

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kajian Literatur

#### 1. Pengertian Humas

pengertian humas menurut Cutlip-Center-Broom mendefinisikan humas sebagai *the planned effort to influence opinion through good character and responsible performance, based on mutually satisfactory two-way communications* (usaha terencana untuk memengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggung jawab didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan) (dalam Morissan, 2008:7). Majelis Humas Dunia (*World Assembly of Public Relations*) mendefinisikan humas yaitu : *public relations is the art and social science of analyzing trends, predicting their consequences, counseling organization leaders and implementing planned programs of action which serve both the organization's and the public interest.* (Humas adalah seni dan ilmu sosial dalam menganalisis kecenderungan, memperkirakan akibat-akibat, memberikan saran kepada pimpinan perusahaan serta melaksanakan program tindakan terencana yang melayani baik kepentingan organisasi dan khalayaknya) (dalam Morissan, 2008:8).

Menurut Dominick, humas mencakup hal-hal sebagai berikut :

- a. Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik Pada satu sisi, praktisi humas berupaya untuk memengaruhi publik agar memberikan opini yang positif bagi organisasi atau perusahaan, namun pada sisi lain

humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak, menginterpretasikan informasi itu dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen.

b. Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi

Praktisi humas bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan. Khalayak yang berkepentingan akan selalu tertarik dengan apa saja yang dilakukan perusahaan. Praktisi humas harus memberikan perhatian terhadap pikiran dan perasaan khalayak terhadap organisasi.

c. Humas merupakan fungsi manajemen

Humas berfungsi membantu dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah. (dalam Morissan, 2008:8)

## 2. Peran dan Tujuan Humas

### a. Peran Humas

Berbicara mengenai peran hubungan masyarakat sangat erat hubungannya dengan fungsi humas. Menurut F. Rachmadi (1992 : 21) “Fungsi utama humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga / organisasi dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan Iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga atau organisasi.”

Selanjutnya Rosady Ruslan (2005 : 10) menjelaskan secara rinci empat peran utama humas adalah sebagai berikut :

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *back up Pariwisata*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi Pariwisata organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk *corporate image*, artinya peranan humas berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Dari pendapat di atas, fungsi utama dari hubungan masyarakat adalah menumbuhkan hubungan baik dengan publiknya baik internal maupun eksternal sehingga tercipta opini publik yang menguntungkan lembaga / organisasi terkait.

#### **b. Tujuan Humas**

Pada tahap perencanaan program humas, hal yang pertama yang harus dilakukan adalah penetapan tujuan. Frida Kusumastuti (2002: 20) merupakan tujuan humas adalah sebagai berikut :

1. Terpeliharanya saling pengertian
2. Menjaga dan membentuk saling percaya
3. Memelihara dan menciptakan kerjasama

Dari pendapat tersebut tujuan humas pada intinya adalah menciptakan dan memelihara hubungan saling percaya dengan publik dalam rangka menjalin kerjasama yang baik.

Tugas Humas :

Menurut F. Rachmadi (1992 : 23) dijelaskan beberapa tugas pokok humas adalah :

- a. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi / pesan secara lisan, tertulis atau melalui gambar (visual) kepada publik, sehingga publik mempunyai pengertian yang hal ikhwal perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.
- b. Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum / masyarakat.
- c. Mempelajari dan melakukan analisis reaksi publik terhadap kebijakan perusahaan / lembaga, maupun segala macam pendapat ( *public acceptance dan nonn – acceptance* ).
- d. Penyelenggaraan hubungan baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh penerimaan publik (*public favour*), pendapat umum (*public opinion*) dan perubahan sikap.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa tugas pokok dari humas adalah bertanggung jawab atas segala informasi yang diberikan kepada publiknya kemudian menganalisis reksi publik terhadap suatu lembaga atau organisasi.

