

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam penelitian terdahulu yang digunakan penulis adalah Strategi humas dalam upaya meningkatkan reputasi sekolah yaitu penelitian pada tahun 2017 telah dilaksanakan penelitian mengenai Strategi Humas Dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK Antonius Semarang), yang dilaksanakan oleh Nilam Sari Agustine, mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini berkaitan ketidak stabilan naik turunnya penerimaan peserta didik mengharuskan humas SMK Antonius Semarang untuk meningkatkan kembali dalam menjaga dan membangun reputasi sekolah. Tujuan penelitian ini yaitu (1) untuk paham perihal strategi humas dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang, (2) apa saja kendala yang didapatkan dalam menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang, serta (3) upaya yang dilaksanakan untuk mengatasi masalah dalam menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara.⁹

Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan beberapa penelitian yang terlebih dulu sudah dilakukan dan dianggap memiliki relevansi atau terdapat

⁹ Qohar (2016). Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Sekolah (Studi Multikasus di MTsN dan SMPN 1 Srono Banyuwangi) (tesis) Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

kemiripan dari permasalahan yang diteliti oleh penulis. Dalam tinjauan penelitian ini, penulis menggunakan 3 penelitian terdahulu yaitu:

Tabel penelitian terdahulu

No	Nama Pengarang	Judul Penelitian	Hasil	Perbedaan
1	Nurma Hermawati (2016)	Strategi Humas dalam meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK PL Tarcisius Semarang)	Berdasarkan hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah memiliki masalah oleh banyak faktor, antara lain dari dalam dan luar. Ada masalah yang menghambat antaralain faktor dari dalam yaitu kurangnya guru dalam melaksanakan pelatihan dalam kegiatan program yang telah disusun untuk	Perbedaan penelitian tersebut yaitu dapat dilihat dari variable fokus penelitian dimana strategi humas dalam meningkatkan reputasi terhadap tujuan penelitian untuk mengetahui kedudukan humas disekolah, strategi apa yang digunakan humas dalam meningkatkan reputasi di sekolah,

			<p>meningkatkan reputasi, siswa magang yang bermasalah di tempat kerja. faktor dari luar tersebut dalam persaingan antara sekolah lain. Humas dengan pihak sekolah berusaha supaya sekolah dapat meningkatkan dan mempertahankan reputasi sekolah.</p>	<p>dan masalah apa saja yang didapatkan humas dalam meningkatkan reputasi sekolah. Dengan strategi yang dijalankan humas SMK PL Tarcisius Semarang yaitu mempromosikan sekolah ke SMPSMP, menjalankan kegiatan bakti sosial di lingkungan sekolah, mengikuti kegiatan tentang agama di lingkungan sekolah, mengkomunikasikan kelebihan SMK PL</p>
--	--	--	--	---



				Tarcisius Semarang untuk masyarakat dan melakukan kerjasama kepada orang tua siswa serta dunia usaha/dunia industri.
2.	Eka Widhiyarti (2016)	Peran Hubungan Masyarakat (humas) di SMK Palebon Semarang	Humas terdapat 3 peran antara lain humas telah baik dalam membangun citra sekolah walaupun terkadang terhambat oleh biaya, peran humas dalam menjalankan komunikasi publik yang efektif, baik secara internal ataupun eksternal dan humas dapat berperan dalam melaksanakan peluncuran produk baru	Objek penelitian yang digunakan untuk penelitian Eka Widhiyarti (2017) yaitu SMK Palebon Semarang, sementara itu penelitian tersebut merupakan SMK Pelita Nusantara 1 yang terakreditasi A.

			kepada jurusan Multimedia.	
3.	Nilam Sari Agustine (2017)	Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK Antonius Semarang	Strategi yang digunakan dalam meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang adalah mempromosikan sekolah ke SMP-SMP di Kota Semarang, melakukan kegiatan bakti sosial dan menjalin relasi yang baik dengan dunia usaha/dunia industri.	Fokus kepada penelitian yang dilaksanakan oleh Agustine (2017) yaitu strategi humas dalam upaya menjaga serta meningkatkan reputasi sekolah, sedangkan untuk penelitian ini yaitu strategi humas dalam meningkatkan kualitas sekolah.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori P.E.N.C.I.L.S

Teori P.E.N.C.I.L.S ala Philip Kotler, *Public Relations* mix yang juga biasa disebut sebagai bauran *Public Relations* atau biasa disingkat menjadi PENCILS, adalah sebuah strategi *Public Relations* dalam melaksanakan tugas peran dan fungsinya sesuai pada jalurnya dan didalam konsep ini memiliki komponen-komponen yang saling berhubungan dalam praktek kerja *Public Relations*, jika

dijabarkan secara rinci menurut Ruslan dalam Anastasya memiliki komponen dari utama *Public Relations PENCILS* itu sendiri, adalah sebagai berikut:

1. *Publication*

Setiap fungsi dan tugas PR adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarkan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik. Dalam hal ini tugas PR adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pers atau wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

2. *Event*

Sebuah event atau program acara yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekati diri ke publik, dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik.

