laboratoriumnya tidak lengkap					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	R	T	STS
51.	Salah satu pendukung menjadi sekolah populer jika sekolah memiliki jaringan dengan lembaga pemberi beasiswa dalam maupun luar negeri					
52.	Sekolah menjadi populer karena memiliki sistem manajemen informasi yang bisa diakses masyarakat					
53.	Sekolah belum tentu menjadi populer jika memiliki relasi dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN)					
54.	Menurut saya sekolah belum tentu menjadi populer jika telah memiliki jaringan dengan dunia usaha dan dunia industri					
55.	Sekolah menjadi populer karena memiliki sarana internet yang canggih					
56.	Sekolah menjadi populer karena memiliki laboratorium yang sangat lengkap					
57.	Menjadi sekolah populer tidak harus memiliki jaringan dengan lembaga pemberi beasiswa dalam maupun luar negeri					
58.	Sekolah menjadi populer karena memiliki laboratorium yang tidak lengkap					
59.	Sekolah tetap menjadi populer meskipun tidak memiliki sarana internet yang kurang canggih					
60.	Sekolah menjadi populer karena memiliki perpustakaan yang sangat memadai					
61.	Menurut saya sekolah menjadi tidak populer karena letaknya berada di lingkungan elite					
62.	Kalau sekolah ingin populer maka letaknya harus tidak berada di dekat lokasi pusat pendidikan					
63.	Sekolah yang populer karena memiliki perpustakaan yang terbuka kepada pihak lain					
64.	Sekolah yang populer karena memiliki perpustakaan yang berbasis TIK					
65.	Menurut saya predikat sekolah populer karena lulusannya tidak banyak yang lolos ke Perguruan Tinggi Negeri					

HASIL ANALISA PENGOLAHAN DATA PENYEBARAN KUISIONER TENTANG PERAN HUMAS

No	No	NAMA	10										Jumlah				
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	1-A-001	ERSA HARDIYANTI	3	4	1	3	2	4	5	5	2	3	5	5	5	5	52
2	1-A-002	RITA EMILIA	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	55
3	1-A-003	SHELLA HANIFAH MUHAMMAD ENGGAR PRATAMA	4	4	4	2	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	57
4	1-A-004	ITA S.M.G	4	4	4	5	5	5	4	4	2	3	3	5	4	5	57
5	1-A-005	RIZKY EKO SAPUTRA	2	4	5	5	4	4	5	5	4	1	4	5	5	5	58
6	1-A-006	M. ALIF ANDIYUA	5	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	55
7	1-A-007	BETARI CITRA	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	47
8	1-A-008	NINA HERLANI	5	5	3	2	5	5	3	3	5	3	3	5	5	3	55
9	1-A-009	EVELUNE U.	3	2	4	2	5	4	2	2	3	4	4	3	2	2	42
10	1-A-010	RAKA PRADITIA FAISAL HASBULLAH SYAWIL	4	2	3	1	5	5	3	2	2	4	4	4	4	3	46
11	1-A-011	DARA WIRA	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	2	4	56
12	1-A-012	NURUL JANNAH	3	2	2	2	5	3	4	5	5	4	3	4	4	4	50
13	1-A-013	LIEKA PERTIWI	5	3	3	2	5	5	4	3	3	5	4	5	5	1	53
14	1-A-014	FELICIA YULIANTI	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	51
15	1-A-015	SHEILA NADYA	3	1	5	1	3	5	3	2	4	5	3	4	5	1	45
16	1-A-016	SANTI SUSANTI	5	1	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	54
17	1-A-017	VENI MARIA	4	4	3	4	2	3	5	5	3	5	5	5	3	5	56
18	1-A-018	DINI IKI MAYASARI	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	52
19	1-A-019	NISSA LEGIAN	2	5	5	3	2	4	5	3	3	5	5	4	5	5	56
20	1-A-020	KHOLIDA PUTRI	3	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
21	1-A-021	HARDIYANTI	2	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	5	5	2	49
22	1-A-022	PUTRI MICHEAL	2	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	48
23	1-A-023	DITA NUR ALFFAH ANINDITA TIARA PANGESTI	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	52
24	1-A-024	ADITIA RISKI S.	4	3	5	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	56
25	1-A-025	LISTON ARDI SINAGA	5	3	5	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	57
26	1-A-026	RISKA AMELIA	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	64
27	1-A-027	HANDIKA KURNIADI	4	3	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
28	1-A-028	AGUSTIO NUGROHO	3	4	5	4	5	2	4	4	4	3	3	4	2	4	51
29	1-A-029	DECKY	4	4	4	1	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	59
30	1-A-030	CANDRA FEBRI	4	2	1	5	5	3	1	3	4	5	1	4	4	1	43
31	1-A-031	RIZKI AFRIZAL	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	46
32	1-A-032		4	5	2	2	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	60
33	1-A-033		4	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	2	2	4	46
34	1-A-034		3	2	4	3	4	4	2	3	4	4	5	5	4	5	52

35	1-A-035	TEGUH ARIF	5	5	4	3	4	5	1	4	5	4	5	4	5	5	59
36	1-A-036	AMALIA N.	4	2	3	2	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	47
37	1-A-037	MAHMUDIN	3	5	3	4	4	4	2	3	2	4	2	4	4	2	46
38	1-A-038	IMAM Y.A	3	2	3	2	4	4	3	3	5	5	3	4	2	2	45
39	1-A-039	RIAN AHMAD	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	3	4	49
40	1-A-040	JEFRI T.G.H	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	57
41	1-A-041	DAH IRSANDI	3	2	4	3	4	4	2	3	4	4	5	5	4	5	52
42	1-A-042	JEFLI	3	2	3	3	4	4	3	3	5	5	3	4	2	4	48
43	1-A-043	ARI NADIA	4	2	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	53
44	1-A-044	NADIA TSURAYA	4	4	4	2	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	60
45	1-A-045	DWI AGUNG SAPUTRA	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	46
46	1-A-046	ENJANG DADILAH PRASETYO	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4	1	3	4	50
47	1-A-047	KARIM AMARULLAH	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	49
48	1-A-048	ISTI KHAOMAH	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	51
49	1-A-049	PINASTIKA RINDA PRABU DIATI	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	49
50	1-A-050	YUNITA ULA NINGRUM	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	50
51	1-A-051	AULIA DAIEMICHAN	5	5	5	4	1	4	3	5	4	5	5	5	5	3	59
52	1-A-052	EVRIANA FEBRIANI	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	54
53	1-A-053	ANGGA WIGUNA	4	2	2	5	4	5	2	2	5	2	2	5	4	1	45
54	1-A-054	AYU AGUSTINA	4	3	1	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	2	45
55	1-A-055	CELZIA	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	66
56	1-A-056	WIDIA	3	2	4	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	49
57	1-A-057	LIANDA HEDIATI	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	45
58	1-A-058	ABDULLAH	5	3	4	2	5	5	3	3	5	5	4	3	4	5	56
59	1-A-059	M.DWI FERDIAN	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
60	1-A-060	M.RIZKY	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	5	3	2	45
61	1-A-061	TRIASTUTI	2	2	4	3	3	3	5	4	5	3	5	5	5	5	54
62	1-A-062	TALIA MIRANDA	3	4	5	2	3	4	4	3	4	3	5	5	4	5	54
63	1-A-063	QIQIE HARIZKI	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	54
64	1-A-064	MUTIA	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	50
65	1-A-065	GEVANNI GUETAMA	3	3	5	3	5	4	3	3	4	3	2	5	5	3	51
66	1-A-066	NUR LATIFAH	5	3	2	4	4	4	2	3	3	4	2	4	4	2	46
67	1-A-067	RADITYA P.G	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
68	1-A-068	DEVANI H.A	3	4	5	2	3	4	5	5	4	4	2	5	5	3	54
69	1-A-069	RIZKA WAHUDA	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	54
70	1-A-070	MUHAMMAD DOVA	4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	3	58
71	1-A-071	RAHMAT AMIN WALIDAINI	3	3	5	3	4	5	3	3	3	5	5	5	4	5	56
72	1-A-072	RAHMAWATI	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	2	48
73	1-A-073	ABDUL RASYID	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	3	49

74	1-A-074	FARADINA	3	3	2	1	5	5	4	2	5	5	5	5	5	1	51
75	1-A-075	MIRZA FARHAN PRASETYO	2	3	1	2	4	4	3	5	3	4	4	1	4	3	43
76	1-A-076	AHMAD BUCHORI	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	5	4	5	52
77	1-A-077	EGI CAHYO	3	3	3	2	3	2	2	2	2	5	4	3	4	1	39
78	1-A-078	MICHAEL EGEL	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	47
79	1-A-079	ANDRE WIRA KUSUMA	2	3	4	3	2	1	2	3	4	4	4	5	5	5	47
80	1-A-080	ERIAMA ABDULLAH	4	2	3	4	3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	42
81	1-A-081	AGUS CAHYADI	4	4	5	2	4	3	5	4	4	4	2	4	4	4	53
82	1-A-082	DEFRI SISKI AUDRIAWATI	4	2	5	2	4	5	4	3	4	3	1	4	5	4	50
83	1-A-083	APRILIAN FIKRI	4	4	4	3	4	3	3	3	2	5	2	5	3	2	47
84	1-A-084	HAMBA ALLAH	5	2	5	2	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	52
85	1-A-085	AZIZAH APRILIA	3	4	5	3	4	4	5	3	4	3	5	5	4	5	57
86	1-A-086	INDRA SARI RAHAYU	2	3	4	3	5	5	4	3	4	5	5	4	3	4	54
87	1-A-087	MEGA KHADIRIA	4	3	3	2	5	5	5	4	4	5	3	3	4	5	55
88	1-A-088	DONNY DEWANTORO	4	3	4	2	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	51
89	1-A-089	AYU AGUSTINA	5	3	5	2	5	4	3	2	4	4	2	4	4	1	48
90	1-A-090	MAGHKIRA ZAKINAH	4	2	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	3	4	52
91	1-A-091	DIMA CANDRA	4	3	5	2	3	2	5	4	4	5	4	5	4	5	55
92	1-A-092	SHAKHYA	4	2	3	4	2	4	4	3	5	4	4	5	4	2	50
93	1-A-093	JESSIDA	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	51
94	1-A-094	RINO ADITYA	4	3	4	3	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	59
95	1-A-095	NICHMA S.H	2	3	4	4	2	1	3	3	4	4	4	4	4	3	45
96	1-A-096	AMELIA PUTRI	5	1	4	3	3	2	3	3	2	3	2	5	5	4	45
97	1-A-097	SUCI NUR HASIFAH	4	5	2	3	3	2	3	3	2	4	3	4	4	2	44
98	1-A-098	SITI MAEMUNAH	4	3	4	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	58
99	1-A-099	LARASATI CENDRA	4	3	4	3	5	5	2	2	3	3	2	3	3	3	45
100	1-A-100	DONA SEPTIANNE	4	2	2	3	4	4	3	4	2	4	4	2	2	4	44
101	1-A-101	FATRICIA	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	47
102	1-A-102	RIRIN CITRA	3	4	4	2	5	5	4	3	2	2	2	4	5	3	48
103	1-A-103	ANUM AYU RIANTI	4	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	41
104	1-A-104	GUNTUR A.	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	2	4	4	2	51
105	1-A-105	FERI BUDI SAPUTRA	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	65
106	1-A-106	RIAN TEJO	4	2	3	3	4	3	2	1	5	4	2	3	4	1	41
107	1-A-107	FRITZI	5	2	5	4	5	4	4	4	2	5	5	5	5	4	59
108	1-A-108	DIAN RAMADHAN	5	1	1	5	4	4	1	1	3	3	3	3	3	3	40
109	1-A-109	FARHAN	3	2	2	3	3	4	3	2	4	4	2	3	3	1	39
110	1-A-110	RISMA MELATIFA	4	3	4	1	4	5	3	4	4	5	5	5	5	2	54
111	1-A-111	MUHAMMAD PUTRA SEKUNDER	3	2	2	4	3	2	2	1	5	4	3	3	3	3	40
112	1-A-112	ABDUL MUGHNI	5	3	3	2	5	4	4	3	5	5	3	2	4	3	51