### **3. Kendala / Hambatan Humas**

Dalam menjalin hubungan antara sekolah dengan masyarakat ada beberapa kendala mendasar yaitu :

- a. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang pendidikan dan juga pemahaman warga sekolah tentang apa dan bagaimana harusnya pengelolaan hubungan sekolah dengan masyarakat dibangun.
- b. Kurangnya Komunikasi antara warga sekolah dan warga masyarakat, sehingga tercipta komunikasi satu arah antara sekolah dan warga masyarakat / wali murid dan pada akhirnya sekolah tidak tahu keinginan masyarakatnya tetapi memaksakan keinginannya pada masyarakat atau wali murid yang pada saat itu hanya terlibat pada aspek pembiayaan saja.

Upaya dalam mengatasi kendala :

Upaya – upaya dalam mengatasi kendala – kendala yang kemungkinan terjadi adalah sebagai berikut :

- a. Sekolah harus memberikan informasi yang terpadu kepada masyarakat, sehingga masyarakat mau mengetahui seluruh program – program yang diadakan di sekolah.
- b. Hubungan sekolah dengan masyarakat harus dilakukan secara terus menerus, sehingga masyarakat tidak akan beranggapan bahwa mereka hanya dibutuhkan pada saat pembiayaan saja.
- c. Setiap program yang diadakan oleh sekolah harus menyesuaikan karakteristik masyarakat dengan cara mengkonsultasikan dengan tokoh masyarakat.
- d. Dalam melaksanakan hubungan tersebut, tidak hanya membahas *financial* sekolah melainkan membahas secara kompleks masalah pendidikan yang terkait dengan pengembangan sekolah secara akurat dan *up to date*.

Dari uraian tersebut di atas telah dijelaskan bahwa dalam menjalin hubungan antara sekolah dengan masyarakat, ada beberapa kendala mendasar yang juga sangat berdampak pada keharmonisan hubungan tersebut sehingga hubungan antar sekolah dengan masyarakat menjadi tidak lancar. Serta dijelaskan pula upaya mengatasi kendala tersebut, agar hambatan atau kendala yang mengganggu hubungan yang terjalin antara sekolah dengan masyarakat dapat dihindari.

#### 4. Strategi Humas

Strategi adalah sebuah cara atau proses yang digunakan organisasi untuk mencapai misinya. Stephen Robbins (1990) mendefinisikan strategi sebagai : *the determination of the basic long-term goals and objectives of an enterprise, and the adoption of course of action and the allocation of resources necessary for carrying out this goals* (penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan). Berfikir strategis meliputi tindakan memperkirakan atau membangun tujuan masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang akan membantu atau yang akan menghalangi tercapainya tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan. (dalam Morissan, 2008:152)

Menurut Cutlip-Center-Broom perencanaan strategis (*strategic planning*) bidang humas meliputi kegiatan :

- a. Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program
- b. Melakukan identifikasi khalayak penentu (*key public*)

- c. Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih
- d. Memutuskan strategi yang akan digunakan

Dalam hal ini, harus terdapat hubungan yang erat atas seluruh tujuan program yang sudah ditetapkan, khalayak yang ingin dituju dan juga strategi yang dipilih. Hal terpenting adalah bahwa strategi dipilih untuk mencapai suatu hasil tertentu sebagaimana dinyatakan dalam tujuan atau sasaran yang sudah ditetapkan. Proses perencanaan dan penetapan program humas mencakup langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menetapkan peran dan misi, yaitu menentukan sifat dan ruang lingkup tugas yang hendak dilaksanakan
2. Menentukan wilayah sasaran, yaitu menentukan di mana praktisi humas harus mencurahkan waktu, tenaga, dan keahlian yang dimiliki
3. Mengidentifikasi dan menentukan indikator efektivitas (*indicators of effectiveness*) dari setiap pekerjaan yang dilakukan.
4. Memilih dan menentukan sasaran atau hasil yang ingin di capai
5. Mempersiapkan rencana tindakan yang terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut :
  - a. Programming – menentukan urutan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan
  - b. Penjadwalan (*scheduling*) – menentukan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan tindakan untuk mencapai tujuan atau sasaran
  - c. Anggaran (*budgeting*) – menentukan sumber-sumber yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan

- d. Pertanggung jawaban - menetapkan siapa yang akan mengawasi pemenuhan tujuan, yaitu pihak yang menyatakan tujuan sudah tercapai atau belum
  - e. Menguji dan merevisi rencana sementara (*tentative plan*) sebelum rencana tersebut dilaksanakan
6. Membangun pengawasan, yaitu memastikan tujuan akan terpenuhi
  7. Komunikasi – menentukan komunikasi organisasi yang diperlukan untuk mencapai pemahaman serta komitmen pada enam langkah sebelumnya
  8. Pelaksanaan – memastikan persetujuan antara semua pihak yang terlibat mengenai komitmen yang dibutuhkan untuk menjalankan upaya yang sudah ditentukan dan langkah atau tindakan apa yang harus segera dilakukan (dalam Morissan, 2008:153-154)

### 5. Pengertian Citra

Citra dengan sengaja diciptakan agar bernilai positif terhadap suatu organisasi atau lembaga. Citra merupakan aset terpenting dari suatu organisasi. Rosady Ruslan (2004:80) “secara garis besar citra adalah perangkat keyakinan, ide, dan kesan seseorang terhadap suatu objek tertentu.”

Sedangkan citra menurut Soleh Soemirat & Elvinato Ardianto (2008:113) “citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktifitas .”

Dari dua pendapat diatas pada dasarnya citra mempunyai pengertian yang sama yaitu suatu pandangan seseorang terhadap sebuah objek misalnya suatu organisasi atau lembaga.



Citra dalam bahasa Inggris disebut *Image*. Philip Henslowe dalam bukunya *the art and science of public relation*, mendefinisikan citra sebagai “*the impression gained according to the level of knowledge and understand of facts*” (*about people, products, or situations*) (dalam Henslowe, 2000:2) yang berarti, citra adalah kesan yang diperoleh menurut tingkat pengetahuan dan pemahaman akan fakta (mengenai masyarakat, benda-benda, situasi-situasi).

Kaitan antara humas dan citra positif adalah berupaya membentuk citra positif suatu organisasi atau perusahaan di mata publiknya, menyangkut unsur-unsur yaitu :

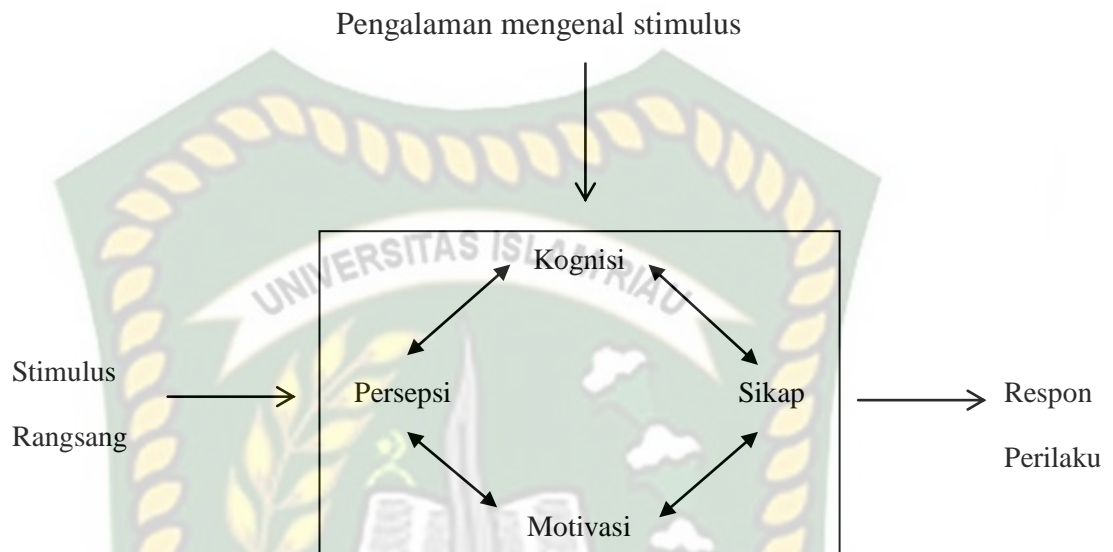
- a. Citra baik (*good image*)
- b. Itikad baik (*good will*)
- c. Saling pengertian (*mutual understanding*)
- d. Saling mempercayai (*mutual confidence*)
- e. Saling menghargai (*mutual appreciations*)
- f. Toleransi (*tolerance*)