3. *News*

Berupaya menciptakan berita melalui *press release*, *news letter*, *bulletin*, dan lain-lain. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

4. *Community involvement*

Kerlibatan tugas hari-hari seorang PR adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

5. *Inform or Image*

Ada dua fungsi utama PR, yaitu memberikan informasi kepada publik, atau menarik perhatian sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif.

6. *Lobbying and Negotiation*

Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PR. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berperan terhadap kelangsungan bisnis perusahaan.

7. *Social Responsibility*

Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktifitas PR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan di mata publik.¹⁰

2.3 Landasan Konsep

2.3.1 Pengertian Humas

Hubungan masyarakat atau *public relations* biasa dikenal beberapa istilah antara lain, seperti; *public affairs, corporate communications, public informations, corporate relations, corporate affairs, dan investor relations*. Public relations merupakan suatu seni serta ilmu pengetahuan sosial udalam menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensi, menasihati seorang pemimpin organisasi, menjalankan suatu program yang berencana perihal suatu kegiatan yang melayani baik kepentingan suatu organisasi ataupun kepentingan

¹⁰ Anastasia Niken Santari, Dini Maryani Sunarya., “Strategi Humas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam Menyosialisasikan Program Indonesia Pintar Melalui Kartu Indonesia Pintar,” Jurnal Komunikasi, Universitas Budi Luhur, Tahun 2017.

umum. Hubungan masyarakat merupakan suatu usaha yang sadar bisa mempengaruhi seseorang terutama perihal komunikasi, untuk berpikir secara baik kepada suatu organisasi, menghargainya, mendukungnya dan bersimpati bersamanya jika mendapat tantangan ataupun ketidaksukaan.

Humas adalah salah satu fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan baik yang bisa terhadap organisasi dengan publik yang mempengaruhi suatu kesuksesan ataupun suatu kegagalan dalam organisasi itu. Dari humas, manajemen selanjutnya menjelaskan, mengumumkan, mempertahankan, atau mempromosikannya kebijaksanaannya terhadap publik dengan tujuan agar menetapkan pengertian serta penerimaan dengan begitu dapat memperoleh dan saling mendapatkan pengertian serta itikad baik.¹¹

2.3.2 Tugas Humas

Humas merupakan pengurus suatu komunikasi antara organisasi dan publik. Oleh karena itu, seorang humas seharusnya dapat mengetahui tugasnya supaya bisa memberikan suatu citra organisasi dengan baik. Berikut ini adalah tugas humas dari buku *Manajemen Humas dan Publik Opinion Building* yang di buat oleh Slamet Mulyadi.

- Mengedukasi publik mengenai suatu aktifitas non profit agar dapat menggunakan barang atau jasa instansinya.

¹¹ <https://www.kajianpustaka.com/2021/12/hubungan-masyarakat-humas.html> diakses pada tanggal 12 Juli 2022, pukul 16:47

- Mengadakan klarifikasi atau bentuk usaha dalam mengatasi salah paham antara instansi terhadap publiknya.
- Meningkatkan penjualan barang atau jasa.
- Meningkatkan suatu bentuk kegiatan yang dekat atau bersamaan dengan kegiatan masyarakat.
- Mengedukasi dan meningkatkan suatu tuntutan dengan kebutuhan masyarakat kepada barang atau jasa yang dihasilkan.
- Mencegah pergeseran pemakaian barang atau jasa yang berkaitan terhadap pesaing.¹²

2.3.4 Tujuan Humas

Berdasarkan pengertian Humas diatas maka bisa disimpulkan tujuan Humas di antara lain:

1. Menjalin Hubungan dengan Publik

Perusahaan atau organisasi harus dapat bijak perihal menjalin hubungan baik dengan publik, termasuk masyarakat, konsumen, dan pemerintah. Bukan hanya itu, kita juga dituntut membangun hubungan baik, tetapi harus membina hubungan masyarakat supaya tidak terjadi kesalahpahaman antara perusahaan atau organisasi kepada masyarakat umum. Yang dimana itulah salah satu tujuan dari Departemen Humas.

2. Membangun Citra Positif

¹² <https://kumparan.com/berita-hari-ini/tugas-humas-dan-peranannya-dalam-sebuah-organisasi-1xduqOITiQ/3> -diakses pada tanggal 12 Juli 2022, pukul 17:13

Hubungan masyarakat merupakan kegiatan yang membangun citra positif. Sudah seharusnya organisasi membangun citra positif dan menuntun masyarakat umum serta konsumen dalam mempercayai terhadap suatu kualitas perusahaan atau organisasi. Citra positif juga bisa meningkatkan kepercayaan masyarakat umum dan konsumen

jika “nama” suatu perusahaan atau organisasi selalu terlihat baik.

