

**DESAIN PENGEMBANGAN INSTRUMEN STRATEGI HUMAS SEKOLAH DI  
SMK MALAHAYATI ISLAMIC SCHOOL**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan**



**Disusun Oleh:**

**DIANA AGUSTINI SAFITRI**

**1601085028**

**BIDANG KEAHLIAN ADMINISTRASI PERKANTORAN  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

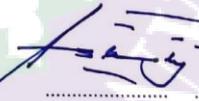
Judul Skripsi : Desain Pengembangan Instrumen Strategi Humas  
di SMK Malahayati Islamic School

Nama : Diana Agustini Safitri  
NIM : 1601085028

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi, dan direvisi sesuai saran  
penguji

Program Studi : Pendidikan Ekonomi /Bidang Keahlian Administrasi Perkantoran  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas : Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Hari : Jum'at  
Tanggal : 28 Agustus 2020

Tim Penguji

	Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua	: Drs. H. M. Jamil Latief, MM, M.Pd		
Sekretaris (merangkap penguji I)	: Dr. Hj. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd		30/8/20
Pembimbing	: Purnama Syaepurohman, Ph.D		26/8/20
Penguji II	: Dr. Hj. Sri Astuti, M.Pd		26/8/20

Disahkan oleh  
Dekan

  
Dr. Desyjan Bandarsyah, M.Pd  
NIDN 03.1717.6903

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model instrument strategi humas sekolah pada SMK Malahayati Islamic School mulai dari persiapan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi program. Peneliti menggunakan metode penelitian Research and Development (R&D) dengan model ADDIE (analysis, design, develop, implementation and evaluate).

Data diperoleh dengan melakukan observasi, analisis, data dokumentasi, diskusi dengan pakar, dan uji model. Subjek uji coba adalah siswa SMK Malahayati Islamic School kelas X OTKP tahun akademik 2020/2021. Subjek uji coba pada uji coba pertama dengan jumlah responden 30 siswa dan Subjek pada uji sesungguhnya ialah 37 siswa. Data dikumpulkan melalui angket yang di sebar melalui google form secara online. Aspek yang diteliti adalah mengenai tinggkat kesukaran pernyataan strategi humas.

Hasil penelitian ini adalah Kualitas instrumen yang dikembangkan menurut penilaian dosen dan pakar layak untuk digunakan setelah melakukan perbaikan, serta hasil pada uji terbatas serta uji luas secara umum valid dan reliabel. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan instrumen tes yang dikembangkan telah valid dan reliabel.

**Kata Kunci** : Desain Pengembangan, Strategi, Hubungan Masyarakat , Pengembangan

## **Abstrac**

This study aims to develop a model of the school public relations strategy instrument at SMK Malahayati Islamic School starting from the preparation, implementation, monitoring, and evaluation of the program. Researchers used the Research and Development (R&D) research method with the ADDIE model (analysis, design, develop, implementation and evaluate).

The data were obtained by observing, analyzing, documenting data, discussing with experts, and testing the model. The test subjects were students of SMK Malahayati Islamic School class X OTKP for the academic year 2020/2021. The subject of the trial in the first trial with the number of respondents was 30 students and the subjects in the real test were 37 students. Data is collected through a questionnaire which is distributed via google form online. The aspect studied is the difficulty level of a public relations strategy statement.

The results of this study are the quality of the instruments developed according to the assessment of lecturers and experts that are suitable for use after making improvements, and the results on limited tests and broad tests are generally valid and reliable. Based on the results of these studies, it can be concluded that the developed test instruments are valid and reliable.

**Keywords:** Development Design, Strategy, Public Relations, Development

## DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Abstrak .....	iii
Abstrack .....	iv
Surat Pernyataan .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Lembar Persembahan .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Lampiran .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN TEORETIS .....</b>	<b>10</b>
A. Konsep Pengembangan Instrumen .....	10
B. Konsep Variabel Yang Diukur .....	12
C. Konstruk, Dimensi, dan Indikator Variabel .....	19