#### **6. Proses Pembentukan Citra**

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John S. Nimpoeno dalam laporan penelitian tentang Tingkah Laku Konsumen adalah sebagai berikut.

Gambar 2.1

## Model Pembentukan Citra



Sumber: Soemirat dan Ardianto, 2010:115

Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Empat komponen persepsi-kognisi-motivasi-sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsangan. Ini disebut sebagai “*picture in our hand*” oleh Walter Lippman. Berikut penjelasan mengenai keempat komponen tersebut :

a. Persepsi

Hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan individu atau memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalaman mengenai rangsang.

b. Kognisi

Suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan akan timbul apabila individu telah mengerti rangsangan tersebut, Individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.

c. Motivasi

Keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

d. Sikap

Kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, namun merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. (Soemirat dan Ardianto,2010:116)

Langkah-langkah membangun citra menurut (Ardianto, 2011:64) adalah:

a. *Profit making*

Memilih kelompok masyarakat/target kelompok yang mempunyai peranan penting terhadap usaha keberhasilan bisnis.

b. Konsumen Akhir Produk

Menentukan konsumen akhir produk dengan kriteria: faktor geografis, faktor demografis, faktor psikografis.

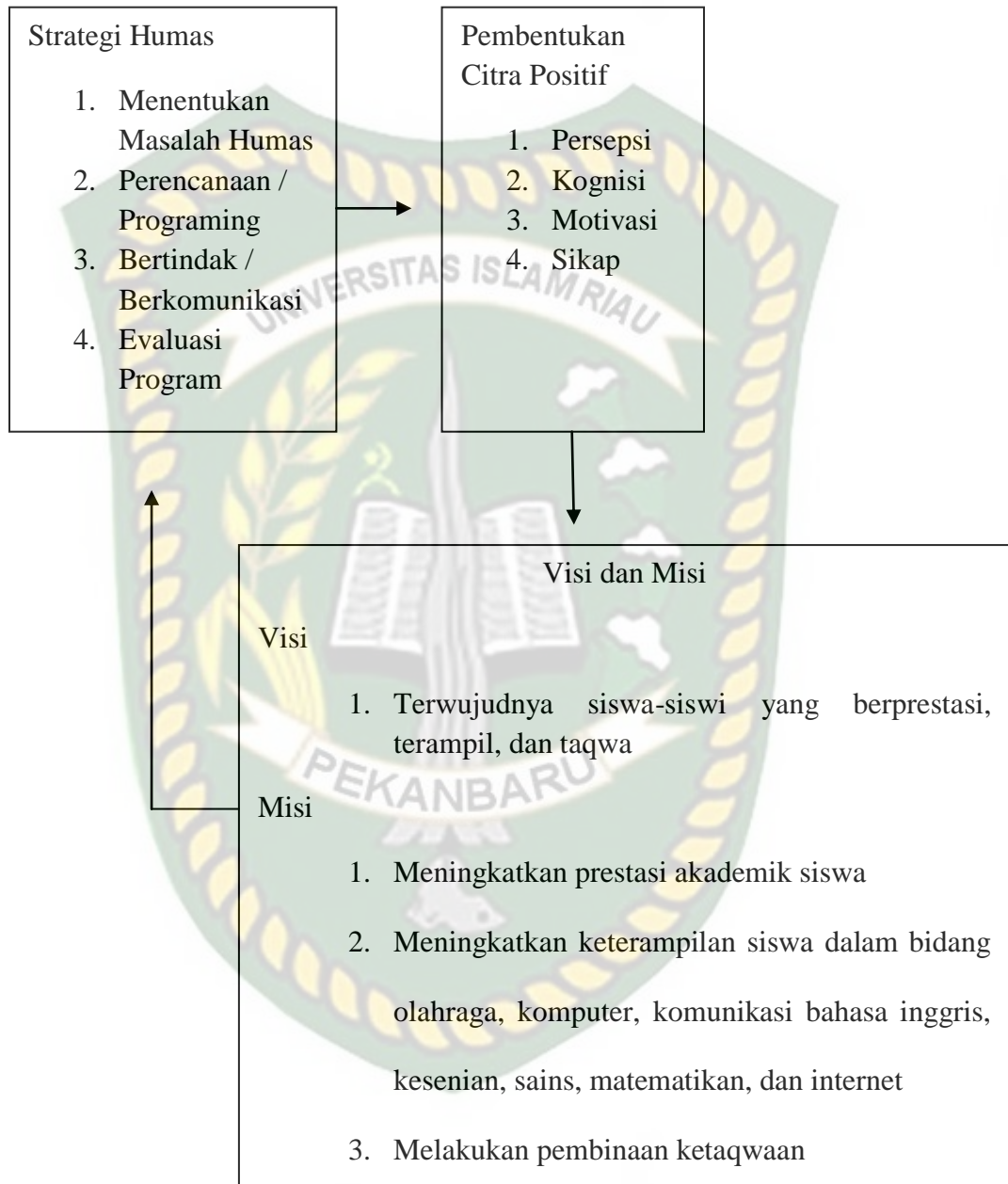
Berdasarkan penjelasan diatas penulis memahami bahwa terdapat empat komponen pembentukan citra, yaitu persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan dimana