3. Meningkatkan Eksistensi

Agar lebih maju, bisnis butuh diketahui oleh masyarakat umum. Salah satu cara humas yaitu meningkatkan eksistensi suatu perusahaan. Semakin banyak masyarakat yang paham dan merespon perihal adanya suatu perusahaan, maka produk perusahaan itu menjadi semakin terkenal.

4. Menjaga Komunikasi Internal Perusahaan

Menjaga kualitas komunikasi internal pada suatu perusahaan juga bisa menjadi tugas humas. Dengan menjaga komunikasi internal, komunikasi yang baik antara pimpinan dan bawahan akan terjalin lebih harmonis serta menciptakan suasana kerja yang nyaman.¹³

Suryosubroto (1998:32) Media serta alat kegiatan humas dibagi menjadi dua hal yaitu kata-kata tercetak dan kata-kata lisan, yaitu:

- Kata-kata tercetak antara lain: majalah, pedoman, surat, surat kabar, buklet, papan pengumuman, poster, reklame, iklan.

¹³ Restu. Pengertian Humas: Jenis, Tujuan dan Ciri-cirinya. Artikel Dikutip dari Gamedia.com. <https://www.gamedia.com/literasi/pengertian-humas/>

- Kata-kata lisan antara lain: rapat, pertemuan, dan konferensi, film dan slide, televisi, pameran, *open house*, sandiwara dan wayang, dan radio.

2.3.5 Strategi Humas

Strategi merupakan hal penting dari kelangsungan hidup perusahaan dalam mencapai sasaran serta tujuan perusahaan yang lebih efektif dan efisien, perusahaan harus mampu menjalankan setiap kendala atau hambatan yang terdapat dalam perusahaan baik dari luar ataupun perusahaan itu sendiri. Strategi merupakan sebuah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan terhadap jumlah yang besar. Jadi strategi merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan seseorang ataupun suatu perusahaan agar dapat mencapai target atau tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu organisasi.¹⁴

Asosiasi Perhimpunan Hubungan Masyarakat Amerika atau *Public Relations Society of America* (PRSA) memberikan suatu pengertian yang lumayan detail mengenai humas. Humas atau *Public Relation* (PR) merupakan suatu aktifitas yang membangun sebuah strategi komunikasi agar dapat menjembatani hubungan menjadi saling menguntungkan bagi perusahaan dengan audiensnya.

Sementara itu, *International Public Relations Association* (IPRA) menjelaskan, humas merupakan suatu kegunaan manajemen agar suatu organisasi

¹⁴ <http://eprints.umpo.ac.id/5897/3/BAB%20II.pdf>, diakses pada tanggal 30 Juli 2022, pukul 16:47

atau perusahaan dapat memiliki perencanaan yang baik dan berkelanjutan agar mendapatkan simpati serta dukungan dari berbagai pihak.¹⁵

Strategi Public Relations merupakan alternatif optimal agar tercapainya suatu tujuan. Yang dimana penegakkan citra atau image dapat memberikan *effort* organisasi saat menjalankan tugasnya. Strategi humas saat membangun ataupun menciptakan citra yang positif di perusahaan dengan bermacam cara atau harus menggunakan strategi yang benar terencana. Supaya dalam kegiatan berjalan dengan baik sesuai visi dan misi awal organisasi.¹⁶

Nasution (2010:27-28) dalam memberikan strategi kegiatan humas terhadap suatu lembaga pendidikan yang akan lebih dahulu terlebih yaitu memperhitungkan hal-hal seperti berikut:

Ruslan (2014:142) humas berfungsi sebagai menciptakan iklim yang kondusif dalam menjalankan suatu tanggung jawab dan ikut serta dengan humas dengan atau khalayak untuk sasaran yang dapat mewujudkan tujuan bersama. Fungsi itu bisa diperoleh dengan beberapa cara pendekatan atau strategi humas, antara lain:

1. Strategi operasional pelaksanaan suatu program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, dengan mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang terdapat di masyarakat dari opini publik atau dari kehendak masyarakat terekam kepada setiap berita atau surat pembaca dan lain

¹⁵ <https://majoo.id/solusi/detail/humas-adalah>, diakses pada tanggal 30 Juli 2022, pukul 16:54

¹⁶ <http://eprints.umpo.ac.id/5897/3/BAB%20II.pdf>, diakses pada tanggal 30 Juli 2022, pukul 16:59

sebagainya yang terdapat di media massa. Yang berarti pihak humas memiliki kemampuan dalam mendengar, serta tidak hanya sekedar mendengarkan tetapi memberikan dan menampung aspirasi masyarakat, baik secara etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan tertentu.