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
A. Tujuan Penelitian .....	21
B. Prosedur Pengembangan Instrumen .....	22
C. Metode Pengujian Instrumen .....	25
D. Karakteristik Responden dan Teknik Pengambilan Sampel .....	26
F. Kisi-Kisi Instrumen .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
A. Hasil Telaah Pakar .....	32
B. Karakteristik Instrumen .....	33
1. Validitas Empirik Tahap Pertama .....	3
2. Validitas Empirik Tahap Kedua .....	35
C. Pembahasan Instrumen .....	
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>	<b>38</b>
A. Simpulan .....	38
B. Implikasi .....	39
C. Saran .....	40
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>45</b>
<b>Lampiran-Lampiran .....</b>	<b>49</b>
<b>Daftar Riwayat Hidup .....</b>	<b>85</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pendidikan merupakan pilar penting bagi suatu negara sebagai wahana meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Oleh karena itu lembaga pendidikan harus mampu mempersiapkan generasi penerus yang memiliki keunggulan kompetitif dalam menjawab tantangan masa depan bangsa. Kualitas sumber daya manusia yang baik biasanya terlahir juga dari tempat pendidikan yang baik, seperti halnya sekolah yang memiliki citra positif. Untuk hal ini masyarakat juga mempertimbangkan dengan memilih tempat pendidikan yang bermutu. Sekolah menengah atas merupakan jenjang pendidikan yang diharapkan dapat menghasilkan insan yang produktif, Kreatif, Inovatif, Afektif, melalui penguatan Sikap, Keterampilan, dan Pengetahuan yang terintegrasi serta menghasilkan SDM yang baik untuk Negara.

Dengan memanfaatkan teknologi yang ada pada saat ini masyarakat dapat dengan mudah mengetahui berbagai informasi pendidikan. Dari kemudahan akses internet itulah segala aktifitas yang berkenaan dengan kegiatan sekolah dapat dengan cepat di ketahui dan mendapat perhatian dari semua pihak. Kecepatan arus informasi dapat memberikan dampak positif maupun negatif bagi perkembangan suatu lembaga pendidikan.

Aktivitas atau rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam suatu lembaga organisasi pendidikan seperti sekolah sangatlah penting untuk di perhatikan agar dapat mencapai tujuannya. Pada saat ini dapat dilihat kemajuan lembaga pendidikan justru ditentukan oleh masyarakat. Karena, kemajuan lembaga pendidikan dapat dilihat dari seberapa jauh masyarakat dapat mempercayai mereka untuk mengemban tugasnya. Sehingga, lembaga pendidikan atau para pemimpin pendidikan khususnya harus membuat strategi yang mampu menciptakan iklim lembaga yang dinamis dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat di sekitarnya.

Persaingan antar sekolah membuat pihak sekolah harus memiliki manajemen strategi yang baik untuk menghadapinya. Manajemen yang baik dapat dilakukan dengan cara merancang atau membuat strategi bagi keberlangsungan sekolah tersebut. Perancangan dan pengelolaan oleh sumber daya manusia yang tepat dapat mempermudah keberhasilan tercapainya tujuan dari lembaga tersebut. Salah satunya adalah dengan adanya bagian humas di sekolah dalam pengelolaannya.

Penanganan yang kurang tepat oleh pihak sekolah dalam mengelola informasi dan komunikasi terhadap pihak internal maupun eksternal dapat berpengaruh terhadap pembentukan citra sekolah. Jika informasi yang diterima positif maka citra yang terbentukpun akan positif begitu pula jika sebaliknya. Dengan demikian diperlukannya pengelolaan atau manajemen di sekolah melalui praktisi humas agar arus informasi dan komunikasi serta opini yang terbentuk dapat dikendalikan.

(Morissan, 2014) menuliskan bahwa Praktisi humas yang bekerja di lembaga pendidikan seperti sekolah mempunyai tugas utama, yaitu membantu terciptanya komunikasi yang baik antara guru dengan orang tua murid. Praktisi humas pada sekolah dasar atau sekolah menengah bertugas memfasilitasi komunikasi antara guru dan orang tua murid. Tugas lain yang tidak kalah penting bagi praktisi humas di sekolah adalah membina hubungan baik dengan dewan sekolah, lembaga atau instansi pemerintah dan media masa.

Menurut (Ruslan, 2003) Public Relations sesungguhnya sebagai alat manajemen modern, secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi. Maka dari itu suatu lembaga pendidikan yang organisasinya terstruktur memerlukan humas didalamnya untuk membantu meningkatkan citra positif bagi lembaga itu sendiri. Hal tersebut sejalan dengan tugas-tugas utama dari seorang manajer humas salah satunya menurut (Anggoro, 2001) yaitu menciptakan dan memelihara suatu citra yang baik dan tepat atas organisasinya, baik itu yang berkenaan dengan kebijakan, produk, jasa, maupun dengan para personelnnya. Dari tugas tersebutlah yang menjadikan posisi humas sebagai penunjang tercapainya tujuan yang dibuat suatu lembaga.