kemampuan mempersepsi inilah dapat melanjutkan proses pembentukan citra dengan memberikan informasi-informasi kepada individu untuk memunculkan suatu keyakinan. Sehingga dari keyakinan tersebut timbul suatu sikap pro dan kontra tentang produk, dari sikap itulah terbentuknya citra yang positif atau negatif.

### **B. Kerangka Pemikiran**

Bedasarkan latar belakang masalah sebagaimana di paparkan terdahulu, penelitian ini berupaya memahami proses strategi humas dalam membangun citra positif di SMPN 1. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini dapat diketengahkan suatu kerangka pemikiran yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti. Hubungan-hubungan variabel tersebut dapat diilustrasikan pada bagian dibawah ini :

Gambar 2.2. Strategi Humas



Sumber : di Modifikasi dari Morissan, 2008:153-154

### C. Definisi Operasional

Berdasarkan kerangka teoritis yang mendasari penelitian ini, selanjutnya disusun dalam suatu kerangka konsep didalamnya terdapat variabel-variabel dan indikator yang tujuannya menjelaskan masalah penelitian.

Menurut Singarimbun (1995 : 7) konsep merupakan definisi yang dipakai untuk menggambarkan secara abstrak suatu fenomena sosial atau fenomena alami. Kerangka konsep merupakan kemampuan peneliti menyusun konsep operasional yang bertitik tolak pada kerangka teori dan tujuan penelitian. Dalam kerangka konsep harus dapat menunjukkan secara sistematis variabel-variabel penelitian yang menjadi kerangka operasional agar kerangka tersebut dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan.