2. Pendekatan persuasif dan edukatif fungsi humas merupakan suatu yang menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) terhadap penyebaran informasi dan organisasi kepada pihak publiknya yang mendidik dan memberikan penerangan, serta melakukan pendekatan persuasif, supaya terjalinnya saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain-lain.
3. Pendekatan tanggung jawab sosial humas memberikan rasa sikap tanggung jawab sosial dengan tujuan yang hendak dicapai itu bukan hanya diberikan kepada keuntungan sepihak melainkan terhadap publik sasaran (masyarakat), tetapi terhadap keuntungan bersama.
4. Pendekatan Kerjasama, berupaya membina suatu relasi yang harmonis dengan organisasi dari berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam (internal relations) ataupun hubungan keluar (eksternal relation) agar meningkatkan kerja sama. Humas mengharuskan memasyarakatkan menjalankan suatu misi intansi yang diwakilinya supaya dapat diterima masyarakat. Hal tersebut dilakukan untuk rangka menjalankan hubungan baik dengan publiknya, dan untuk mendapatkan opini publik serta perubahan sikap positif untuk kedua belah pihak.

5. Pendekatan koordinatif dan integratif Fungsi humas artinya hanya mewakili suatu lembaga atau institusinya. Hanya saja peranannya lebih luas yaitu berpartisipasi dengan menunjang suatu program pembangunan nasional dibidang politik, ekonomi, sosial dan budaya (Poleksosbud) dan Hankamnas.

2.3.6 Kualitas Pembelajaran

Pengertian Kualitas Pembelajaran Menurut Mariani, kualitas pembelajaran secara operasional dapat diartikan sebagai intensitas keterkaitan sistemik dan sinergis antara guru, siswa, iklim pembelajaran, serta media pembelajaran dalam menghasilkan proses dan hasil belajar yang optimal sesuai dengan tuntutan kurikuler (Haryati & Rochman. 2012: 2). Menurut Daryanto menyebutkan bahwa kualitas pembelajaran adalah suatu tingkatan pencapaian dari tujuan pembelajaran awal termasuk didalamnya adalah pembelajaran seni, dalam pencapaian tujuan tersebut berupa peningkatan pengetahuan, keterampilan dan pengembangan sikap peserta didik melalui proses pembelajaran dikelas (Prasetyo, 2013: 12). Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pembelajaran dapat mengukur sejauh mana tingkat pencapaian hasil dari tujuan pembelajaran itu sendiri. Tujuan pembelajaran yang sudah tercapai akan menghasilkan hasil belajar yang optimal dari peserta didik, kualitas dapat dimaknai sebagai mutu atau keefektifan. Kualitas pembelajaran memiliki indikator menurut Depdiknas dalam Prasetyo (2013: 13) antara lain:

- a. Perilaku pembelajaran pendidik (guru)

Keterampilan dalam mengajar seorang guru menunjukkan karakteristik umum dari seseorang yang berhubungan dengan

pengetahuan dan keterampilan yang diwujudkan dalam bentuk tindakan.

b. Perilaku atau aktivitas siswa

Disekolah banyak aktivitas yang dapat dilakukan oleh siswa di sekolah. Aktivitas sekolah tidak hanya belajar, membaca buku, mencatat ataupun mendengarkan guru mengajar. Aktivitas siswa bisa berupa aktivitas diluar kelas, ekstrakuriluler atau kegiatan lainnya.

c. Iklim pembelajaran

Iklim pembelajaran dapat berupa suasana kelas yang kondusif dan suasana sekolah yang nyaman

d. Materi pembelajaran

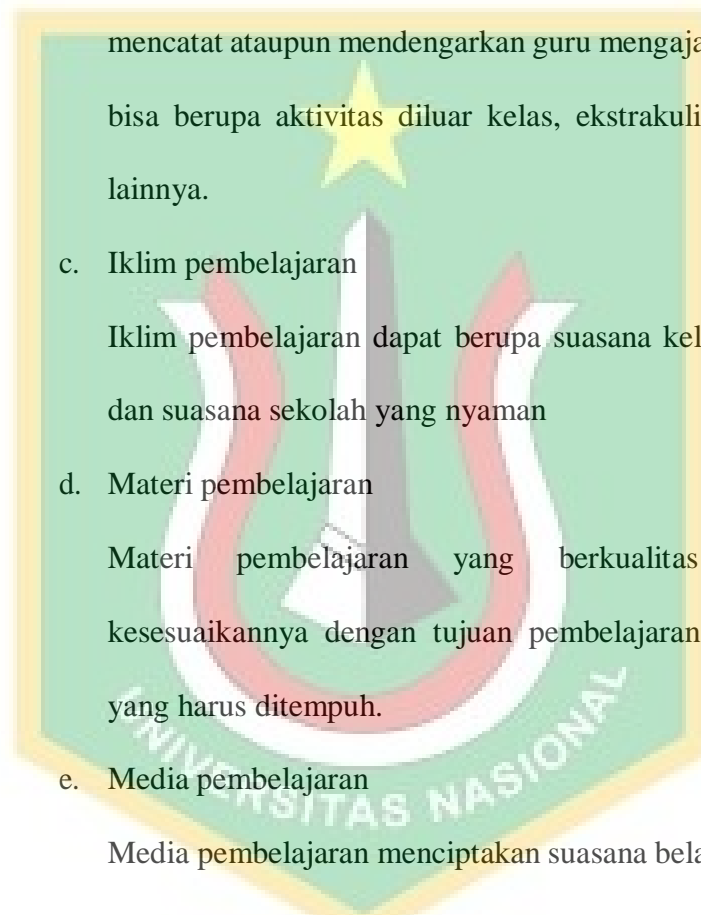
Materi pembelajaran yang berkualitas terlihat dari kesesuaiannya dengan tujuan pembelajaran dan kompetensi yang harus ditempuh.