113	1-A-113	ARIF WIBOWO	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	5	5	5	3	51
114	1-A-114	RAKA ARFIANSYAH PUTRA	4	3	5	2	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	55
115	1-A-115	UTARI HAIRINA	4	3	4	3	4	4	2	2	5	3	5	5	5	5	54
116	1-A-116	GINA KURNIANTI	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	56
117	1-A-117	HERA AMANDA	3	3	5	1	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	59
118	1-A-118	IAN ERAHMADI	1	3	5	2	5	5	5	4	3	5	2	4	4	4	52
119	1-A-119	ANUGRAH CAHYO	3	4	5	2	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	60
120	1-A-120	SITI WASIAH	3	5	1	4	5	4	1	2	2	4	1	5	5	1	43
121	1-A-121	ANIS T. IBRAHIM	2	2	4	2	4	5	5	5	1	5	2	5	4	3	49
122	1-A-122	FITRATUS RAHMI	2	4	2	4	4	5	4	3	4	5	3	5	5	1	51
123	1-A-123	RADEN ZAKIA	2	2	4	4	4	5	3	3	4	5	3	1	1	5	46
124	1-A-124	HANIFAH MUTIA	2	2	4	5	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	53
125	1-A-125	INTAN LESTARI	4	3	5	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	57
126	1-A-126	ANINISA A.	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	49
127	1-A-127	RANA HANIFAH	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	51
128	1-A-128	SEPTIANNE S.	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	53
129	1-A-129	DEVI ARIANTI	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	46
130	1-A-130	CITA P.N	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	2	46
131	1-A-131	AINUA ARITETRIANI	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	45
132	1-A-132	TUESTA	2	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	60
133	1-A-133	SYAHDAH RAHMA HARTANTI	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	52
134	1-A-134	MEYTHI TAMARA	5	3	3	2	5	5	3	3	5	5	3	5	5	4	56
135	1-A-135	HANNI RAMADHAN	4	3	3	2	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	58
136	1-A-136	DEWA AYU ANGGI	4	3	5	2	3	4	3	4	5	5	4	5	5	4	56
137	1-A-137	ADISTI RATTRI EIBO	2	4	3	3	5	4	3	2	3	5	5	5	5	5	54
138	1-A-138	MUHAMMAD FATAHILLA	4	2	4	2	5	3	4	3	5	5	3	5	5	4	54
139	1-A-139	AHMAD ZETCHA	4	5	5	5	5	3	3	4	4	4	1	5	5	1	54
140	1-A-140	ANDANI ABBANI	5	4	4	3	5	4	3	3	3	3	4	4	5	5	55
141	1-A-141	IVAN NANDA	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	1	4	4	44
142	1-A-142	AIRLANGGA EKO SAPUTRA	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	2	4	3	4	54
143	1-A-143	ERSA IRHAM	3	1	2	3	5	3	3	3	4	3	2	3	5	4	44
144	1-A-144	RAFIKA FAHRINI	4	2	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5	53
145	1-A-145	AKBAR SELENDRA	3	1	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	58
146	1-A-146	ANDI HUMARILANG CAKTI	5	2	4	3	5	5	3	2	3	4	3	4	4	4	51
147	1-A-147	ARDI ARUPTA	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
148	1-A-148	M.DIAS HUSNA	4	2	2	1	5	4	2	1	5	4	5	5	5	2	47
149	1-A-149	AGHNA MAHARDIKA	4	4	3	2	4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	54
150	1-A-150	DIEMATEAD YOG. PUTRI	5	4	4	1	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	55
151	1-A-151	FANA NURAHTIA	4	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	50

152	1-A-152	LIDIA PRATAMA	4	3	4	2	4	4	3	3	4	5	1	4	4	4	49
153	1-A-153	RIZJA AMALIA	4	3	3	2	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	53
154	1-A-154	HAMZAH F.	3	4	3	2	1	2	3	5	4	2	3	4	3	2	41
155	1-A-155	FAJRI ALFIANSYAH	5	3	4	2	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	58
156	1-A-156	MAULANA IHSAN	5	4	5	2	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	63
157	1-A-157	RUTH MARGARETHA	3	2	5	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	55
158	1-A-158	HELMI ALDIA SANTOSA	5	3	4	2	3	4	3	2	4	5	4	5	5	4	53
159	1-A-159	SALVIA HASIFAH	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	52
160	1-A-160	SELECTA	4	2	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	55
161	1-A-161	I KETUT BRAHMA	5	3	4	3	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	55
162	1-A-162	REYHAN RIVANI PUTRA	5	3	4	2	4	4	1	3	1	5	4	5	5	4	50
163	1-A-163	OKTAVIAN	4	1	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	57
164	1-A-164	MUHAMMAD REZA	4	4	4	2	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	60
165	1-A-165	M.FARID RIDWAN	5	3	4	2	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	58
166	1-A-166	MAKMAL	2	5	3	4	3	4	3	5	3	4	2	5	5	2	50
167	1-A-167	NOFAL IZUHRIM AZHAR	3	2	2	1	4	3	2	4	4	4	5	3	4	4	45
168	1-A-168	MIRA AMELIA	5	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	52
169	1-A-169	IRENA ANANDRA S.	4	3	3	2	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	47
170	1-A-170	CINTYA INDRI	2	2	4	1	4	3	3	2	5	5	5	5	5	5	51
171	1-A-171	VERO ANDRIANUS	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	57
172	1-A-172	DI CORET	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	60
173	1-A-173	GIGIH ANGGORO	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	2	43
174	1-A-174	IHSAN SEPTIADI	4	2	2	2	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	45
175	1-A-175	RERE H.	4	4	5	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	61
176	1-A-176	ASLIKA	4	1	1	2	4	3	3	2	4	4	2	3	4	2	39
177	1-A-177	DAH ASTUTI	5	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	55
178	1-A-178	MAULIDIA	4	2	5	2	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	59
179	1-A-179	NUR BAITI NIKE	5	5	5	2	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	63
180	1-A-180	FAHRI SABRINA	4	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	51
181	1-A-181	ANGDIKA PUTRA UTOMO	4	3	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	61
182	1-A-182	ASTUTI SETIAWATI	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	54
183	1-A-183	DINI SHERINA	5	5	5	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	63
184	1-A-184	HABSANJANI	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4	2	5	4	3	48
185	1-A-185	DIVA PRIMANANDA	5	5	5	2	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	63
186	1-A-186	MARINA	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	50
187	1-A-187	ADNAN RAFIF	5	4	5	2	4	5	2	5	4	4	4	4	2	4	54
188	1-A-188	REZKI REDIANSAH	3	4	3	3	1	2	3	2	2	2	3	5	5	5	43
189	1-A-189	HABLY RABBANI	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
190	1-A-190	LASEFINA SYIFA	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	53

191	1-A-191	FJRI ADIYESA	3	1	3	4	2	2	2	2	4	5	4	5	5	4	46
192	1-A-192	YUDIE	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	49
193	1-A-193	NAHLIA HAERUNISA	3	4	5	2	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	59
194	1-A-194	MARISA LESTARI	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	48
195	1-A-195	SABRINA NOVIAN	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	48
196	1-A-196	IRVAN FARABI	3	3	4	2	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	48
197	1-A-197	YOLANDA METTE MARA	5	3	4	1	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	52
198	1-A-198	REZA PUTRI	5	4	2	2	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	57
199	1-A-199	ANISA USWATUN	4	2	4	2	4	5	4	4	4	3	3	5	5	5	54
200	1-A-200	AISAH PUTRI	4	3	2	2	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	47
201	1-A-201	SIHAK GIAS	3	2	5	2	4	4	4	4	4	5	1	4	4	5	51
202	1-A-202	INTAN PERMATASARI	3	3	2	3	4	2	2	2	4	2	3	4	4	3	41
203	1-A-203	AHMAD L.	3	4	4	2	5	4	2	3	4	3	3	4	3	3	47
204	1-A-204	DISIAH S.	3	3	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	55
205	1-A-205	HAWAL HAEJRAH	4	3	4	3	3	3	4	2	4	2	4	4	4	4	48
206	1-A-206	YUDHA CIPTA	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	49
207	1-A-207	PUTRI NURAINI	4	2	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	47
208	1-A-208	NI CESARI	3	2	3	3	4	5	3	3	4	4	5	5	5	4	53
209	1-A-209	RUTH YOHANA	4	3	4	2	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	56
210	1-A-210	AULIA ZARVANI ASMA	3	2	2	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	46
211	1-A-211	OKSIADRIA	3	1	2	2	4	5	4	4	4	2	2	3	2	5	43
212	1-A-212	IBRAHIM ARYA	4	3	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	53
213	1-A-213	VITASIA DINDA	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
214	1-A-214	NATASHA	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	49
215	1-A-215	AISAH NADIA	2	3	1	2	4	4	3	4	4	4	3	2	4	2	42
216	1-A-216	ELVINA DWI H.	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	49
217	1-A-217	ARIA DINI L.N	4	3	3	2	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	52
218	1-A-218	NABILA APRILINA	4	2	4	1	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	57
219	1-A-219	DELLA MITA HANDAYANI	3	4	4	3	5	3	4	3	4	3	4	5	5	4	54
220	1-A-220	TANKO PRAWIRA	5	4	4	2	4	3	5	5	4	5	3	3	4	5	56
221	1-A-221	RIZKI AKBAR	3	3	2	3	4	4	2	2	4	5	5	4	3	1	45
222	1-A-222	AYU AZIZAH	3	4	4	3	5	3	4	3	4	3	5	4	4	4	53
223	1-A-223	FIGO BADDEN	5	3	2	4	5	2	2	3	3	2	3	3	5	2	44
224	1-A-224	FAIS FADLURAHMA	4	4	3	2	4	3	5	4	4	5	3	4	3	2	50
225	1-A-225	NADIA FATIMAH	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	50
226	1-A-226	M.FAHRI P.	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	48
227	1-A-227	FARAH AISAH	3	2	3	3	5	4	2	3	4	5	5	5	5	5	54
228	1-A-228	AMANDA SINTIA	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
229	1-A-229	SERIN PUTRI NINGTYAS	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53

230	1-A-230	MUH RIZKIA	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	50
231	1-A-231	ANSGARIUS DAVIN	4	3	1	3	5	4	1	2	5	5	1	5	5	1	45
232	1-A-232	HISLI H.	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	55
233	1-A-233	JESSICA GABRILELA	3	4	4	3	3	4	4	2	3	4	5	3	5	4	51
234	1-A-234	LINTANG DEWI SEKAR	3	4	4	3	3	4	4	2	3	4	5	3	2	4	48
235	1-A-235	LUTFI	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	47
236	1-A-236	FALIA SARINA	2	5	4	4	4	5	5	5	3	2	5	4	5	5	58
237	1-A-237	NUR AINI	5	4	4	2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	62
238	1-A-238	RIZKA AMALIA	4	3	3	2	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	53
239	1-A-239	NADIA ARDILA	5	3	3	2	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	57
240	1-A-240	ANGGORO	5	3	3	5	5	5	3	5	5	4	4	5	4	4	60