Setiap lembaga pendidikan pasti memiliki identitas atau ciri khas yang berbeda-beda. Identitas atau ciri tersebut dapat menjadi faktor bagi konsumen untuk memilih lembaga tersebut. Konsumen merupakan salah satu stakeholder yang paling sering berinteraksi dengan perusahaan atau lembaga. Dari konsumen, perusahaan atau lembaga bisa mendapatkan kritik/saran yang dapat memberikan

pengaruh atas dasar kritik/saran itulah dapat timbul kesan atau citra di hati konsumen terhadap perusahaan atau lembaga tersebut.

Salah satu lembaga pendidikan dengan persaingan yang sangat ketat pada saat ini adalah Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) khususnya swasta hal ini dapat dilihat dari grafik yang ada di dalam Buku Saku Ikhtisar Data Pendidikan dan disusun oleh Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan (PDSPK), Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud). Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa adanya peningkatan di lembaga pendidikan dalam jenjang SMK, dengan peningkatan yang cukup signifikan dari 10.191 sampai 10.486 hal ini menunjukkan bahwa banyak siswa yang minat bersekolah di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) . Terlebih lagi dalam meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia, pemerintah meluncurkan kurikulum baru bagi SMK yaitu kurikulum 2013. Seperti yang tertulis dalam Peraturan Menteri Pendidikan Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 70 Tahun 2013 Tentang Kerangka Dasar Dan Struktur Kurikulum Sekolah Menengah Kejuruan/Madrasah Aliyah Kejuruan.

Semakin banyak minat siswa yang ingin masuk ke sekolah (SMK) maka akan semakin banyak dan beragam lembaga yang akan didirikan serta persaingan antar lembaga pun tidak dapat dipungkiri, hal tersebutlah yang membuat suatu lembaga harus memikirkan strategi seperti apa untuk menjaga eksistensi sekolahnya agar tetap bertahan. Disinilah humas berperan sebagai manajemen dan pengelolaan kegiatan di sekolah.

Dalam penulisan ini, penulis mencoba menjabarkan alat bantu berupa kegiatan manajemen dengan strategi humas untuk menciptakan lingkungan yang kondusif dan nyaman bagi khalayak sasaran sehingga terbangun relasi atau hubungan yang efektif antara produsen dan konsumen. Strategi humas dalam sekolah merupakan upaya membuat persepsi baik yang sasarannya adalah publik internal dan eksternal, jika berhasil maka akan diperoleh persepsi yang menguntungkan dari stakeholder sebagai publik sasaran dan berdampak terciptanya suatu opini serta citra yang menguntungkan bagi sekolah.

Dengan ini peneliti ingin mengembangkan lagi mengenai prosedur penelitiannya beserta dengan perangkatnya, yaitu instrumen pengukuran strategi humas di sekolah. (Kristanto, 2018) Instrument penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian sesuai dengan teknik pengumpulan data yang telah dipilih. Dengan kata lain instrument penelitian dapat disebut dengan alat ukur. Hal ini dilakukan karna belum adanya instrument baku mengenai instrument strategi humas di sekolah. Banyak contoh entitas yang bertahan dan menghasilkan output yang baik dengan adanya manajemen strategi humas.

Adapun hasil penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh (Sunaengsih, 2017) dari Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Sumedang ialah, Hasil penelitian menunjukkan humas berperan penting dalam penyelenggaraan pendidikan di sekolah termasuk dalam pengembangan sekolah. Humas menjadi fasilitator hubungan seluruh stakeholder dengan pihak sekolah. Tanpa manajemen humas yang baik setiap tahapan dan proses humas tidak akan dapat diwujudkan dengan

baik, bisa jadi apabila terdapat sebuah sekolah yang tidak diketahui keberadaannya oleh masyarakat luas, salah satu penyebabnya adalah manajemen humas yang kurang baik.