e. Media pembelajaran

Media pembelajaran menciptakan suasana belajar menjadi aktif, memfasilitasi proses interaksi antara siswa dan guru, siswa dan siswa, siswa dan ahli bidang ilmu yang relevan.

f. Sistem pembelajaran

Sistem pembelajaran disekolah mampu meunjukkan kualitasnya jika sekolah menonjolkan ciri khas keunggulannya, memiliki penekanan dan kekhususan lulusannya.



Media Pembelajaran

Media berasal dari bahasa latin “medium” yang berarti perantara atau pengantar, media merupakan sarana penyalur pesan atau informasi belajar yang hendak disampaikan oleh sumber pesan kepada penerima pesan tersebut. Menurut Rusman dkk (2012:170) media pembelajaran adalah sebuah teknologi pembawa pesan yang dapat digunakan untuk keperluan pembelajaran dan sebagai sarana fisik untuk menyampaikan materi pelajaran. Indriana (2011:15) mengemukakan media pembelajaran merupakan salah satu alat komunikasi dalam proses belajar mengajar. Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa, media pembelajaran adalah segala sesuatu komponen yang digunakan untuk menyalurkan pesan dari sumber pesan ke penerima pesan sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat penerima (siswa) dalam pembelajaran. Media mempunyai peranan penting sekali dalam kegiatan belajar mengajar, berbeda media yang digunakan akan menghasilkan hasil belajar yang berlainan kualitasnya. Media pembelajaran memiliki fungsi, menurut Levie dan Lentz (dalam Arsyad, 2013:20) berpendapat bahwa ada empat fungsi media pembelajaran khususnya media visual, antara lain:

- a. Fungsi atensi, media merupakan inti yaitu menarik dan mengarahkan perhatian siswa untuk berkonsentrasi pada isi pelajaran yang berkaitan dengan makna visual yang ditampilkan.
- b. Fungsi afektif, media visual dapat terlihat dari tingkatan kenikmatan siswa ketika belajar teks yang bergambar.

c. Fungsi kognitif, media visual terlihat dari temuan penelitian yang mengungkapkan bahwa lambing visual memperlancar tujuan untuk memahami.

d. Fungsi Kompensatoris, media pembelajaran terlihat dari hasil penelitian Meningkatkan Kualitas Pembelajaran melalui penggunaan media pembelajaran Menurut Mahnun (2012: 29) media pembelajaran merupakan suatu komponen pembelajaran. Manfaat dan fungsi media dalam pembelajaran dapat dirasakan baik oleh guru maupun peserta didik, keberhasilan media dalam meningkatkan kualitas belajar peserta didik ditentukan pada bagaimana kemampuan seorang guru memilih media yang akan digunakan. Media berfungsi antara lain:

- a. Fungsi stimulasi yang menimbulkan ketertarikan untuk mempelajari dan mengetahui lebih lanjut segala hal yang ada pada media,
 - b. Fungsi mediasi yang merupakan perantara antara guru dan siswa. Dalam hal ini, media menjembatani komunikasi antara guru dan siswa,
 - c. Fungsi informasi yang menampilkan penjelasan yang ingin disampaikan guru. Dengan keberadaan media, siswa dapat menangkap keterangan atau penjelasan yang dibutuhkannya atau yang ingin disampaikan oleh guru.
- Suprpto (2006: 40) berpendapat bahwa penggunaan media bertujuan mendapatkan kualitas pendidikan yang lebih baik dan peserta diharapkan dapat memahami apa yang disampaikan oleh guru. Media hanya alat bantu untuk diharapkan dapat mempermudah pekerjaan manusia dan memperbaiki proses pembelajaran sehingga lebih efisien, efektif, serta mendorong kreativitas peserta didik. Berdasarkan beberapa pendapat diatas

dapat disimpulkan bahwa, media pembelajaran merupakan alat dan komponen pembelajaran yang digunakan untuk mempermudah guru dan peserta didik dalam berinteraksi dan membuat peserta didik lebih tertarik dalam mengikuti pelajaran serta menghilangkan kebosanan pada peserta didik. Media pembelajaran diharapkan dapat meningkatkan kualitas pembelajaran yang lebih baik.¹⁷