HASIL ANALISA PENGOLAHAN DATA PENYEBARAN KUISIONER TENTANG CITRA LEMBAGA

No.	Nomor	NAMA																	jum		
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		17	18
1	1-A-001	ERSA HARDIYANTI	5	3	5	1	1	3	4	5	3	5	1	5	5	4	5	5	3	2	65
2	1-A-002	RITA EMILIA	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	65
3	1-A-003	SHELLA HANIFAH	5	4	5	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
4	1-A-004	MUHAMMAD ENGGAR PRATAMA	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	86
5	1-A-005	ITA S.M.G	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	76
6	1-A-006	RIZKY EKO SAPUTRA	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	70
7	1-A-007	M. ALIF ANDIYUA	5	5	5	2	3	5	3	4	1	1	5	4	1	1	2	5	5	4	61
8	1-A-008	BETARI CITRA	5	5	5	2	5	1	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	79
9	1-A-009	NINA HERLANI	5	4	5	4	2	3	4	4	4	3	3	2	2	3	4	5	3	3	63
10	1-A-010	EVELUNE U.	5	3	4	5	5	2	5	2	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	75
11	1-A-011	RAKA PRADITIA	5	4	3	4	5	5	3	3	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	73
12	1-A-012	FAISAL HASBULLAH SYAWIL	5	4	5	3	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	5	5	4	5	79
13	1-A-013	DARA WIRA	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	3	70
14	1-A-014	NURUL JANNAH	5	4	4	5	4	2	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	2	72
15	1-A-015	LIEKA PERTIWI	5	5	5	3	3	3	2	3	4	3	5	3	5	4	4	5	2	1	65
16	1-A-016	FELICIA YULIANTI	5	5	3	2	4	4	5	5	1	2	5	5	5	4	4	5	5	3	72
17	1-A-017	SHEILA NADYA	5	5	5	3	3	4	2	3	3	3	1	5	5	5	3	3	4	3	65
18	1-A-018	SANTI SUSANTI	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	73
19	1-A-019	VENI MARIA	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	5	5	2	77
20	1-A-020	DINI IKI MAYASARI	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	3	2	66	
21	1-A-021	NISSA LEGIAN	5	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	4	2	5	5	3	5	77
22	1-A-022	KHOLIDA PUTRI	5	4	4	3	4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	5	5	3	5	72
23	1-A-023	HARDIYANTI	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	5	5	5	4	3	68
24	1-A-024	PUTRI MICHEAL	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	62
25	1-A-025	DITA NUR ALFFAH	5	5	3	3	2	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
26	1-A-026	ANINDITA TIARA PANGESTI	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	75
27	1-A-027	ADITIA RISKI S.	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	78
28	1-A-028	LISTON ARDI SINAGA	4	3	5	4	2	4	4	2	4	5	5	4	4	4	5	5	3	3	70
29	1-A-029	RISKA AMELIA	5	1	1	1	4	5	3	5	5	5	3	5	1	3	2	4	4	3	60
30	1-A-030	HANDIKA KURNIAOI	5	3	4	4	1	1	2	3	2	2	4	1	5	1	1	5	4	1	52
31	1-A-031	AGUSTIO NUGROHO	5	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	66
32	1-A-032	DECKY	2	2	3	3	5	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	3	64
33	1-A-033	CANDRA FEBRI	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	61
34	1-A-034	RIZKI AFRIZAL	4	3	4	3	4	4	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	62

35	1-A-035	TEGUH ARIF	5	5	5	3	4	4	3	3	2	4	5	4	4	3	3	5	4	5	71
36	1-A-036	AMALIA N.	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	65
37	1-A-037	MAHMUDIN	4	3	4	4	2	2	3	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	69
38	1-A-038	IMAM YA	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	3	4	5	3	3	64
39	1-A-039	RIAN AHMAD	4	3	5	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	5	5	4	3	67
40	1-A-040	JEFRI T.G.H	5	5	4	3	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	78
41	1-A-041	DAH IRSANDI	4	3	4	3	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	61
42	1-A-042	JEFLI	4	4	4	3	2	5	4	2	4	3	4	4	4	4	5	5	3	3	67
43	1-A-043	ARI NADIA	5	4	4	3	3	2	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	64
44	1-A-044	NADIA TSURAYA	4	3	4	4	2	5	3	3	2	2	4	3	2	5	4	3	3	2	58
45	1-A-045	DWI AGUNG SAPUTRA	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	62
46	1-A-046	ENJANG DADILAH PRASETYO	4	3	5	2	5	3	2	1	5	5	2	4	3	3	5	5	4	3	64
47	1-A-047	KARIM AMARULLAH	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
48	1-A-048	ISTI KHAOMAH	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	78
49	1-A-049	PINASTIKA RINDA PRABU DIATI	4	4	4	3	3	2	3	1	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	59
50	1-A-050	YUNITA ULA NINGRUM	5	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	72
51	1-A-051	AULIA DAIEMICHAN	5	5	5	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	5	80
52	1-A-052	EVRIANA FEBRIANI	5	4	4	3	3	2	4	3	2	4	5	3	5	4	4	4	3	3	65
53	1-A-053	ANGGA WIGUNA	5	4	4	4	1	1	4	5	2	1	5	5	5	2	4	4	4	1	61
54	1-A-054	AYU AGUSTINA	4	4	4	3	2	1	4	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4	3	53
55	1-A-055	CELZIA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	87
56	1-A-056	WIDIA	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	2	1	5	3	2	70
57	1-A-057	LIANDA HEDIATI	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	5	4	5	4	3	3	63
58	1-A-058	ABDULLAH	5	5	5	4	4	3	3	3	5	5	4	4	3	4	5	4	5	3	74
59	1-A-059	M.DWI FERDIAN	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	77
60	1-A-060	M.RIZKY	4	5	4	5	3	1	3	5	3	2	4	5	4	3	1	3	4	3	62
61	1-A-061	TRIASTUTI	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	73
62	1-A-062	TALIA MIRANDA	5	3	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	80
63	1-A-063	QIQIIE HARIZKI	5	4	5	5	3	5	4	3	4	3	3	3	3	4	5	4	5	4	72
64	1-A-064	MUTIA.	5	4	4	4	3	3	5	5	2	2	3	4	4	3	3	4	5	3	66
65	1-A-065	GEVANNI GUETAMA	4	5	5	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	5	61
66	1-A-066	NUR LATIFAH	5	3	2	2	2	2	4	3	2	4	3	5	3	2	1	5	4	3	55
67	1-A-067	RADITYA P.G	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	77
68	1-A-068	DEVANI HA	5	5	5	5	1	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	79
69	1-A-069	RIZKA WAHUDA	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	68
70	1-A-070	MUHAMMAD DOVA	4	3	5	4	4	3	3	3	2	1	5	2	5	3	3	3	3	3	59
71	1-A-071	RAHMAT AMIN WALIDAINI	4	4	3	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	80
72	1-A-072	RAHMAWATI	4	3	3	2	3	3	2	2	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	56
73	1-A-073	ABDUL RASYID	4	5	1	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	63

74	1-A-074	FARADINA	5	5	4	2	3	3	5	4	4	5	3	4	3	3	4	5	3	2	67
75	1-A-075	MIRZA FARHAN PRASETYO	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	76
76	1-A-076	AHMAD BUCHORI	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	4	5	4	3	72
77	1-A-077	EGI CAHYO	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	5	5	3	4	5	5	4	71
78	1-A-078	MICHAEL EGEL	4	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	57
79	1-A-079	ANDRE WIRA KUSUMA	4	5	5	3	3	2	3	3	5	3	4	3	4	3	2	4	3	1	60
80	1-A-080	ERIAMA ABDULLAH	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	77
81	1-A-081	AGUS CAHYADI	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	66
82	1-A-082	DEFRI SISKI AUDRIAWATI	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	3	5	70
83	1-A-083	APRILIAN FIKRI	4	2	3	5	2	4	4	4	5	5	3	3	2	4	1	5	4	3	63
84	1-A-084	HAMBA ALLAH	5	3	3	4	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	74
85	1-A-085	AZIZAH APRILIA	5	2	5	3	5	5	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	76
86	1-A-086	INDRA SARI RAHAYU	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	73
87	1-A-087	MEGA KHADIRIA	3	5	5	3	1	2	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	1	71
88	1-A-088	DONNY DEWANTORO	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	72
89	1-A-089	AYU AGUSTINA	4	4	3	3	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	5	5	4	2	69
90	1-A-090	MAGHKIRA ZAKINAH	3	5	5	5	3	5	5	3	5	1	5	3	5	1	5	5	5	2	71
91	1-A-091	DIMA CANDRA	5	2	3	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	70
92	1-A-092	SHAKHYA	5	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4	4	5	5	4	68
93	1-A-093	JESSIDA	5	2	5	2	5	4	2	2	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	71
94	1-A-094	RINO ADITYA	5	5	4	3	2	5	4	4	3	5	4	4	5	3	4	5	4	3	72
95	1-A-095	NICHMA S.H	5	4	5	5	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	73	
96	1-A-096	AMELIA PUTRI	5	5	3	3	3	2	3	2	1	2	4	3	4	4	3	4	4	3	58
97	1-A-097	SUCI NUR HASIFAH	3	1	2	3	2	4	4	3	3	3	2	3	3	5	3	4	4	3	55
98	1-A-098	SITI MAEMUNAH	4	4	4	3	3	3	5	5	3	3	2	4	3	2	1	3	1	3	56
99	1-A-099	LARASATI CENDRA	4	4	4	4	2	2	3	3	2	2	3	4	4	2	3	4	3	2	55
100	1-A-100	DONA SEPTIANNE	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	3	67
101	1-A-101	FATRICIA	4	3	3	3	3	2	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	63
102	1-A-102	RIRIN CITRA	3	4	3	3	4	2	3	2	5	2	2	5	4	3	2	4	5	5	61
103	1-A-103	ANUM AYU RIANTI	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
104	1-A-104	GUNTUR A.	4	2	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	4	2	4	3	4	2	57
105	1-A-105	FERI BUDI SAPUTRA	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	84
106	1-A-106	RIAN TEJO	4	4	3	5	1	3	4	3	2	5	4	3	4	4	3	4	3	3	62
107	1-A-107	FRITZI	4	4	5	2	2	3	3	2	5	5	4	3	4	5	2	4	3	1	61
108	1-A-108	DIAN RAMADHAN	2	2	2	2	2	2	5	5	1	2	5	5	3	1	3	3	2	3	50
109	1-A-109	FARHAN	4	4	4	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	56
110	1-A-110	RISMA MELATIFA MUHAMMAD PUTRA SEKUNDER	3	4	5	3	2	4	5	4	5	3	3	5	4	2	1	3	5	3	64
111	1-A-111	ABDUL MUGHNI	4	4	3	5	1	4	4	5	5	1	5	4	5	3	1	3	5	3	65
112	1-A-112	ABDUL MUGHNI	5	3	4	5	2	2	2	2	5	2	4	1	1	2	1	4	1	2	48