(Azeem & Toni, 2018) dari Public Relations FIKOM Universitas Budi Luhur menuliskan hasil yang didapat dalam penelitian ini menggambarkan bahwa pentingnya beberapa aspek strategi humas yang mampu meningkatkan pengelolaan jejaring media sosial di Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia yang baik seperti pengelolaan tanda informasi, umpan balik, pengembangan fokus dan juga pemanfaatan bahasa. Iapun mengatakan bahwa Hubungan Masyarakat atau Humas yang baik atau bisa dikatakan kompeten adalah Humas yang mampu melakukan sebuah strategi yang baik, artinya strategi Humas adalah strategi yang harus memadai untuk berkomunikasi dengan berbagai macam pihak yang berkepentingan tentang alasan-alasan pergeseran dan dampaknya terhadap misi dan prioritas organisasi. Disamping itu, Humas juga memiliki strategi yang penting berkaitan dengan kehidupan stakeholders yakni Humas harus mampu menjalankan sebuah strategi yang mampu membangun strategi penyampaian pesan yang baik dan efektif kepada stakeholders internal maupun eksternal.

Hasil penelitian (Sholihah, 2018) menyebutkan bahwa dalam hal perencanaan strategi humas telah terprogram dan terencana, implementasi dari strategi humas juga berjalan sesuai program kerja yang di susun, sehingga dapat dilihat dari hasil atau dampak strategi humas tersebut kedua sekolah tersebut telah sukses dalam membangun citra positif sekolah ditengah masyarakat.

(Syraswati, 2016) dari Universitas Negeri Yogyakarta menuliskan Strategi adalah suatu rencana yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi diperlukan agar dalam pelaksanaan kerjasama antara sekolah dengan masyarakat maupun dengan dunia usaha/dunia industri dapat berjalan dengan lancar dan baik.

(Wiwitan & Neni, 2017) dari Universitas Islam Bandung, menuliskan Hasil Penelitiannya: 1) Dalam menyusun perencanaan Marketing PR, Humas harus melakukan manajemen relasi dengan siswa, guru/sekolah, orangtua, wartawan dan stakeholders melalui komunikasi yang berkesinambungan, 2) Peluang dan tantangan strategi Marketing PR dalam analisis SWOT dapat dilihat dari aspek: a. Strategi Strengths-Oppurtunities, yaitu mempertahankan dan memperkuat nilai Islam dalam kegiatan Marketing PR, b. Strategi Weaknesses-Oppurtunities, yaitu mengedukasi publik internal tentang konsep Public Relations dan Marketing PR, c. Strategi Strengths-Treats, artinya di era MEA ini PTIS harus meningkatkan kerjasama dengan stakeholders di dalam maupun luar negeri, dan d. Strategi Weaknesses-Treats adalah meningkatkan kualitas akademik dosen dan mahasiswa, serta mutu pelayanan prima bagi publik internal dan eksternal. Kata Kunci: Analisis SWOT, Marketing PR, Strategi.

Dari beberapa hasil penelitian di atas dapat disimpulkan secara garis besar bahwa pentingnya manajemen menggunakan strategi humas dalam setiap lembaga untuk membantu mulai dari perencanaan sampai tercapainya tujuan organisasi tersebut dengan banyak cara. Itu pula yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti

di sekolah yang memiliki humas di dalamnya yaitu SMK Malahayati Islamic School.

Sebagai Lembaga Pendidikan yang kompetitif humas SMK Malahayati Islamic School dalam melaksanakan kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri (DU/DI) menerapkan beberapa strategi, salah satunya SMK Malahayati Islamic School membekali para siswanya keterampilan professional dengan mengadakan program Praktek Kerja Lapangan (PKL) yaitu mengirim para siswa untuk merasakan dan melaksanakan kegiatan bekerja langsung kedunia usaha/dunia industri (DU/DI). Adapun pengelolaan kegiatan publikasi melalui media-media salah satunya melalui website resmi SMK Malahayati Islamic School yang didalamnya memuat berbagai informasi yang dapat dicapai dari berbagai kalangan masyarakat.

Hal tersebut merupakan salah satu strategi humas yang dilakukan SMK Malahayati Islamic School dalam mempertahankan dan mengembangkan eksistensinya sebagai sekolah kejuruan dengan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak industri. Hal ini berguna untuk mendukung hasil lulusan yang berkualitas dan siap kerja serta memperluas jaringan dari pada SMK Malahayati Islamic School itu sendiri. Mengacu pada permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai **“DESAIN PENGEMBANGAN INSTRUMEN STRATEGI HUMAS SEKOLAH DI SMK MALAHAYATI ISLAMIC SCHOOL”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini ialah mengembangkan instrument strategi humas sekolah yang valid dan reliable.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana cara mengembangkan produk instrument strategi humas sekolah di SMK Malahayati Islamic School ?
2. Bagaimana kelayakan desain instrument sebagai alat ukur penelitian berdasarkan penilaian ahli dan siswa ?

## **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Sebagai bahan perbandingan antara teori dan fakta yang langsung ada dilapangan.
  - b. Sebagai salah satu acuan dibidang penelitian sejenis, agar dapat dikembangkan lagi.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi peneliti, sebagai bahan referensi atau bahan pembanding bagi peneliti yang ingin mengakaji masalah yang relavan.

- b. Bagi lembaga pendidikan, dapat digunakan sebagai sumber informasi dan sebagai bahan evaluasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan bauran humas dan citra sekolah.
- c. Bagi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UHAMKA, dapat dijadikannya karya ilmiah, yang bisa digunakan sebagai referensi mahasiswa yang masih aktif dalam perkuliahan.



## DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, L. . (2001). *Teori & Profesi Kehumasan* (Kedua; R. Estu, ed.). Jakarta: PT Bumi Aksara.

Apud. (2020). *Manajemen Humas Sekolah* (Pertama; A. S. Bahri, ed.). Bandung: Widia Bhakti Persada Bandung.

Azeem, M. R., & Toni, A. (2018). Strategi Humas Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Dalam Pengelolaan Jejaring Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 115–130.

Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan* (Pertama; @satucahyapro, ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.

Juhji. (2020). *Manajemen Humas Pada Lembaga Pendidikan* (Pertama; N. Vitania, ed.). Bandung: Widia Bhakti Persada Bandung.

Kristanto, V. H. (2018). *Metode Penelitian Pedoman Penuisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)* (Pertama; A. H. Susanto, ed.). Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Maskur. (2018). *Manajemen Humas Pendidikan Islam* (Pertama; R. Selvasari, ed.). Yogyakarta: CV. Budi Utama.

Morissan. (2014). *Manajemen Public Relations* (Pertama). Jakarta: KENCANA.

Nizamuddin. (2020). *Penelitian Berbasis Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Panca Terra Firma.

Nurhayati, & Suryano, D. (2019). *Strategi Pemasaran Kontemporer*. Jakarta.

Oliver, S. (2006). *Strategi Public Relations* (Y. Sumiharti & Y. Indriarti, eds.).  
London: Erlangga.

Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Revisi; T. Chandra, ed.).  
Sidoarjo: Zifatama Publishing.

Rahman, R. S. (2016). Pengaruh Bauran Hubungan Masyarakat ( Public Relations Mix ) Terhadap Citra Merek Dan Kesadaran Merek Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Siswa Memilih Studi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 10(1), 44–59.

Riduwan, D. (2015). *Belajar Mudah Penelitian* (10th ed.; Husdarta, ed.).  
Bandung: ALFABETA.

Ruslan, R. (2003). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (5th ed.;  
Rahmatika, ed.). Jakarta: Fajar Interpratama Offset.

Salim, & Haidir. (2019). *Penelitian Pendidikan : Metode, Pendekatan, dan Jenis*  
(Pertama; I. S. Azhar, ed.). Jakarta: KENCANA.

Sholihah, T. (2018). STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM  
MENCIPTAKAN SCHOOL BRANDING PADA SEKOLAH ISLAM  
TERPADU. *Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 72–84.

Silviani, I. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis* (I. Silviani,  
ed.). Surabaya: PT Scorpindo Media Pustaka.

Sunaengsih, C. (2017). Deskripsi Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat

di SMAN 1 Cisarua Bandung. In Julia, I. Abun, & I. Safari (Eds.), *Prosiding Seminar Nasional "Membangun generasi emas 2045 yang berkarakter dan melek IT " dan Pelatihan "Berpikir Suprarasional"* (p. 421). Sumedang: UPI SUMEDANG PRESS.

Syaraswati, D. (2016). *STRATEGI HUMAS DALAM MENJALIN KERJASAMA DENGAN DUNIA USAHA/DUNIA INDUSTRI (DU/DI) DI SMK N 7 YOGYAKARTA.*

Wiwitan, T., & Neni, Y. (2017). Strategi 'Marketing Public Relations' Perguruan Tinggi Islam Swasta: Peluang dan Tantangan di Era MEA. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 1–10.

<https://doi.org/https://doi.org/10.29313/mediator.v10i1.2672>

Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis* (A. A. Christian, ed.). Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.