2.3.7 Covid-19

Pada akhir tahun 2019 tepatnya pada bulan Desember dunia digemparkan dihebohkan dengan datangnya wabah pneumonia sebab pastinya belum diketahui. Wabah tersebut pertama kali ditemukan di kota Wuhan Provinsi Hubei China. Pada 7 Januari 2020 peneliti berhasil mendapatkan penyebab pneumonia tersebut yaitu coronavirus. Secara resmi, WHO memberi nama penyakit tersebut dengan sebutan Covid-19 (Corona Virus Disease 2019) dan nama virus tersebut adalah SARS-CoV-2 *Severe acute respiratory syndrome coronavirus*. Pada tanggal 2 Januari 2020, penderita meningkat menjadi 41 orang yang teridentifikasi positif Covid-19 setelah hasil tes keluar dari laboratorium di kota Wuhan. Sebagian dari penderita terkena penyakit bawaan seperti kardiovaskular, diabetes melitus, dan hipertensi.

Penyebaran virus tersebut semakin tinggi dan telah menyebar hampir ke seluruh Negara di dunia sehingga pada tanggal 11 Maret 2020, WHO mengumumkan Covid-19 sebagai pandemi. Hingga 15 Juni 2020 tercatat 7.805.148 kasus diketahui seluruh dunia. Dimulai dari penularan hewan ke manusia, lalu

¹⁷ [eprints.ums.ac.id/64477/4/BAB 2.pdf](https://eprints.ums.ac.id/64477/4/BAB%202.pdf) diakses pada tanggal 02 September 2022, pukul 20:25

penyebaran dari manusia ke manusia. Beberapa pasien telah tes radiografi memiliki perubahan di paru-parunya. Selain itu, rata-rata jumlah sel limfosit dan trombosit pasien menunjukkan hasil yang lebih rendah disertai hipoksemia. Pencegahan yang dilakukan yaitu pemberian obat simptomatik, pemasangan oksigenasi, dan menjaga tanda-tanda vital supaya tetap normal.

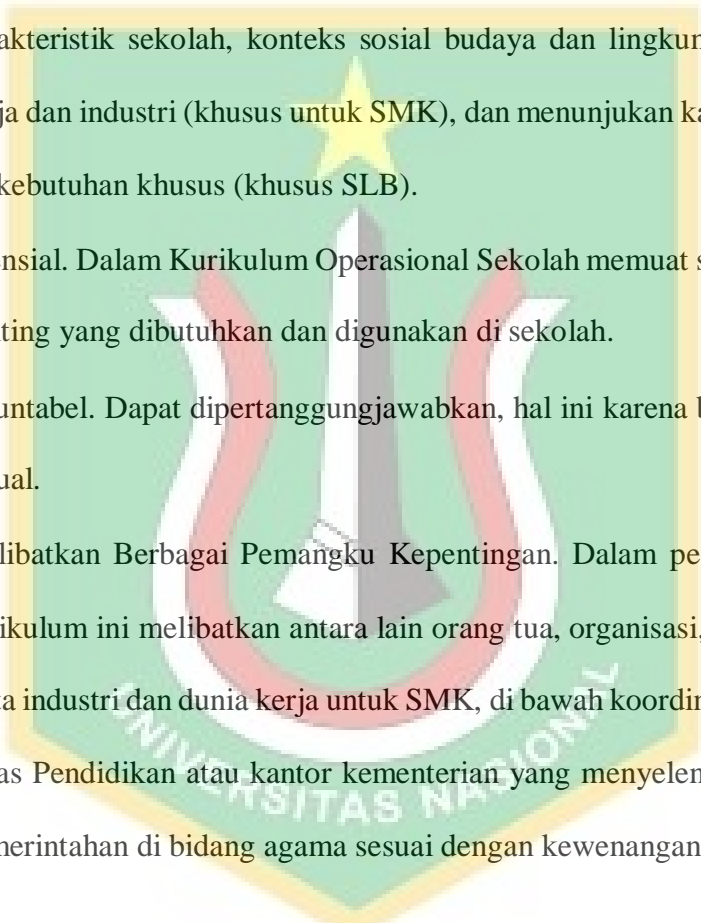
2.3.8 Kurikulum

Kurikulum Operasional Sekolah (KOS) memuat rencana proses belajar yang diselenggarakan di satuan pendidikan, sebagai pedoman seluruh penyelenggaraan pembelajaran. Agar menjadi bermakna, KOS dikembangkan sesuai dengan konteks dan kebutuhan siswa dan sekolah.

Menurut UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, kurikulum merupakan seperangkat rencana dan pengaturan mengenai tujuan, isi, dan bahan pelajaran, serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan pembelajaran untuk mencapai tujuan pendidikan tertentu.

Pemerintah menetapkan struktur kurikulum yang menjadi acuan dalam pengembangan kurikulum operasional sekolah. Penyusunan komponen kurikulum operasional bertujuan dalam membantu proses berpikir dan mengembangkan satuan pendidikan. Selain itu, dalam pengembangannya, dokumen ini adalah hasil refleksi dari semua unsur pendidik di satuan pendidikan. Untuk selanjutnya ditinjau secara berkala agar disesuaikan dengan dinamika perubahan dan kebutuhan siswa.

Prinsip pengembangan Kurikulum Operasional Sekolah, meliputi:

- 
- Berpusat Pada Siswa. Dalam proses pembelajaran harus memenuhi keragaman potensi, kebutuhan perkembangan dan tahapan belajar, serta kepentingan siswa. Profil Pelajar Pancasila sebagai rujukan di semua tahapan penyusunan kurikulum ini.
 - Kontekstual. Artinya, menunjukkan kekhasan dan sesuai dengan karakteristik sekolah, konteks sosial budaya dan lingkungan, serta dunia kerja dan industri (khusus untuk SMK), dan menunjukkan karakteristik siswa berkebutuhan khusus (khusus SLB).
 - Esensial. Dalam Kurikulum Operasional Sekolah memuat seluruh informasi penting yang dibutuhkan dan digunakan di sekolah.
 - Akuntabel. Dapat dipertanggungjawabkan, hal ini karena berbasis data dan aktual.
 - Melibatkan Berbagai Pemangku Kepentingan. Dalam pengembangannya, kurikulum ini melibatkan antara lain orang tua, organisasi, berbagai sentra, serta industri dan dunia kerja untuk SMK, di bawah koordinasi dan supervisi dinas Pendidikan atau kantor kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang agama sesuai dengan kewenangannya.

Karakteristik Satuan Pendidikan

Karakteristik sekolah yang menggambarkan keunikan sekolah dalam hal siswa, sosial, budaya, guru, dan tenaga kependidikan. Untuk SMK, karakteristiknya meliputi sekolah dan program keahliannya

Visi, Misi, dan Tujuan

Visi menjelaskan mengenai siswa yang menjadi subjek dalam tujuan jangka panjang sekolah dan nilai-nilai yang menjadi dasar penyelenggaraan pembelajaran. Misi adalah jawaban mengenai sekolah mencapai visi dan nilai-nilai penting untuk dipegang selama sekolah menjalankan visi. Tujuan adalah tujuan akhir dari kurikulum sekolah yang dampaknya kepada siswa.

2.4 Kerangka Pemikiran

SMK Penerbangan Angkasa Bogor membutuhkan strategi-strategi yang akan dilakukan untuk saat ini dan yang akan datang dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah. Untuk mendapatkan kepercayaan dari publik SMK Penerbangan terus mengedepankan kebutuhan masyarakat atau publik yaitu sebagai humas terus mengelola informasi, opini publik dengan baik, menjaga dan membina hubungan yang harmonis dengan publik internal (guru, karyawan dan siswa) maupun publik eksternal (orang tua siswa dan masyarakat) bukan hanya menjaga dan membina hubungan yang baik saja, sekolah juga perlu mengedepankan kualitas seperti dari segi pelayanan kepada masyarakat khususnya wali murid, murid dan kualitas tenaga kependidikan yang terus ditingkatkan agar menciptakan *output* lulusan yang berkualitas juga, sehingga lembaga pendidikan tersebut mempunyai citra yang positif di lingkungan masyarakat sekitar dan mampu bersaing dengan sekolah lain.

Reputasi dibangun SMK Penerbangan Angkasa Bogor dengan kepercayaan publik terhadap suatu sekolah dalam menyebarkan informasi menggunakan komunikasi sebagai mediator. Kejujuran dalam penyebaran suatu informasi sangat dibutuhkan. SMK Penerbangan Angkasa Bogor juga menginformasikan sesuai

dengan keadaan yang dimiliki sekolah tidak melebih-lebihkan, jika informasi yang disampaikan kepada masyarakat tidak sesuai kenyataan maka kepercayaan masyarakat pada sekolah dapat hilang.

Jika kepercayaan itu hilang maka masyarakat akan menilai buruk sekolah. Untuk mendapatkan kepercayaan tersebut SMK Penerbangan merencanakan kegiatan-kegiatan sosial hingga program-program yang akan direncanakan kedepannya sebagai pencitraan untuk nama baik sekolah.