#### a. Menentukan Masalah Humas

Dalam tahap ini, *Public Relations* harus dapat menetapkan permasalahan-permasalahan yang menyangkut kegiatan-kegiatan *Public Relations*, yaitu lebih mengarah kepada upaya selain pengumpulan data juga penetapan permasalahan yang dapat terobservasi oleh *Public Relations*. Pada tahap ini operasionalisasinya meliputi langkah-langkah dalam upaya mencari dan mengumpulkan data tentang hal-hal yang dilakukan *public relations* dalam bentuk : opini *public*, sikap publik dan perilaku publik. Untuk mengetahui hal tersebut, *Public Relations* dapat melakukannya melalui dua macam metode yaitu metode formal dan metode informal.

Jadi tahap ini, *public relations* harus dapat mengetahui dan menganalisis situasi dalam rangka menjawab “apa yang terjadi saat ini?”

b. Perencanaan dan Program

Perencanaan adalah perincian secara teratur dan berurutan tentang langkah-langkah yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Program adalah susunan acara, yaitu perincian waktu atau timing secara teratur dan menurut urutan tertentu tentang pelaksanaan langkah demi langkah sesuai dengan apa yang telah ditetapkan dalam perencanaan. Tahap perencanaan dan program ini, kegiatan yang dilakukan lebih kepada tahap berpikir “apa yang harus kita lakukan, katakan dan mengapa ?” sehingga untuk menjawab pertanyaan tersebut maka diperlukan sebuah strategi.

c. Aksi dan Komunikasi

Merupakan tahap pelaksanaan atau tahap *action* dari kegiatan *public relations* sesuai dengan fakta dan data yang telah dirumuskan dalam bentuk perencanaan, misal, dengan cara apa dalam mengkomunikasikannya, menggunakan bentuk komunikasi apa? Misalkan komunikasi Persona, berupa anjang sono, personal kontak, *door to door*; atau komunikasi kelompok berupa diskusi, rapat, seminar ; atau komunikasi massa, berupa pameran, *advertising*, *press release*, *workshop*. Untuk tahap ini intinya adalah bagaimana memberikan keterangan dan menceritakan sesuatu dari awal sampai akhir, dengan demikian upaya yang dilakukan adalah dengan cara memberikan keterangan dan peragaan untuk sokongan dan bantuan terhadap perusahaan tentang rencana yang telah dibuat, dengan menjawab pertanyaan “pekerjaan apa saja yang harus dilakukan, kapan dan bagaimana kita memberitaukannya ?”

#### d. Evaluasi Program

Tahap evaluasi dilakukan antara lain untuk : Mengevaluasi dan mengukur keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan. Apakah kegiatan komunikasi telah mencapai target sesuai dengan rencana. Mengevaluasi manfaat kegiatan yang telah dilaksanakan dalam arti seberapa besar kegiatan ini memberikan manfaat bagi public dan organisasi. Mengevaluasi kekurangan atau kelebihan (keuntungan atau kerugian) dari program kegiatan yang telah dilaksanakan baik bagi organisasi atau publiknya. Mengevaluasi kegiatan yang sifatnya menyimpang dari rencana, sehingga dapat dicatat apa yang harus diperbaikinya sehingga pada tahap pelaksanaan proses *public relations* berikutnya diharapkan akan terlaksana secara lebih sempurna.

#### D. Tinjauan Terhadap Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

| No | Nama Peneliti (tahun)       | Judul   | Tujuan Penelitian  | Hasil Penelitian   |
|----|-----------------------------|---|--|--|
| 1  | Emha Surya Histining (2014) | Membangun Citra Smk Melalui Peran Dan Strategi Humas (Studi Smk Negeri 1 Sooko Mojokerto) | untuk mengetahui peran dan strategi humas dalam membangun citra SMK Negeri 1 Sooko Mojokerto | hasil penelitian menunjukkan bahwa peran humas dalam membangun citra SMK Negeri 1 SookoMojokerto yaitu peran humas sebagai <i>communicator</i> , <i>relationship</i> , dan membentuk citrasedangkan strategi humas dalam membangun citra |