113	1-A-113	ARIF WIBOWO	4	4	3	5	4	2	4	2	3	2	4	5	4	1	2	5	5	3	62
114	1-A-114	RAKA ARFIANSYAH PUTRA	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	73
115	1-A-115	UTARI HAIRINA	5	4	3	3	2	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	5	3	1	58
116	1-A-116	GINA KURNIANTI	5	5	5	4	5	5	4	2	2	4	5	5	5	4	5	5	4	5	79
117	1-A-117	HERA AMANDA	5	1	5	4	4	1	4	2	1	5	5	4	5	5	5	4	5	4	69
118	1-A-118	IAN ERAHMADI	4	3	4	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	67
119	1-A-119	ANUGRAH CAHYO	4	2	2	3	4	2	4	2	3	2	2	4	4	4	4	4	5	1	56
120	1-A-120	SITI WASIAH	2	5	2	4	3	5	2	4	2	3	3	5	4	1	4	3	4	4	60
121	1-A-121	ANIS T. IBRAHIM	5	5	5	5	1	1	5	5	3	3	1	5	5	1	1	4	2	2	59
122	1-A-122	FITRATUS RAHMI	4	4	4	4	2	2	3	3	4	2	5	5	4	3	3	5	4	2	63
123	1-A-123	RADEN ZAKIA	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	1	1	2	3	3	1	2	4	41
124	1-A-124	HANIFAH MUTIA	5	5	5	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	5	5	3	3	66
125	1-A-125	INTAN LESTARI	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	78
126	1-A-126	ANINISA A.	4	2	4	2	4	4	2	4	1	3	4	4	3	3	4	5	4	5	62
127	1-A-127	RANA HANIFAH	4	2	4	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	3	2	4	3	3	54
128	1-A-128	SEPTIANNE S.	4	3	4	3	5	4	3	3	4	3	5	4	4	4	3	4	3	3	66
129	1-A-129	DEVI ARIANTI	4	3	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	65
130	1-A-130	CITA P.N	3	3	4	3	4	2	4	2	2	3	3	5	4	1	3	5	3	2	56
131	1-A-131	AINUA ARITETRIANI	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2	4	3	58
132	1-A-132	TUESTA SYAHDAH RAHMA HARTANTI	5	3	4	3	4	5	2	3	3	4	2	4	3	4	3	2	3	5	62
133	1-A-133	MEYTHI TAMARA	5	5	5	4	3	1	4	4	3	4	3	4	5	3	3	5	4	3	68
135	1-A-135	HANNI RAMADHAN	5	4	4	4	1	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	76
136	1-A-136	DEWA AYU ANGGI	5	4	4	3	4	4	3	2	5	4	3	4	5	3	4	4	3	4	68
137	1-A-137	ADISTI RATRI EIBO MUHAMMAD FATAHILLA	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	74
138	1-A-138	AHMAD ZETCHA	5	5	5	2	1	3	5	4	4	2	5	5	5	4	3	5	5	1	69
139	1-A-139	ANDANI ABBANI	5	3	3	1	5	5	1	1	5	5	4	4	4	2	2	4	1	1	56
140	1-A-140	IVAN NANDA AIRLANGGA EKO SAPUTRA	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	1	2	5	3	71
141	1-A-141	ERSA IRHAM	3	4	4	5	3	2	5	3	3	1	3	5	5	1	2	4	5	3	61
142	1-A-142	RAFKA FAHRINI	4	3	4	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	1	1	3	3	3	56
143	1-A-143	AKBAR SELENDRA ANDI HUMARILANG CAKTI	5	3	3	5	3	2	1	4	5	3	1	5	4	3	1	3	1	2	54
144	1-A-144	ARDI ARUPTA	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	62
145	1-A-145	M.DIAS HUSNA	4	4	4	3	3	3	5	5	1	1	3	5	5	3	3	4	5	5	66
146	1-A-146	AGHNA MAHARDIKA DIEMATEAD YOGA PUTRI	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	5	5	4	3	74
147	1-A-147	FANA NURAHTIA	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	63
148	1-A-148		5	5	5	3	1	3	4	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4	1	65
149	1-A-149		4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	74
150	1-A-150		5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	83
151	1-A-151		5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	66

152	1-A-152	LIDIA PRATAMA	5	4	5	5	2	4	4	3	5	5	3	3	3	4	4	5	5	4	73
153	1-A-153	RIZJA AMALIA	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	77
154	1-A-154	HAMZAH F.	4	4	4	5	3	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	74
155	1-A-155	FAJRI ALFIANSYAH	4	3	5	4	3	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	2	3	74
156	1-A-156	MAULANA IHSAN	4	4	4	3	4	5	2	4	4	4	3	3	3	4	5	5	3	3	67
157	1-A-157	RUTH MARGARETHA	5	4	3	5	4	3	5	4	1	5	3	4	3	1	5	5	5	3	68
158	1-A-158	HELMI ALDIA SANTOSA	4	5	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	4	5	4	3	3	3	68
159	1-A-159	SALVIA HASIFAH	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	67
160	1-A-160	SELECTA	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	5	81
161	1-A-161	I KETUT BRAHMA	4	3	3	3	4	4	2	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	69
162	1-A-162	REYHAN RIVANI PUTRA	5	4	3	1	2	4	3	3	3	5	3	5	4	1	4	5	3	2	60
163	1-A-163	OKTAVIAN	5	4	4	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	2	3	68
164	1-A-164	MUHAMMAD REZA	5	4	3	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	74
165	1-A-165	M.FARID RIDWAN	4	3	5	4	3	5	4	5	3	3	5	4	5	5	5	5	4	3	75
166	1-A-166	MAKMAL	4	5	5	3	1	5	5	5	5	3	5	5	5	1	5	5	5	1	73
167	1-A-167	NOFAL IZUHRIM AZHAR	3	3	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	2	3	69
168	1-A-168	MIRA AMELIA	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	3	76
169	1-A-169	IRENA ANANDRA S.	5	4	5	4	2	4	3	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	71
170	1-A-170	CINTYA INDRI	5	5	4	4	5	5	4	3	5	3	2	4	3	3	5	4	2	5	71
171	1-A-171	VERO ANDRIANUS	5	3	4	4	5	4	3	4	3	4	2	4	5	4	5	5	4	3	71
172	1-A-172	DI CORET	3	2	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	5	5	59
173	1-A-173	GIGIH ANGGORO	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	5	5	3	63
174	1-A-174	IHSAN SEPTIADI	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	70
175	1-A-175	RERE H.	5	3	4	4	4	3	2	3	3	4	5	4	4	4	3	3	5	4	67
176	1-A-176	ASLIKA	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	5	3	72
177	1-A-177	DAH ASTUTI	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	68
178	1-A-178	MAULIDIA	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	79
179	1-A-179	NUR BAITI NIKE	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	79
180	1-A-180	FAHRI SABRINA	5	4	4	4	2	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	2	63
181	1-A-181	ANGDIKA PUTRA UTOMO	5	5	4	5	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	66
182	1-A-182	ASTUTI SETIAWATI	3	2	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	58
183	1-A-183	DINI SHERINA	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	79
184	1-A-184	HABSANJANI	5	4	5	3	2	1	4	4	2	2	3	5	5	3	1	5	4	5	63
185	1-A-185	DIVA PRIMANANDA	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	79
186	1-A-186	MARINA	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	65
187	1-A-187	ADNAN RAFIF	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	4	64
188	1-A-188	REZKI REDIANSAH	5	4	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	65
189	1-A-189	HABLY RABBANI	5	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	5	4	5	5	74
190	1-A-190	LASEFINA SYIFA	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72

191	1-A-191	FIJRI ADIYESA	5	4	4	3	3	3	3	4	5	3	5	3	5	3	4	5	5	3	70
192	1-A-192	YUDIE	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	66
193	1-A-193	NAHLIA HAERUNISA	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	81
194	1-A-194	MARISA LESTARI	4	4	3	3	4	5	5	5	3	4	5	4	5	3	5	5	4	2	73
195	1-A-195	SABRINA NOVIAN	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	3	1	5	5	4	71
196	1-A-196	IRVAN FARABI YOLANDA MEITE MARA	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	5	65
197	1-A-197	REZA PUTRI	4	4	4	4	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	56
199	1-A-199	ANISA USWATUN	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	3	1	5	5	2	76
200	1-A-200	AISAH PUTRI	4	4	4	2	4	4	4	2	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	69
201	1-A-201	SIHAK GIAS	4	2	4	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4	2	3	5	61
202	1-A-202	INTAN PERMATASARI	4	3	4	3	5	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	2	3		62
203	1-A-203	AHMAD L.	4	3	2	4	3	2	2	3	2	4	2	4	3	4	4	4	3	2	55
204	1-A-204	DISIAH S.	5	5	4	3	4	5	5	5	3	4	5	4	5	3	5	5	4	2	76
205	1-A-205	HAWAL HAEJRAH	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	81
206	1-A-206	YUDHA CIPTA	5	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	69
207	1-A-207	PUTRI NURAINI	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	65
208	1-A-208	NI CESARI	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	5	4	82
209	1-A-209	RUTH YOHANA	5	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	5	5	2	73
210	1-A-210	AULIA ZARVANI ASMA	4	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	70
211	1-A-211	OKSIADRIA	5	4	3	3	4	3	1	5	2	4	3	4	3	4	3	2	4	4	61
212	1-A-212	IBRAHIM ARYA	5	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	4	3	4	5	5	4	4	64
213	1-A-213	VITASIA DINDA	4	4	1	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	62
214	1-A-214	NATASHA	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	5	65
215	1-A-215	AISAH NADIA	4	4	4	2	2	2	3	4	1	1	4	4	4	4	4	4	2	3	56
216	1-A-216	ELVINA DWI H.	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	64
217	1-A-217	ARIA DINI L.N	5	5	5	3	3	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	4	3	76
218	1-A-218	NABILA APRILINA DELLA MITA HANDAYANI	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	3	1	5	5	3	77
219	1-A-219	TANKO PRAWIRA	4	4	5	3	3	2	1	1	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	57
221	1-A-221	RIZKI AKBAR	5	4	5	4	2	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	5	3	3	65
222	1-A-222	AYU AZIZAH	5	3	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	5	5	3	76
223	1-A-223	FIGO BADDEN	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	5	4	3	79
224	1-A-224	FAIS FAOLURAHMA	4	4	3	4	4	2	4	2	3	2	3	5	4	3	3	3	4	4	61
225	1-A-225	NADIA FATIMAH	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	57
226	1-A-226	M.FAHRI P.	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	60
227	1-A-227	FARAH AISAH	5	5	5	5	2	3	2	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	68
228	1-A-228	AMANDA SINTIA SERIN PUTRI NINGTYAS	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	62
229	1-A-229		4	3	4	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	4	4	4	3	3	60

230	1-A-230	MUH RIZKIA	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	5	3	2	2	4	4	3	61
231	1-A-231	ANSGARIUS DAVIN	5	5	5	3	3	2	4	4	2	3	5	5	5	2	3	3	5	4	68
232	1-A-232	HISLI H.	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	1	1	4	4	68
233	1-A-233	JESSICA GABRIELELA	5	3	4	3	2	1	2	4	3	3	4	4	5	2	3	4	4	2	58
234	1-A-234	LINTANG DEWI SEKAR	4	4	4	4	1	1	3	3	5	3	4	4	5	2	3	4	4	4	62
235	1-A-235	LUTFI	3	4	4	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	2	2	2	4	3	55
236	1-A-236	FALIA SARINA	5	5	5	5	3	3	2	4	2	1	3	5	4	3	2	5	5	2	64
237	1-A-237	NUR AINI	4	3	4	4	3	5	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	72
238	1-A-238	RIZKA AMALIA	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	78
239	1-A-239	NADIA ARDILA	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	5	5	78
240	1-A-240	ANGGORO	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	76

**HASIL ANALISA PENGOLAHAN DATA
PENYEBARAN KUISIONER TENTANG POPULARITAS SEKOLAH**

No	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600	601	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	621	622	623	624	625	626	627	628	629	630	631	632	633	634	635	636	637	638	639	640	641	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656	657	658	659	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	670	671	672	673	674	675	676	677	678	679	680	681	682	683	684	685	686	687	688	689	690	691	692	693	694	695	696	697	698	699	700	701	702	703	704	705	706	707	708	709	710	711	712	713	714	715	716	717	718	719	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008	1009	1010	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018	1019	1020	1021	1022	1023	1024	1025	1026	1027	1028	1029	1030	1031	1032	1033	1034	1035	1036	1037	1038	1039	1040	1041	1042	1043	1044	1045	1046	1047	1048	1049	1050	1051	1052	1053	1054	1055	1056	1057	1058	1059	1060	1061	1062	1063	1064	1065	1066	1067	1068	1069	1070	1071	1072	1073	1074	1075	1076	1077	1078	1079	1080	1081	1082	1083	1084	1085	1086	1087	1088	1089	1090	1091	1092	1093	1094	1095	1096	1097	1098	1099	1100	1101	1102	1103	1104	1105	1106	1107	1108	1109	1110	1111	1112	1113	1114	1115	1116	1117	1118	1119	1120	1121	1122	1123	1124	1125	1126	1127	1128	1129	1130	1131	1132	1133	1134	1135	1136	1137	1138	1139	1140	1141	1142	1143	1144	1145	1146	1147	1148	1149	1150	1151	1152	1153	1154	1155	1156	1157	1158	1159	1160	1161	1162	1163	1164	1165	1166	1167	1168	1169	1170	1171	1172	1173	1174	1175	1176	1177	1178	1179	1180	1181	1182	1183	1184	1185	1186	1187	1188	1189	1190	1191	1192	1193	1194	1195	1196	1197	1198	1199	1200	1201	1202	1203	1204	1205	1206	1207	1208	1209	1210	1211	1212	1213	1214	1215	1216	1217	1218	1219	1220	1221	1222	1223	1224	1225	1226	1227	1228	1229	1230	1231	1232	1233	1234	1235	1236	1237	1238	1239	1240	1241	1242	1243	1244	1245	1246	1247	1248	1249	1250	1251	1252	1253	1254	1255	1256	1257	1258	1259	1260	1261	1262	1263	1264	1265	1266	1267	1268	1269	1270	1271	1272	1273	1274	1275	1276	1277	1278	1279	1280	1281	1282	1283	1284	1285	1286	1287	1288	1289	1290	1291	1292	1293	1294	1295	1296	1297	1298	1299	1300	1301	1302	1303	1304	1305	1306	1307	1308	1309	1310	1311	1312	1313	1314	1315	1316	1317	1318	1319	1320	1321	1322	1323	1324	1325	1326	1327	1328	1329	1330	1331	1332	1333	1334	1335	1336	1337	1338	1339	1340	1341	1342	1343	1344	1345	1346	1347	1348	1349	1350	1351	1352	1353	1354	1355	1356	1357	1358	1359	1360	1361	1362	1363	1364	1365	1366	1367	1368	1369	1370	1371	1372	1373	1374	1375	1376	1377	1378	1379	1380	1381	1382	1383	1384	1385	1386	1387	1388	1389	1390	1391	1392	1393	1394	1395	1396	1397	1398	1399	1400	1401	1402	1403	1404	1405	1406	1407	1408	1409	1410	1411	1412	1413	1414	1415	1416	1417	1418	1419	1420	1421	1422	1423	1424	1425	1426	1427	1428	1429	1430	1431	1432	1433	1434	1435	1436	1437	1438	1439	1440	1441	1442	1443	1444	1445	1446	1447	1448	1449	1450	1451	1452	1453	1454	1455	1456	1457	1458	1459	1460	1461	1462	1463	1464	1465	1466	1467	1468	1469	1470	1471	1472	1473	1474	1475	1476	1477	1478	1479	1480	1481
----	------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

34	RIZKI AFRIZAL	2	3	2	4	1	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	5	71
35	TEGUH ARIF	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	2	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	108
36	AMALIA N.	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	89	
37	MAHMUDIN	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	5	3	4	2	2	3	4	4	86	
38	IMAM Y.A	3	5	2	5	1	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	4	83	
39	RIAN AHMAD	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	2	5	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	90	
40	JEFRI T.G.H	5	4	5	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	5	105	
41	DAH IR SANDI	4	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	2	4	4	4	4	3	3	86	
42	JEFLI	3	5	1	5	1	4	4	3	3	4	5	5	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	83	
43	ARI NADIA	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	85	
44	NADIA TSURAYA	5	4	3	3	4	4	4	3	3	5	3	3	3	5	5	5	5	4	2	3	4	3	2	3	4	92	
45	DWI AGUNG SAPUTRA	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	86	
46	ENJANG DADILAH PRASETYO	5	4	4	3	4	2	5	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	1	89	
47	KARIM AMARULLAH	4	4	2	3	1	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	2	4	4	83	
48	ISTI KHAOMAH PINASTIKA RINDA PRABU DIATI	4	5	3	5	4	5	5	3	3	5	4	3	4	2	3	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	102	
49	YUNITA ULA NINGRUM	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	88	
50	AULIA DAEMICHAN	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	93	
51	EVRIANA FEBRIANI	2	5	1	5	1	5	5	1	1	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	98	
52	ANGGA WIGUNA	4	4	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	2	4	3	2	2	4	4	2	3	4	4	2	80	
53	AYU AGUSTINA	4	5	1	1	1	2	1	2	2	1	5	5	4	5	5	5	4	1	1	5	1	1	2	4	1	69	
54	CEL CIA	5	4	2	3	3	3	2	3	3	2	4	4	2	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	77	
55	WIDIA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	124	
56	LIANDA HEDIATI	5	5	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	90	
57	ABDULLAH	5	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	92	
58	M.DWI FERDIAN	5	4	3	3	4	2	3	3	3	3	5	4	3	1	4	4	3	5	4	4	3	3	2	4	5	89	
59	M.RIZKY	4	5	4	4	1	3	5	4	3	5	5	1	1	4	4	2	5	5	4	5	5	5	5	3	3	95	
60	TRIASTUTI	5	5	2	1	4	2	3	3	3	1	3	4	2	2	2	4	5	5	4	3	3	3	3	5	5	82	
61	TALIA MIRANDA	3	4	4	4	1	2	2	4	3	2	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	88	
62	QIQIE HARIZKI	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	3	2	3	110	
63	MUTI A.	3	2	3	5	3	5	5	3	3	5	4	4	2	3	5	4	3	5	5	4	3	4	2	4	3	92	
64	GEVANNI GUETAMA	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	3	3	5	5	3	5	5	4	4	2	2	4	4	104	
65	NUR LATIFAH	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	2	3	4	3	82		
66	RADITYA P.G	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	80	
67	DEVANI H.A	4	5	4	4	1	3	5	4	3	5	5	5	1	3	4	4	2	5	5	4	5	5	5	5	3	99	
68	RIZKA WAHUDA	5	4	2	5	4	5	5	4	3	5	4	3	2	4	4	4	2	5	3	4	5	2	3	5	3	95	
69	MUHAMMAD DOVA RAHMAT AMIN WALIDAINI	4	5	3	4	4	3	4	4	3	3	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	88	
70	RAHMAWATI	5	4	3	3	3	1	1	4	2	1	3	3	5	2	5	5	1	1	2	5	3	3	3	3	3	74	
71	ABDUL RASYID	4	4	3	4	1	2	2	5	2	3	4	5	4	4	4	4	4	2	2	3	3	2	3	4	5	83	
72	FARADINA	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	78	
73	ABDUL RASYID	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	90	
74	FARADINA	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	95	

75	MIRZA FARHAN PRASETYO	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	3	5	5	97	
76	AHMAD BUCHORI	3	4	4	4	2	5	5	3	3	3	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	3	4	4	92	
77	EGI CAHYO	4	5	2	3	2	4	5	3	3	3	2	4	5	4	5	5	4	5	3	5	3	3	4	4	5	93	
78	MICHAEL EGEL	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	74	
79	ANDRE WIRA KUSUMA	4	4	3	4	4	2	3	2	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	2	4	3	83	
80	ERIAMA ABDULLAH	4	4	1	3	4	3	3	4	1	3	4	4	3	2	5	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	84	
81	AGUS CAHYADI	4	5	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	90	
82	DEFRI SISKI AUDRIAWATI	4	5	4	5	2	3	3	5	4	3	5	5	3	4	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	5	93	
83	APRILIAN FIKRI	5	5	2	1	4	2	3	3	3	1	3	4	4	2	2	4	2	3	4	4	3	2	3	2	2	73	
84	HAMBA ALLAH	4	5	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	106	
85	AZIZAH APRILIA	5	5	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	3	3	1	4	4	5	106	
86	INDRA SARI RAHAYU	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	2	4	83	
87	MEGA KHADIRIA DONNY	5	3	5	3	1	5	5	5	5	5	5	3	1	3	5	5	3	5	5	5	5	1	3	2	3	5	96
88	DEWANTORO	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5	2	5	3	2	4	2	90	
89	AYU AGUSTINA	5	5	2	2	2	3	3	3	3	3	5	4	3	2	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	5	84	
90	MAGHKIRA ZAKINAH	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	5	3	1	1	4	5	4	5	4	5	4	3	1	3	5	96	
91	DIMA CANDRA	3	5	4	4	2	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	2	2	3	4	86	
92	SHAKHYA	5	5	1	3	5	5	5	5	5	4	5	3	1	1	4	5	4	5	4	5	4	3	1	3	5	96	
93	JESSIDA	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	89	
94	RINO ADITYA	4	5	3	3	2	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	5	4	92	
95	NICHMA S.H	4	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	5	4	3	3	3	5	94	
96	AMELIA PUTRI	5	4	3	2	5	4	5	5	4	2	3	2	2	2	5	5	1	4	2	5	3	3	4	5	1	86	
97	SUCI NUR HASIFAH	5	3	5	3	3	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	5	3	83	
98	SITI MAEMUNAH	5	4	2	3	4	5	5	4	3	1	4	3	3	3	3	5	2	2	2	3	3	4	5	3	2	83	
99	LARASATI CENDRA	5	4	2	2	4	3	2	3	3	4	2	4	3	2	3	3	2	2	2	4	2	4	4	5	4	78	
100	DONA SEPTIANNE	5	4	2	4	3	4	4	2	4	4	1	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	99	
101	FATRICIA	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	2	3	4	4	2	74	
102	RIRIN CITRA	5	5	3	2	3	5	2	3	4	2	3	4	3	4	2	4	2	3	2	4	4	4	3	3	3	82	
103	ANUM AYU RIANTI	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	5	3	4	3	3	5	3	3	4	3	2	75	
104	GUNTUR A. FERI BUDI SAPUTRA	4	2	2	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	2	2	4	2	2	4	4	2	74	
105	RIAN TEJO	5	3	3	2	2	3	3	3	3	2	5	4	4	2	3	4	2	4	4	5	2	3	4	4	1	80	
107	FRITZI	3	4	4	5	5	1	3	3	3	2	5	4	1	3	3	3	5	4	3	4	3	4	1	2	4	82	
108	DIAN RAMADHAN	5	5	1	1	5	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	72	
109	FARHAN	5	5	2	2	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3	5	5	1	5	3	4	1	2	4	2	2	76	
110	RISMA MELATIFA	5	4	5	4	1	3	1	3	1	3	2	4	5	4	5	4	2	1	5	4	3	1	5	3	1	79	
111	MUHAMMAD PUTRA SEKUNDER	4	4	3	5	1	3	2	4	4	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	3	82
112	ABDUL MUGHNI	5	3	3	3	2	5	4	1	4	3	2	1	2	4	4	3	4	2	3	4	1	1	3	2	2	71	
113	ARIF WIBOWO	5	5	2	1	4	2	1	5	5	2	4	5	2	1	5	4	1	2	3	4	1	2	3	2	5	76	
114	RAKA	4	4	3	4	2	4	5	4	4	4	5	5	1	2	4	5	3	4	4	5	3	3	3	5	5	95	

154	HAMZAH F.	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3	3	5	4	5	97	
155	FAJRI ALFIANSYAH	5	5	3	4	3	2	2	4	4	5	4	5	3	5	4	5	2	3	2	4	3	2	3	4	4	89	
156	MAULANA IHSAN	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	4	5	95	
157	RUTH MARGARETHA	2	3	4	1	4	5	5	4	4	5	5	5	2	3	5	5	5	5	3	4	5	3	3	3	5	98	
158	HELMI ALDIA SANTOSA	3	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	5	2	3	4	4	97	
159	SALVIA HASIFAH	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	4	82	
160	SELECTA	3	4	3	4	2	3	4	5	2	4	3	4	4	3	2	5	4	5	3	4	3	3	2	4	5	88	
161	I KETUT BRAHMA	4	5	4	5	4	4	4	3	3	2	4	4	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	88	
162	REYHAN RIVANI PUTRA	5	5	3	2	3	4	1	5	4	3	4	5	5	3	3	4	5	4	1	2	3	3	3	5	3	88	
163	OKTAVIAN	3	4	4	5	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	2	3	3	5	2	3	2	1	5	4	4	88	
164	MUHAMMAD REZA	4	3	3	4	4	3	3	5	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	1	2	3	4	85	
165	M.FARID RIDWAN	5	4	3	4	4	1	2	5	4	2	4	4	3	3	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	5	84	
166	MAKMAL	5	4	3	3	1	5	5	2	2	5	5	4	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	99
167	NOFAL IZUHRIM AZHAR	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	5	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	70	
168	MIRA AMELIA	5	5	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	94	
169	IRENA ANANDRA S.	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	5	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	87	
170	CINTYA INDRI	4	2	4	5	1	3	3	4	4	2	5	5	3	4	3	3	2	2	2	2	1	1	5	4	4	79	
171	VERO ANDRIANUS	5	4	4	4	2	3	2	4	3	3	5	4	2	4	3	4	3	4	2	5	5	4	3	3	4	88	
172	DI CORET	3	3	4	4	1	3	3	3	2	2	5	5	3	3	3	3	5	3	4	3	4	5	3	5	5	85	
173	GIGIH ANGGORO	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	5	5	3	3	3	3	5	3	4	3	4	5	3	3	5	88	
174	IHSAN SEPTIADI	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	2	9	4	4	87	
175	RERE H.	5	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	5	5	4	102	
176	ASLIKA	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3	4	3	3	5	5	5	3	3	3	5	3	3	5	5	2	101	
177	DAH ASTUTI	5	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3	5	5	4	3	3	5	3	3	5	5	2	92	
178	MAULIDIA	5	4	3	5	2	5	5	4	4	5	5	3	2	2	3	3	3	5	3	3	4	3	5	4	5	95	
179	NUR BAITI NIKE	5	4	3	4	2	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	102	
180	FAHRI SABRINA	5	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	1	3	3	4	1	3	3	5	3	82	
181	ANGDIKA PUTRA UTOMO	5	3	3	4	2	2	2	3	3	2	4	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	5	3	4	4	3	76
182	ASTUTI SETIAWATI	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	85	
183	DINI SHERINA	5	5	3	5	2	5	5	5	4	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	104	
184	HABSANJANI	5	5	2	1	2	3	3	4	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	1	82	
185	DIVA PRIMANANDA	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	3	2	4	4	4	3	5	3	3	4	3	5	4	5	101	
186	MARINA	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	1	3	4	4	3	4	2	4	4	85	
187	ADNAN RAFIF	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	90	
188	REZKI REDIANSAH	3	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	78	
189	HABLY RABBANI	4	3	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	93	
190	LASEFINA SYIFA	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94	
191	FIJRI ADIYESA	4	4	4	4	2	4	3	4	3	2	5	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	4	4	4	86	
192	YUDIE	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	5	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	4	4	3	84	
193	NAHLIA HAERUNISA	4	4	4	4	1	2	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	2	5	5	3	3	5	5	96	
194	MARIISA LESTARI	5	5	3	3	3	4	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	106	

195	SABRINA NOVIAN	5	5	4	4	2	4	4	5	5	3	5	5	3	3	5	5	2	5	4	5	1	3	5	5	5	102
196	IRVAN FARABI	5	5	2	7	4	3	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	2	1	4	2	4	4	5	95
197	YOLANDA MEITE MARA	5	5	3	3	2	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	1	3	3	5	2	88	
198	REZA PUTRI	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	1	4	4	5	5	5	109	
199	ANISA USWATUN	5	5	4	4	2	4	4	5	5	3	5	5	3	3	5	5	2	5	4	5	1	3	5	5	102	
200	AISAH PUTRI	4	4	4	4	1	4	3	4	3	2	4	4	2	3	3	3	2	2	2	4	4	2	4	4	2	78
201	SIHAK GIAS	5	5	5	5	1	2	3	4	2	3	1	1	1	3	3	3	3	3	1	3	4	4	3	3	4	75
202	INTAN PERMATASARI	4	1	1	2	4	3	2	3	1	3	2	5	2	4	1	3	1	5	3	3	2	4	3	3	5	70
203	AHMAD L.	4	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	5	1	4	3	4	3	2	3	3	2	77
204	DISIAH S.	5	5	3	3	3	4	5	5	3	3	5	5	5	5	4	1	5	4	4	4	5	4	4	4	5	106
205	HAWAL HAEJRAH	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	113
206	YUDHA CIPTA	5	5	3	4	2	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	90
207	PUTRI NURAINI	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	2	2	3	3	2	4	2	4	4	3	3	4	4	4	82
208	NI CESARI	5	4	3	2	4	3	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	88
209	RUTH YOHANA	5	4	3	3	3	2	3	4	4	4	2	4	1	4	2	3	2	1	3	3	5	4	5	4	4	82
210	AULIA ZARVANI ASMA	4	4	3	4	2	2	2	4	4	2	4	4	2	2	4	4	3	1	3	5	1	3	3	4	3	81
211	OKSIADRIA	5	3	4	3	1	2	4	4	4	2	3	1	4	3	3	4	4	3	2	3	2	4	3	4	81	
212	IBRAHIM ARYA	4	4	3	3	2	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	85
213	VITASIA DINDA	5	5	3	4	2	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	5	93
214	NATASHA	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	87
215	AISAH NADIA	5	4	5	4	2	2	4	3	3	5	3	3	2	3	5	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	86
216	ELVINA DWI H.	5	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	81
217	ARIA DINI LN	5	5	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	2	2	3	3	2	4	2	3	4	3	3	4	4	83
218	NABILA APRILINA	5	5	4	4	2	3	3	5	5	3	5	5	3	3	5	5	2	5	4	5	5	3	5	5	5	104
219	DELLA MITA HANDAYANI	5	5	4	5	2	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	2	4	3	5	94
220	TANKO PRAWIRA	4	5	1	4	1	3	5	3	3	3	5	5	3	2	3	4	3	3	2	5	5	2	4	3	2	83
221	RIZKI AKBAR	5	5	3	3	3	5	3	4	2	3	1	1	3	5	3	3	3	1	3	3	3	3	5	4	80	
222	AYU AZIZAH	5	4	1	5	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	2	4	3	5	91
223	FIGO BADDEN	5	4	5	4	3	3	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	3	4	103
224	FAIS FADLURAHMA	4	3	2	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	2	3	2	2	77
225	NADIA FATIMAH	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	1	2	2	5	86
226	M.FAHRI P.	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	77
227	FARAH AISAH	5	4	4	1	3	3	4	4	3	4	3	5	3	2	4	4	5	3	3	4	4	4	2	4	4	89
228	AMANDA SINTIA	5	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	2	4	2	2	3	3	4	75
229	SERIN PUTRI NINGTYAS	5	4	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	2	1	3	3	2	3	2	4	3	2	4	3	4	76
230	MUH RIZKIA	5	4	2	3	2	3	2	5	5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	85
231	ANSGARIUS DAVIN	5	5	3	2	3	2	2	3	3	4	2	5	3	3	5	4	3	2	3	3	2	3	4	3	2	79
232	HISLI H.	5	1	3	5	1	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	103
233	JESSICA GABRIELELA	5	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	2	3	2	5	3	4	4	4	4	4	2	3	5	90
234	LINTANG DEWI SEKAR	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	5	3	4	3	4	4	4	2	4	5	94
235	LUTFI	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	77

236	FALIA SARINA	5	5	4	4	1	5	5	3	3	2	5	4	5	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3	5	104
237	NUR AINI	5	4	3	3	4	4	4	3	3	5	3	3	3	4	5	5	5	4	3	2	4	4	3	4	4	94
238	RIZKA AMALIA	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	3	5	3	5	3	3	3	100
239	NADIA ARDILA	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	2	2	3	5	3	5	3	3	3	91
240	ANGGORO	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	103

Hasil Pengolahan data dan Penghitungan dari SPSS 17

Uji Asumsi Homogenitas

Uji homogenitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variable yang digunakan memiliki ragam yang sama atau tidak. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Analisis Of Variance $> \alpha$ (0.05), maka dapat dikatakan asumsi homogenitas terpenuhi.

Test of Homogeneity of Variances

	Levene	df1	df2	Sig.
	Statistic			
HUMAS	1.542	37	195	.064
CITRA	.928	37	195	.592
MUTU	1.385	37	195	.083
POPULARITAS	1.366	37	195	.092

Dari hasil pengujian di atas, diperoleh nilai signifikansi untuk masing-masing variable $> \alpha$ (0.05), maka asumsi Homogenitas terpenuhi.

Uji Asumsi Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		HUMAS	CITRA	MUTU	POPULARITAS
N		240	240	240	240
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	51.5292	67.4417	83.9250	88.4292
	Std. Deviation	5.47486	7.72303	7.94138	9.76048
Most Extreme Differences	Absolute	.057	.049	.050	.054
	Positive	.046	.049	.049	.054
	Negative	-.057	-.045	-.050	-.039
Kolmogorov-Smirnov Z		.890	.760	.768	.839
Asymp. Sig. (2-tailed)		.407	.610	.596	.482

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil pengujian di atas, diperoleh nilai disignifikansi untuk variable Humas sebesar 0.407, sementara variable Citra sebesar 0.610 dan variable Mutu 0.596 serta 0.482 untuk variable Popularitas. Keempat variable memiliki nilai signifikansi $> \alpha$, dengan demikian asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Asumsi Linieritas

$X_1 \rightarrow Y$

ANOVA

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22346.484	1	22346.484	12593.695	.000
Residual	422.312	238	1.774		
Total	22768.796	239			

The independent variable is HUMAS.

$X_2 \rightarrow Y$

ANOVA

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22247.555	1	22247.555	10158.286	.000
Residual	521.241	238	2.190		
Total	22768.796	239			

The independent variable is CITRA.

X3 → Y

ANOVA

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22234.722	1	22234.722	9908.484	.000
Residual	534.074	238	2.244		
Total	22768.796	239			

The independent variable is MUTU.

Rekapitulasi hasil Linieritas:

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
X1	22346.484	1	22346.484	12593.695	.000
X2	22247.555	1	22247.555	10158.286	.000
X3	22234.722	1	22234.722	9908.484	.000

Dari output di atas, diperoleh nilai sig. untuk masing-masing variable < α (0.05), maka dapat disimpulkan bahwa asumsi linieritas terpenuhi.

ANALISIS REGRESI

Model umum regresi berganda:

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \dots + \beta_p X_{pi} + \varepsilon_i$$

Sedangkan model sampelnya adalah

$$\hat{y} = b_0 + b_1 X_{1i} + \dots + b_p X_{pi}$$

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
POPULAR	88.4292	9.76048	240
HUMAS	51.5292	5.47486	240
CITRA	67.4417	7.72303	240
MUTU	83.9250	7.94138	240

Correlations

		POPULAR	HUMAS	CITRA	MUTU
Pearson Correlation	POPULAR	1.000	.991	.988	.988
	HUMAS	.991	1.000	.992	.993
	CITRA	.988	.992	1.000	.991
	MUTU	.988	.993	.991	1.000
Sig. (1-tailed)	POPULAR	.	.000	.000	.000
	HUMAS	.000	.	.000	.000
	CITRA	.000	.000	.	.000
	MUTU	.000	.000	.000	.
N	POPULAR	240	240	240	240
	HUMAS	240	240	240	240
	CITRA	240	240	240	240
	MUTU	240	240	240	240

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	MUTU, CITRA, HUMAS ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.984	.984	1.23944

a. Predictors: (Constant), MUTU, CITRA, HUMAS

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22406.248	3	7468.749	4861.768	.000 ^a
	Residual	362.548	236	1.536		
	Total	22768.796	239			

a. Predictors: (Constant), MUTU, CITRA, HUMAS

b. Dependent Variable: POPULAR

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-3.296	1.359		-2.425	.016			
	HUMAS	.903	.141	.507	6.387	.000	.991	.384	.052
	CITRA	.362	.089	.287	4.077	.000	.988	.257	.033
	MUTU	.247	.092	.201	2.682	.008	.988	.172	.022

a. Dependent Variable: POPULAR

Adapun model persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$y = -3.296 + 0.903X_1 + 0.362X_2 + 0.247X_3$$

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan uji t yaitu untuk menguji secara parsial variable bebas terhadap variable terikat. Hasil perhitungan sebagai berikut:

- Uji t terhadap variable Humas (X_1) didapat t_{hitung} sebesar 6.387 dengan signifikansi t sebesar 0.000. karena signifikansi $t < \alpha$, maka secara parsial variable humas berpengaruh signifikan terhadap variable Popularitas (Y).
- Uji t terhadap variable Citra (X_2) didapat t_{hitung} sebesar 4.077 dengan signifikansi t sebesar 0.000. karena signifikansi $t < \alpha$, maka secara parsial variable humas berpengaruh signifikan terhadap variable Popularitas (Y).
- Uji t terhadap variable Mutu (X_3) didapat t_{hitung} sebesar 2.682 dengan signifikansi t sebesar 0.008. karena signifikansi $t < \alpha$, maka secara parsial variable humas berpengaruh signifikan terhadap variable Popularitas (Y).

Variable dominan, Perhatikan table di bawah ini.

Variable	R	R2	Kontribusi
Humas (X_1)	0.991	0.982081	98.2%
Citra (X_2)	0.988	0.976144	97.6%
Mutu (X_3)	0.988	0.976144	97.6%

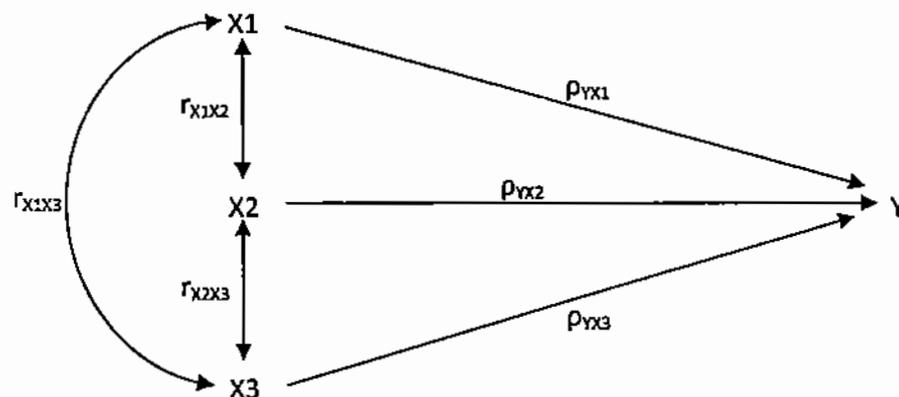
Dari table di atas diketahui bahwa variable yang paling dominan pengaruhnya adalah variable Humas (X_1) sebesar 98.2%.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Persamaan Struktural Awal :

$$Y = \rho_{YX_1} + \rho_{YX_2} + \rho_{YX_3} + e$$

Gambar : hubungan structural antara X_1 , X_2 , X_3 dan Y



Universitas Indonesia

Correlations

		POPULAR	HUMAS	CITRA	MUTU
Pearson Correlation	POPULAR	1.000	.991	.988	.988
	HUMAS	.991	1.000	.992	.993
	CITRA	.988	.992	1.000	.991
	MUTU	.988	.993	.991	1.000

Mencari Koefisien Jalur

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-3.296	1.359		-2.425	.016			
	HUMAS	.903	.141	.507	6.387	.000	.991	.384	.052
	CITRA	.362	.089	.287	4.077	.000	.988	.257	.033
	MUTU	.247	.092	.201	2.682	.008	.988	.172	.022

a. Dependent Variable: POPULAR

Perhatikan table di atas. Kolom Standardized Coefficients merupakan koefisien jalur variable X1, X2, dan X3 atau biasa disebut **koefisien beta** atau **beta hitung**, dari table di atas kita dapat menyusun matriks koefisien jalur sebagai berikut:

$$\begin{pmatrix} \rho_{YX_1} = 0.507 \\ \rho_{YX_2} = 0.287 \\ \rho_{YX_3} = 0.201 \end{pmatrix}$$

Persamaan Struktural menjadi :

$$Y = 0.507 + 0.287 + 0.201 + e$$

Nilai R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.984	.984	1.23944

a. Predictors: (Constant), MUTU, CITRA, HUMAS

Dari table model summary di atas terlihat bahwa R Square atau R^2 atau koefisien determinasi sebesar 0.984. Dari R Square tersebut dapat dihitung koefisien jalur variable lain diluar model yakni $\rho_{Y\epsilon}$ dengan rumus:

$$\rho_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - 0.984} = 0.126491$$

Menguji koefisien jalur

Hipotesis pengujian:

$$H_0 : \rho_{YX_i} = 0$$

$$H_1 : \rho_{YX_i} \neq 0$$

Kriteria pengujian : Tolak H_0 jika nilai sig > α

Pengujian ini sifatnya dua arah, karena proposisi hipotesis tidak mengisyaratkan apakah pengaruh X_i terhadap Y itu merupakan pengaruh yang positif atau negative.

Secara manual koefisien jalur diuji dengan statistic uji t. dengan SPSS cukup melihat nilai sig pada table **Coefficients^a**.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-3.296	1.359		-2.425	.016			
	HUMAS	.903	.141	.507	6.387	.000	.991	.384	.052
	CITRA	.362	.089	.287	4.077	.000	.988	.257	.033
	MUTU	.247	.092	.201	2.682	.008	.988	.172	.022

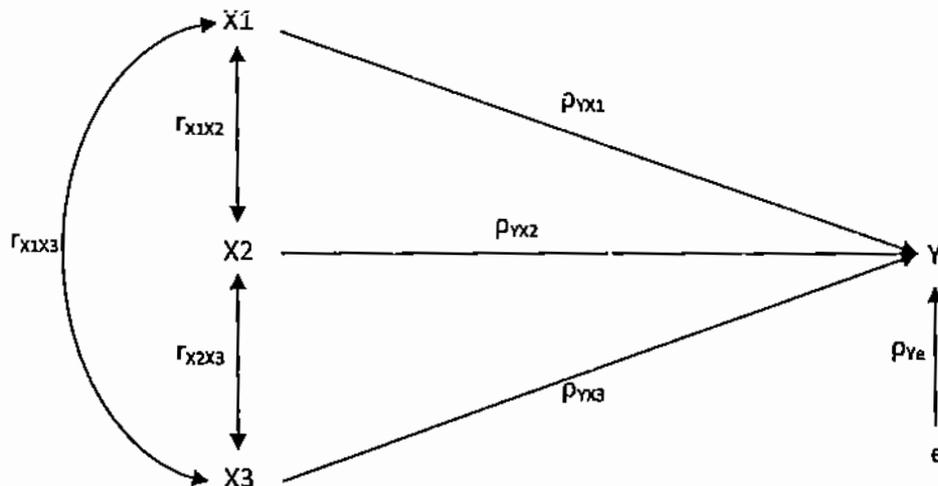
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-3.296	1.359		-2.425	.016			
	HUMAS	.903	.141	.507	6.387	.000	.991	.384	.052
	CITRA	.362	.089	.287	4.077	.000	.988	.257	.033
	MUTU	.247	.092	.201	2.682	.008	.988	.172	.022

a. Dependent Variable: POPULAR

Gambar model path analysis dan variable eksogenus & endogenus

Gambar : Diagram Jalur yang menyatakan hubungan kausal dari X1, X2, X3 ke Y



Gambar di atas menunjukkan bahwa diagram jalur terdapat tiga variable eksogenus, yaitu X1, X2 dan x3, sebuah variable endogenus (Y) serta sebuah variable residu (e). pada diagram di atas juga mengisyaratkan bahwa hubungan antara X1 dengan Y, X2 dengan Y dan X3 dengan Y adalah hubungan kausal, sedangkan hubungan antara X1 dengan X2, X2 dengan X3 dan X1 dengan X3 masing-masing adalah hubungan korelasional. Perhatikan panah dua arah, panah tersebut menyatakan hubungan korelasional. Bentuk persamaan structural adalah :

$$Y = p_{YX_1}X_1 + p_{YX_2}X_2 + p_{YX_3}X_3 + e$$

la

a. Koefisien jalur ρ_{YX_1}

Hipotesis pengujian:

$$H_0 : \rho_{YX_1} = 0$$

$$H_1 : \rho_{YX_1} \neq 0$$

Terlihat pada *p-value* (kolom sig) = 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, dengan demikian maka **H0 ditolak**.

b. Koefisien jalur ρ_{YX_2}

Hipotesis pengujian:

$$H_0 : \rho_{YX_2} = 0$$

$$H_1 : \rho_{YX_2} \neq 0$$

Terlihat pada *p-value* (kolom sig) = 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, dengan demikian maka **H0 ditolak**.

c. Koefisien jalur ρ_{YX_3}

Hipotesis pengujian:

$$H_0 : \rho_{YX_3} = 0$$

$$H_1 : \rho_{YX_3} \neq 0$$

Terlihat pada *p-value* (kolom sig) = 0.008 yang lebih kecil dari 0.05, dengan demikian maka **H0 ditolak**.

Dari hasil pengujian koefisien jalur diperoleh keterangan obyektif bahwa koefisien ketiga jalur yang diuji terhadap Y secara statistic bermakna (*p-value* < 0.05). Keterangan ini mengindikasikan bahwa yang berpengaruh terhadap Popularitas sekolah adalah Peran humas, Citra Lembaga dan Mutu Sekolah.

Besarnya pengaruh secara proporsional.

Pengaruh X_1

1. Pengaruh langsung

$$\begin{aligned} a &= \rho_{YX1} \times \rho_{YX1} \\ &= 0.507 \times 0.507 \\ &= 0.257 \end{aligned}$$

2. Pengaruh melalui hubungan korelatif dengan X_2 dan X_3

$$\begin{aligned} b &= (\rho_{YX1} \times r_{X1X2} \times \rho_{YX2}) + (\rho_{YX1} \times r_{X1X3} \times \rho_{YX3}) \\ &= (0.507 \times 0.992 \times 0.287) + (0.507 \times 0.993 \times 0.201) \\ &= 0.246 \end{aligned}$$

3. Pengaruh X_1 ke Y secara Total

$$\begin{aligned} c &= a + b \\ &= 0.257 + 0.246 \\ &= 0.503 \end{aligned}$$

Pengaruh X_2

4. Pengaruh langsung

$$\begin{aligned} a &= \rho_{YX2} \times \rho_{YX2} \\ &= 0.287 \times 0.287 \\ &= 0.082 \end{aligned}$$

5. Pengaruh melalui hubungan korelatif dengan X_3 dan X_1

$$\begin{aligned}
 b &= (\rho_{YX2} \times r_{X2X3} \times \rho_{YX3}) + (\rho_{YX2} \times r_{X1X2} \times \rho_{YX1}) \\
 &= (0.287 \times 0.991 \times 0.201) + (0.287 \times 0.992 \times 0.507) \\
 &= 0.202
 \end{aligned}$$

6. Pengaruh X_2 ke Y secara Total

$$\begin{aligned}
 c &= a + b \\
 &= 0.082 + 0.202 \\
 &= 0.284
 \end{aligned}$$

Pengaruh X_3

7. Pengaruh langsung

$$\begin{aligned}
 a &= \rho_{YX3} \times \rho_{YX3} \\
 &= 0.201 \times 0.201 \\
 &= 0.040
 \end{aligned}$$

8. Pengaruh melalui hubungan korelatif dengan X_1 dan X_2

$$\begin{aligned}
 b &= (\rho_{YX3} \times r_{X1X3} \times \rho_{YX1}) + (\rho_{YX3} \times r_{X2X3} \times \rho_{YX2}) \\
 &= (0.201 \times 0.993 \times 0.507) + (0.201 \times 0.991 \times 0.287) \\
 &= 0.158
 \end{aligned}$$

9. Pengaruh X_3 ke Y secara Total

$$\begin{aligned}
 c &= a + b \\
 &= 0.040 + 0.158 \\
 &= 0.198
 \end{aligned}$$

Pengaruh gabungan oleh X_1 , X_2 dan X_3 ke Y adalah $0.503 + 0.285 + 0.198 = 0.984$ (98.4%), yang tidak lain adalah besarnya $R^2 = 0.984$. (lihat table **Model Summary**)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.984	.984	1.23944

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.984	.984	1.23944

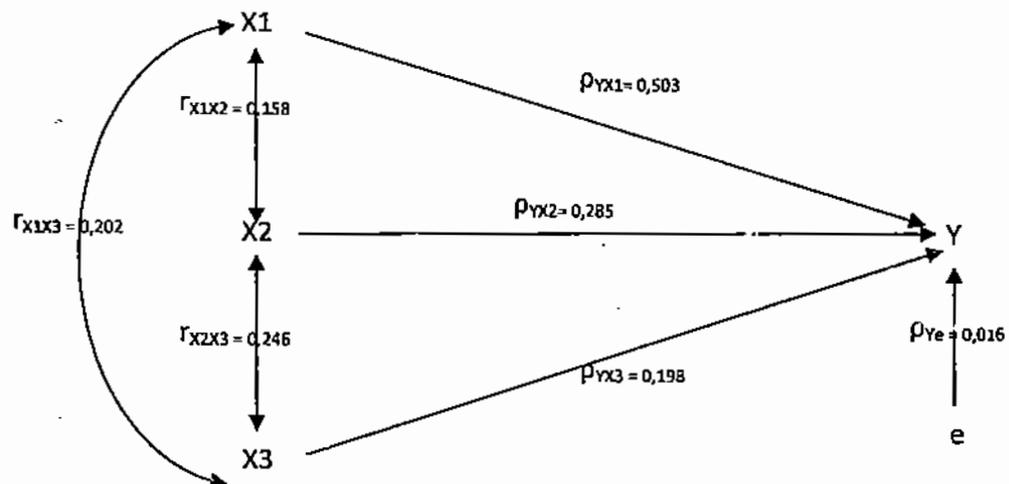
a. Predictors: (Constant), MUTU, CITRA, HUMAS

Pengujian Goodness of fit jalur

model path analysis dan variable eksogenus & endogenus

Gambar :

Diagram Jalur yang menyatakan hubungan kausal dari X_1 , X_2 , X_3 ke Y setelah dilakukan analisa data dan penghitungan



Gambar di atas menunjukkan bahwa diagram jalur terdapat tiga variable eksogenus, yaitu X_1 , X_2 dan X_3 , sebuah variable endogenus (Y) serta sebuah variable residu (e). pada diagram di atas juga mengisyaratkan bahwa hubungan antara X_1 dengan Y , X_2 dengan Y dan X_3 dengan Y adalah hubungan kausal, sedangkan hubungan antara X_1 dengan X_2 , X_2 dengan X_3 dan X_1 dengan X_3 masing-masing ada hubungan korelasional. Perhatikan panah dua arah, panah tersebut menyatakan hubungan

ia

korelasional. Bentuk persamaan structural adalah :

Untuk melihat pengaruh variable atau konstruk yang lebih besar, cukup dilihat pada hasil uji statistik t yang terdapat pada table **Coefficients^a** di output hasil SPSS. Variable yang memiliki hasil uji t yang lebih besar merupakan variable yang memiliki pengaruh lebih besar dibanding variable lainnya. Terlihat pada kolom t.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	-3.296	1.359		-2.425	.016			
HUMAS	.903	.141	.507	6.387	.000	.991	.384	.052
CITRA	.362	.089	.287	4.077	.000	.988	.257	.033
MUTU	.247	.092	.201	2.682	.008	.988	.172	.022

a. Dependent Variable: POPULAR

Kesimpulan yang dapat diambil:

Semua variable independent (X_1 , X_2 , dan X_3) secara signifikan mempengaruhi variable dependent (Y).

Goodnes of fit

(Uji kecocokan model jalur)

Rumusnya

$$\chi^2/Q = - (N-df) \log Q$$

Dimana:

N = besarnya sample

df = banyaknya path yang dihilangkan /ditambah pada model yang telah disesuaikan

Q = Besarnya perbandingan variance yang tidak dijelaskan antara model dasar dan model yang telah disesuaikan

$$Q = \frac{1 - R_m^2 \text{ model yang disesuaikan}}{1 - R_m^2 \text{ model dasar}}$$

R_m = besarnya variance yang dijelaskan

Bila $X^2 Q$ lebih besar dari nilai kritis X^2 :

Model yang disesuaikan lebih baik dari model dasarnya

Bila signifikan : model yang disesuaikan lebih baik dari model dasar.

Besarnya pengaruh secara proporsional.

Pengaruh X_1

1. Pengaruh langsung

$$a = \rho_{YX_1} \times \rho_{YX_1}$$

$$= 0.507 \times 0.507$$

$$= 0.257$$

2. Pengaruh melalui hubungan korelatif dengan X_2 dan X_3

$$b = \rho_{YX_1} \times r_{X_1X_2} \times \rho_{YX_2} + (\rho_{YX_1} \times r_{X_1X_3} \times \rho_{YX_3})$$

$$= (0.507 \times 0.992 \times 0.287) + (0.507 \times 0.993 \times 0.201)$$

$$= 0.246$$

3. Pengaruh X_1 ke Y secara Total

$$\begin{aligned} c &= a + b \\ &= 0.257 + 0.246 \\ &= 0.503 \end{aligned}$$

Pengaruh X_2

4. Pengaruh langsung

$$\begin{aligned} a &= \rho_{YX_2} \times \rho_{YX_2} \\ &= 0.287 \times 0.287 \\ &= 0.082 \end{aligned}$$

5. Pengaruh melalui hubungan korelatif dengan X_3 dan X_1

$$\begin{aligned} b &= (\rho_{YX_2} \times r_{X_2X_3} \times \rho_{YX_3}) + (\rho_{YX_2} \times r_{X_1X_2} \times \rho_{YX_1}) \\ &= (0.287 \times 0.991 \times 0.201) + (0.287 \times 0.992 \times 0.507) \\ &= 0.202 \end{aligned}$$

6. Pengaruh X_2 ke Y secara Total

$$\begin{aligned} c &= a + b \\ &= 0.082 + 0.202 \end{aligned}$$

Pengaruh X_3

7. Pengaruh langsung

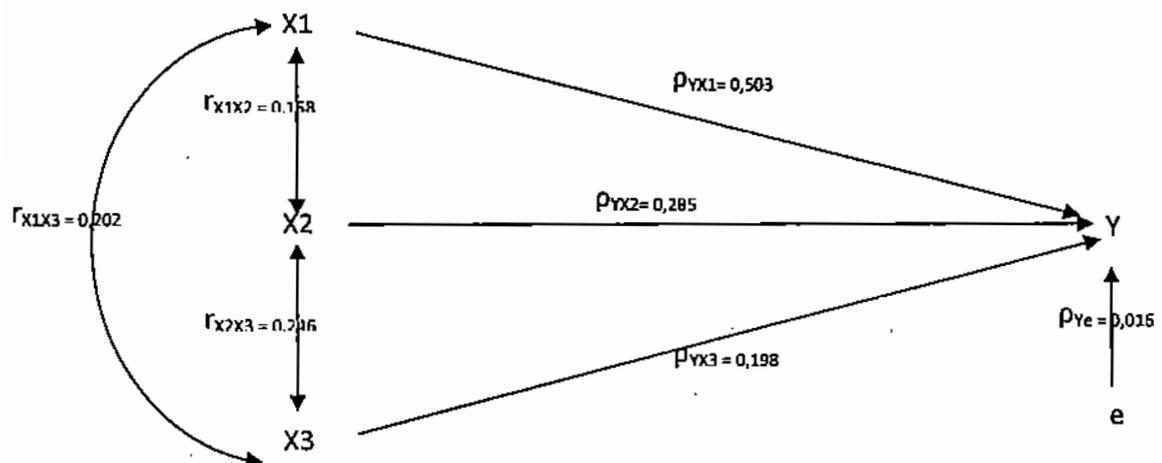
$$\begin{aligned}
 a &= \rho_{YX3} \times \rho_{YX3} \\
 &= 0.201 \times 0.201 \\
 &= 0.040
 \end{aligned}$$

8. Pengaruh melalui hubungan korelatif dengan X_1 dan X_2

$$\begin{aligned}
 b &= (\rho_{YX3} \times r_{X1X3} \times \rho_{YX1}) + (\rho_{YX3} \times r_{X2X3} \times \rho_{YX2}) \\
 &= (0.201 \times 0.993 \times 0.507) + (0.201 \times 0.991 \times 0.287) \\
 &= 0.158
 \end{aligned}$$

9. Pengaruh X_3 ke Y secara Total

$$\begin{aligned}
 c &= a + b \\
 &= 0.040 + 0.158 \\
 &= 0.198
 \end{aligned}$$



Model dasar

Exogeneous variable	Endogenous variable	R Square
Peran humas	Popularitas sekolah	0.503
Citra lembaga	Popularitas sekolah	0.285
Mutu sekolah	Popularitas sekolah	0.198
Peran humas	Citra lembaga	0.158
Peran humas	Mutu sekolah	0.202
Citra lembaga	Mutu sekolah	0.246

Model yang disesuaikan

Tidak terjadi perubahan model karena ketiga variabel exogen telah menunjukkan signifikansi korelasi terhadap variabel endogen.

Exogeneous variable	Endogenous variable	R Square
Peran humas	Popularitas sekolah	0.503
Citra lembaga	Popularitas sekolah	0.285
Mutu sekolah	Popularitas sekolah	0.198
Peran humas	Citra lembaga	0.158
Peran humas	Mutu sekolah	0.202
Citra lembaga	Mutu sekolah	0.246