Dalam hal ini Teori P.E.N.C.I.L.S digunakan sebagai strategi humas sekolah dalam menerapkan beberapa sistem ala Philip Kontler, strategi *Public Relations* dalam melaksanakan tugas peran dan fungsinya sesuai pada sistem yang terdapat di SMK Penerbangan Angkasa Bogor yang memiliki konsep yang di dalamnya komponen-komponen yang saling berhubungan dalam praktek kerja *Public Relations*.

1. *Publicitions*

Dalam hal ini humas SMK Penerbangan Angkasa Bogor menjadi seorang *Public Relations* atau humas di sekolah dimana kegiatannya menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai seorang *Public Relations* dalam menyebarkan informasi melalui berbagai media perihal informasi mengenai kegiatan aktivitas pembelajaran di sekolah selama pandemi Covid-19 serta mengenai peluang kerja siswa ataupun program studi setelah lulus seperti perkuliahan yang bersifat kedinasan penerbangan dari sekolah yang pantas diketahui oleh siswa dan masyarakat. Dalam hal ini humas SMK Penerbangan Angkasa Bogor menciptakan berita atau

informasi melalui kerjasama dengan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* dan lain-lain yang telah di buat oleh sekolah.

2. *Events*

Dalam hal ini SMK Penerbangan Angkasa Bogor merancang suatu kegiatan atau event program-program sekolah selama pandemi Covid-19 yang bertujuan untuk memperkenalkan apa saja pelayanan yang diberikan oleh sekolah seperti program “Rumah Belajar” sebagai program yang membantu siswa dalam melakukan pembelajaran secara daring atau online saat dirumah atau Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) yang di terapkan SMK Penerbangan Angkasa Bogor selama Pandemi Covid-19 dengan tujuan untuk mempengaruhi opini masyarakat terhadap program yang telah di buat agar meningkatkan kualitas pembelajaran terbaik dari sekolah selama pandemi Covid-19.

3. *News*

Tidak hanya itu humas SMK Penerbangan juga menciptakan berita perihal sekolah yang berupa brosur, atau pun sosial media. Dalam hal ini sekolah menulis dan menciptakan berita sebagai bahan informasi kepada masyarakat atau orang tua siswa mengenai pendaftaran peserta didik baru di masa pandemi Covid-19. Tidak hanya brosur yang di buat sekolah, spanduk juga di buat untuk mempromosikan sekolah yang berisikan profil sekolah dan apa saja kejuruan yang tersedia di SMK Penerbangan Angkasa Bogor.

4. *Community Involvement*

Dan humas juga mengadakan *Community Involvement* atau kerlibatan tugas sehari-harinya seorang humas dalam kontak sosial atau kerjasama antara sekolah dengan masyarakat terutama sekolah dengan yayasan dimana SMK Penerbangan Angkasa Bogor di bawah naungan yayasan TNI AU hal tersebut merupakan kegiatan rutin sekolah untuk menjalin komunikasi baik dengan yayasan. Seperti halnya mengadakan rapat dengan para pengurus yayasan sebelum mengadakan suatu program atau *event*.

5. *Inform or Image*

Begitu pula saat humas SMK Penerbangan Angkasa Bogor memberikan informasi kepada masyarakat serta untuk menarik perhatian yang diharapkan mendapatkan respon positif sehingga lahir citra baik dari sekolah yang bisa disebut *Inform or Image*. Penerapannya yaitu sekolah mengadakan kegiatan sosial seperti pembagian santunan kepada anak yatim piatu saat kegiatan keagamaan.

6. *Lobbying and Negotiation*

Keterampilan untuk melobi juga dimiliki oleh humas SMK Penerbangan Angkasa Bogor melalui kemampuan bernegosiasi. Dalam hal ini humas SMK Penerbangan Angkasa Bogor dapat mencapai kesepakatan atau memperoleh dukungan dari masyarakat dan lembaga pendidikan yang berperan terhadap kelangsungan program disekolah sebagai tujuan dari melobi dan negosiasi. Seperti saat humas SMK Penerbangan Angkasa Bogor mempromosikan sekolah lewat media sosial atau website atau media

sosial yang dibuat oleh disekolah mengenai profil, kegiatan belajar, ekstrakurikuler, dan lain-lain.

7. *Social Responsibility*

Dan terakhir sekolah juga mengadakan aksi yang memiliki tanggung jawab sosial seperti program penanaman pohon di lingkungan masyarakat dan program peduli sosial seperti membagikan takjil gratis saat berbuka puasa serta sumbangan kepada anak yatim dan piatu dari sekolah. Dalam hal ini humas menyampaikan bahwa sekolah memiliki kepedulian terhadap masyarakat dengan harapan membangun serta meningkatkan citra baik di mata publik.

Tabel 2.4 Kerangka Pemikiran