|   |                         |   |   |   |
|---|-------------------------|---|---|---|
|   |                         |   |   | <p>SMK Negeri 1 Sooko Mojokerto dengan menyediakan sarana prasarana sebagai media pembelajaran, menjalin hubungan dan meningkatkan kemampuan akademis maupun non akademis setelah itu dipublikasikan dengan strategi komunikasi dengan menggunakan media langsung berupa sosialisasi ke SMP sedangkan tidak langsung dengan brosur dan koran dan menggunakan strategi pendekatan masyarakat dengan bakti sosial dan pengabdian masyarakat</p> |
| 2 | Fajar Widyastuti (2012) | Pelaksanaan Peran Humas Dalam Rangka Membangun Citra SMK N 4 Yogyakarta | Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja kendala humas dalam membangun citra SMK Negeri 4 Yogyakarta. | <p>bahwa pelaksanaan peran humas dalam rangka membangun citra SMK Negeri 4 Yogyakarta secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik. Hal ini mengandung implikasi bahwa peran humas merupakan hal yang sangat penting bagi sekolah karena humas berperan dalam menumbuhkan hubungan yang positif dengan</p>   |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  | publiknya baik internal maupun eksternal, sehingga tercipta opini publik yang menguntungkan sekolah terkait. |
|--|--|--|--|--|

#### E. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

1. Dari penelitian Emha Surya Histining yang berjudul Membangun Citra Smk Melalui Peran Dan Strategi Humas (Studi Smk Negeri 1 Sooko Mojokerto) dengan tujuan untuk mengetahui peran dan strategi humas dalam membangun citra SMK Negeri 1 Sooko Mojokerto Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskripsikan objek yang diteliti berdasarkan fakta di lapangan, dengan menggunakan informan sebagai sumber data. Data-data yang disajikan menggunakan data primer dan data sekunder melalui wawancara mendalam, obsevasi lapangan, dokumentasi kegiatan, referensi yang berkaitan dengan penelitian dan data dari internet dengan Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa peran humas dalam membangun citra SMK Negeri 1 SookoMojokerto yaitu peran humas sebagai *communicator*, *relationship* dan membentuk citra sedangkan strategi humas dalam membangun citra SMK Negeri 1 Sooko Mojokerto dengan menyediakan sarana prasarana sebagai media pembelajaran, menjalin hubungan dan meningkatkan kemampuan akademis maupun non akademis setelah itu dipublikasikan dengan strategi komunikasi dengan menggunakan media langsung berupa sosialisasi ke SMP

sedangkan tidak langsung dengan brosur dan koran dan menggunakan strategi pendekatan masyarakat dengan bakti sosial dan pengabdian masyarakat.

2. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Fajar Widyastuti yang berjudul Pelaksanaan Peran Humas Dalam Rangka Membangun Citra SMK N 4 Yogyakarta, dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja kendala humas dalam membangun citra SMK Negeri 4 Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini adalah bahwa pelaksanaan peran humas dalam rangka membangun citra SMK Negeri 4 Yogyakarta secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik. Hal ini mengandung implikasi bahwa peran humas merupakan hal yang sangat penting bagi sekolah karena humas berperan dalam menumbuhkan hubungan yang positif dengan publiknya baik internal maupun eksternal, sehingga tercipta opini publik yang menguntungkan sekolah terkait.
3. Sedangkan dari penelitian yang saya lakukan, saya mengangkat judul tentang “strategi kinerja humas smpn 1 duri mandau dalam membangun citra positif”. Untuk mengetahui seberapa pentingnya peran humas dalam meningkatkan citra positif di SMPN 1 Duri mandau dengan masyarakat. Persamaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yaitu, dari penelitian Fajar Widyastuti dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja kendala humas dalam membangun citra SMK Negeri 4 Yogyakarta, sedangkan penulis dengan tujuan untuk mengetahui

seberapa pentingnya peran humas dalam meningkatkan citra positif di SMPN 1

Duri mandau dengan masyarakat.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau