BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini akan dipaparkan data dan temuan penelitian yang meliputi 1) deskripsi data yang memuat paparan data kasus I dan kasus II, 2) temuan Penelitian yang memuat temuan penelitian kasus I dan kasus II dan 3) analisis temuan lintas kasus yang memuat persamaan dan perbedan data, kesimpulan dan proposisi penelitian

A. Deskripsi Data

Pada sub bab ini peneliti akan menguraikan deskripsi data tentang Setrategi humas dalam membangun citra lembaga (studi multikasus di SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar), dari deskripsi data yang diperoleh kemudian disajikan temuan data yang didalamnya mencangkup fokus dan pertanyaan penelitian pada masing-masing kasus, hasil temuan yang diperoleh kemudian dilakukan anilis data pada masing masing kasus sehingga terbentuklah proposisi-proposi masing-masing kasus. Dengan mengamati, memadukan dan membandingkan kedua kasus berikut dilakukan langkang analisis lintas kasus sehingga proposisi dapat tersesun, dan menghasilkan temuan akhir penelitian.

1. Paparan Data Kasus I

a. Cara Humas dalam Membangun Kepercayaan *Stakeholder* untuk Membentuk Citra Lembaga

Membangun kepercayaan merupakan hal yang sulit dilakukan, adapun beberapa langkah yang dapat dilakukan sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, adapun pemaparanya adalah sebagai berikut,

> Landasan dasar yang mampu membangun kepercayaan *stakeholder* disekolah kami adalah " Pemberdayaan Wanita" bagaimana wanita bisa berkarir, berkarya, dan berwirausaha, dengan landasan filosofi itulah kepercayaan *stakeholder* tumbuh dan berkembang menjadi seperti saat ini.[1]

Pemaparan tersebut menenjelaskan bahwa keperayaan *stakeholder* dibangun melalui landasan filosofi dimana lembaga memprioritaskan program keahlian yang mampu memberdayakan wanita. Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan Bapak Yudho Nirwanto, berikut pernyatan beliau

> Dalam membangun kepercayaan, yang kita bangun adalah dalam organisasi lembaga kita terlebih dahalu, salah satunya yang mendasari agar kita dapat memperoleh kepercayaan dari s*takeholder* adalah landasan filosofis yang menjadi landasan kami adalah "pemberdayaan perempuan".[2]

Pemaparan tersebut menyatakan bahwa landasan filsofi dibangun dari dalam organisasi sehingga kepercayaan mampu mengarahkan anggota kedalam landasan filosofi yang sama, dengan kesamaan landasan filosofi barulah lembaga ini mampu membangun presepsi *stakeholder* yang berdampak pada kepercayaan *stakeholder*. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hari Prastowo, berikut pemaparan beliau

---

[1] Wawancara dengan Wahyu, Waka Humas SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[2] Wawancara dengan Yudho Nirwanto, Waka Kesiswaan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 9 Mei 2017

> Kepercayaan *stakeholder* ini kami peoroleh atas dasar landasan filosofis "pemberdayaan perempuan" dari situlah kami mengembangkan dalam muatan kurikulum kami dan sebagai acuan dalam membentuk kepercayaan secara internal dalam diri lembaga[3]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa landasan filosofi yang terbangun dari dalam akan memudahkan langkah dalam pengembangan kurikulum, pemaparan ini juga sesuai dengan hasil observasi peneliti ketika meninjau langsung ruang praktik siswa, adapu hasil observasi sebagai berikut,

> Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti melakukan obsesrvasi dilingkungan belajar siswa, peneliti mengamati jumlah siswi putri lebih banyak dibandingkan jumlah siswa putra, selain itu peneliti melihat secara langsung praktik keterampilan keterampilan siswa yang sering dikerjakan seorang wanita sepertihalnya menjahit, memasak, melukis, merias wajah, dan perawatan rambut, dengan mayoritas siswa putri yang melakukan keterampilan tersebut.[4]

Dari observasi tersebut peneliti menggali dokumen yang ada, terkait jumlah siswa di SMK Negeri 3 Blitar, berikut data jumlah siswa :

Tabel 4.1
Profil Sekolah[5]

DATA PESERTA UJIAN DAN PENELUSURAN LULUSAN

Kompetensi Keahlian	PESERTA UJIAN TP 2015/2016						PENELUSURAN LULUSAN TP 2015/2016				
	Peserta UN		Lulus		Bersertifikat Kompetensi	Skor TOEIC > 400	Bekerja di DU/DI dan Instansi Pemerintah	Wira usaha	Lanjut ke PT	Masa tunggu untuk bekerja (tahun	
	L	P	L	P						<1	>1
Jasa Boga	19	164	19	164			68	28	32		55
Akomodasi Perhotelan	10	107	10	107	117		71	2	9		36
Busana Butik	2	63	2	63	65		32	7	11		15
Kria Kayu	11	9	11	9	20		7	2	2		9
Patiseri	0	32	0	32	2		17	5	5		5
Kecantikan Rambut	1	51	1	51	52		13	8	7		24
TOTAL	**43**	**426**	**43**	**426**	**469**		**306**	**14**	**66**		**135**

[3] Wawancara dengan Hari Prastowo, Waka Kurikulum SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 8 Mei 2017

[4] Observasi Perbandingan Jumlah Siswa Putra dan Putri SMK Negeri 3 Blitar, pada tanggal 7 Mei 2017, Pukul 10.00 WIB

[5] Dokumen Sekolah, "Profil Sekolah", Data Pesertadidik SMK Negeri 3 Blitar, Tahun 2017

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut peneliti dapat menarik benang merah, dengan melihat data jumlah siswa yang mayoritas siswi putri di SMK Negeri 3 Blitar dan wawancara yang menyebutkan bahwa SMK 3 Blitar merupakan lembaga yang memberdayakan wanita, maka strategi humas dalam membangun kepercayaan *stakeholder* adalah dengan menggunkan **landasan filosofi** dimana pemrograman jurusan ditekankan pada keterampilan keterampilan yang sering dikerjakan oleh wanita.

Selain itu setrategi humas untuk membangun kepercayaan *stakeholder* melalui alumni, sebagaimana yang dipaparkan oleh Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Banyak dari alumni kami yang sudah bekerja dibeberapa perusahaan beberapa diantaranya bekerja di hotel-hotel ternama di Indonesia seperti Hotel Bumi Surabaya dan Seraton, dengan adanya ikatan antara lembaga dan alumni ini mampu memberikan peluang lembaga untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan, dengan melihat alumni yang bekerja diperusahaan tersebut tentunya dengan kinerja yang bagus, perusahaan berkenan memberikan layanan dan mengajak kerjasama dengan lembaga kami, dengan demikian kepercayaan lembaga dengan *stakeholder* terbentuk[6]

Pemaparan tersebut dapat diartikan bahwa alumni mampu memberikan pengaruh yang besar dalam melakukan pengembangan lembaga, hal tersebt didasarkan pada adanya keterikatan secara emosional dengan lembaga, selain itu kierja yang baik dari alumni dalam bekerja mampu memberikan pengaruh kepercayaan *stakeholder* dalam menilai lembaga, efek dari kinerja alumni yang bagus mampu membuka

[6] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

peluang kerjasama dengan perusahan sehingga terjalinlah kepercayaan antara lembaga dan perusahaan. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hari Prastowo, berikut pemaparan beliau

> Kepercayaan *stakeholder* ini dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah kinerja karyawan yang dulunya alumni SMK Negeri 3 Blitar, dari kinerja bagus yang ditunjukkan alumni, kami sering kita dimintai oleh *stakeholder* untuk mengirimkan putra dan putri kami untuk PKL disana, salah satu contohnya adalah di Hotel Weta Internasonal, Purnama Batu, P4tk Jogja, dan masih banyak lagi, hal tersebut menunjukkan kepercayaan *stakeholder* dapat dibentuk melalui alumni sehingga citra baik lembaga dapat terbangun.[7]

Pemaparan tersebut dapat diartikan bahwa dengan kinerja yang baik dari alumi secara tidak langsung mampu menumbuhkan kepercayaan dari *stakeholder*, dari benih kepercayaan inilah lembaga mampu menentukan langkah dalam mengajukan kerjasama dengan *stakeholder*, salah satu bentuk kepercayaan yang didapat lembaga adalah adanya perizinan sebagai tempat PKL (Praktik Kerja Lapangan) dan permintaan jumlah siswa yang PKL ditempat tersebut, pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Jaelani, berikut pemaparan beliau

> Dulu saya juga bersekolah di SMK Negeri 3 Blitar, pada waktu itu saya PKL di Hotel Gajah Mada, setelah saya lulus saya dihubungi oleh personalia Hotel Gajah Mada dan direkrut bekerja disana, setiap tahunnya saya membantu adek adek kelas saya yang PKL ditempat ini, salah satu upaya kami sebagai alumni adalah membantu mengarahkan dan membina adek adek kami yang PKL sehingga mampu menjaga nama baik sekolah.[8]

---

[7] Wawancara dengan Hari Prastowo, Waka Kurikulum SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 8 Mei 2017

[8] Wawancara dengan Jaelani, Alumni SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 12 Mei 2017

Pemaparan alumni tersebut dapat diartikan bahwa kepercyaan yang telah terbentuk mampu memberikan peluang kerja bagi alumni tentunya juga diikuti oleh kualitas alumni, selain itu alumni yang bekerja disana mampu memberikan control sosial bagi adek kelasnya yang PKL ditempat tersebut, Hal ini juga sesuai dengan hasil observasi ketika peneliti melakukan observasi di SMK Negeri 3 Blitar:

> Ketika saya melakukan observasi dilingkungan SMK Negeri 3 Blitar, saya melihat langsung ada beberapa alumni siswa yang berkunjung dan berbincang bincang dengan adek kelasnya, selain itu saya juga melihat salah satu alumni yang bekerja di Indra Optik, disana alumni tersebut memberikan pelayanan perawatan kacamata pada gurunya.[9]

Adapun dokumentasi yang menunjukkan bahwa Alumni masih menunjukkan kepedulian terhadap sekolah yang pernah memberikan pendidikan dan memberikan pengarahan semasa alumni tersebut sebagai siswa adalah sebagai berikut,

Gambar. 4.1
Pemberian Service Kacamata Gratis Indra Optik[10]

[9] Observasi Kunjungan Alumni SMK Negeri 3 Blitar, Pada Tanggal 5 Mei 2017, Pukul 08.00 WIB

[10] Dokumen Kegiatan, "Pemberian Service Kaca Mata Gratis Indra Optik", Alumni SMK Negeri 3 Blitar, Pada Tanggal 5 Mei 2017, Pukul 08.15 WIB

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut peneliti dapat menarik benang merah bahwa alumni memiliki keterikatan emosional dengan lembaga, hal tersebut didasarkan pada alumni yang menunjukkan kinerja yang baik dalam bekerja pada *stakeholder* lembaga, selain itu alumni SMK Negeri 3 Blitar bukan hanya sekedar lulus dari lembaga, melainkan lulus dengan membawa nama lembaga sehingga dalam bekerja alumni SMK Negeri 3 Blitar tetap membawa simbol kebanggan sebagai siswa SMK Negeri 3 Blitar, dengan demikian dapat diartikan bahwa kepercayaan *stakeholder* mampu dibangun melalui **alumni** lembaga

Membangun kepercayaan tentunya bukan hal yang mudah, sebagamana pemaparan Ibu wahyu kepercayaan dapat dibangun melalui program keahlian, berikut pemaparan beliau,

> Di SMK Negeri 3 blitar kami memiliki beberapa jurusan seperti perhotelan, tata boga, tata kecantikan kulit dan rambut, kria kreatif kayu dan rotan, tata busana. dengan jurusan yang kami miliki kami mampu menarik simpati masyarakat, kepercayaan dari masyarakat kami peroleh dari jurusan jurusan kami yang mengacu pada industry kreatif dan sektor pariwisata, kami menawarkan program belajar pada keterampilan, dan kemandirian, dengan adanya program pendidikan kami yang sedemikian kami mampu membetuk kepercayaan masyarakat, salah satunya adalah kita dipercaya oleh dinas pendidikan dan pemerintah pusat sebagai salah satu dari lima sekolah piloting vokasi yang didasarkan pada nawa cita yang dicanangkan oleh presiden republic indonesia saat ini yang intinya dalah mengembangkan ekonomi kreatif ,sector pariwisata, kemaritiman, dan pertanian.[11]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan *stakeholder* ini diawali dengan adanya program keahlian yang mampu

[11] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

menarik simpati *stakeholder*, dengan penawaran program keahlian yang mampu menghasilkan produk yang menekankan pada kemadirian/ berwirausaha maka kepercayaan *stakeholde*r dapat terbentuk, selain itu adanya kesesuaian program keahlian yang ditawarkan dengan program yang dicanangkan oleh pemerintah mampu membentuk integrasi kepercayaan dari pemerintah untuk lembaga, dengan terpilihnya lembaga sebagai piloting vokasi oleh pemerintah, lembaga mampu menumbuhkan kepercayaan *stakeholder*, Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hari Prastowo, berikut pemaparan beliau

> Kepercayaan *stakeholder* dapat dibangun melalui program apa saja yang ditawarkan oleh lembaga, kami menawarkan sektor ekonomi kreatif dan pariwisata, dengan kultur kota blitar yang ditempati objek wisata maka *stakeholder* mampu menafsirkan bahwa siswa yang lulus dari SMK Negeri 3 Blitar dapat mengembangkan keterampilannya dan mampu menjual produk yang dihasilkan di kota blitar[12]

Pemaparan tersebut dapat diartikan bahwa dengan adanya kesesuaian potensi daerah dengan program keahlian yang ditawarkan maka keyakinan *stakeholder* akan Kota Blitar sebagai objek wisata mampu membentuk integrasi kepercayaan dari kepercayaan potensi daerah pada program keahlian, Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Ibu Romlah, berikut pemaparan beliau

> Salah satu alasan kenapa putra saya di sekolahkan disana adalah beberapa jurusan disana menanamkan jiwa kewirausahaan dan kemandirian, selain itu saya juga seorang wirausahawan, dengan melihat potensi daerah kota Blitar yang mengacu pada sektor usaha dan pariwisata maka dimungkinkan anak kami mampu

[12] Wawancara dengan Hari Prastowo, Waka Kurikulum SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 8 Mei 2017

> mengembangkan ketrampilan yang diterima sehingga dia mampu berwirausaha pada potensi yang dimiliki daerah.[13]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa seorang wali murid memahami program keahlian apa saja yang ditawarkan oleh lembaga dengan adanya profesi sebagai wirausahawan dan mampu melihat potensi daerah beliau cukup mengapresiasi lembaga. Pemaparan tersebut sesuai dengan hasil observasi peneliti, adapun hasil observasi sebagai beikut,

> Ketika peneliti melakukan observasi, ketika peneliti memasuki gerbang sekolah disana terdapat sepasang tugu masuk, pada tugu masuk sisi sebelah kanan terdapat nama sekolah, dan pada tugu sebelah kiri ditawarkan beberpa program keahlian yang ditawarkan di SMK Negeri 3 Blitar.[14]

Berdasarkan hasil observasi tersebut diperoleh dokumentasi penelitian, berikut dokumentasinya,

Gambar 4.2
Pintu Masuk SMK Negeri 3 Blitar[15]

[13] Wawancara dengan Siti Romalah, Walimurid SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 13 Mei 2017
[14] Observasi Program Keahlian yang Ditawarkan SMK Negeri 3 Blitar, pada tanggal 5 Mei 2017, Pukul 07.30 WIB
[15] Dokumen Bangunan, "Pintu Masuk, Nama Lembaga dan Program Keahlian", Diambil Pada Tanggal 5 Mei 2017, Pukul 07.00 WIB

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa SMK Negeri 3 Blitar menggunakan program/jurusan yang mampu membangun kepercayaan *stakeholder*, selain dari pada itu program keahlian yang dibangun oleh SMK Negeri 3 Blitar berkesinambungan dengan program nawacita yang digagas oleh pemerintah, sehingga SMK Negeri 3 Blitrar dipercaya menjadi piloting vokasi, sebagai sekolah percontahan yang terintegrasi dengan dunia kerja, selain itu potensi daerah yang dipercaya sebagai tempat wisata mampu terintegrasi dengan program keahlian yang ditawarkan, sehingga secara tidak langsung kepercayaan pada potensi daerah membantu membentuk kepercayaan pada **program keahlian** yang ditawarkan.

Komunikasi merupakan kunci utama dalam membangun kepercayaa *stakeholder* sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Dalam membangun kepercayaan stakeholder kita perlu menggunakan komnukasi secara visual dan verbal, contoh sederhana jika kita ingin melakukan hubungan secara personal dengan pihak manajemen hotel langkah yang kita ambil adalah bagaimana kita kesana dan bagaimana cara berpakaian kita, karena hal yang kecil ini mampu membentuk pemahaman pihak manajemen hotel, dengan demikian komunikasi yang sifatnya membujuk dapat dilakukan,sehingga pihak manajemen menaruh simpati, selain itu prilaku dan komuikasi yang baik akan menimbulkan kepercayaan dari pihak manajemen hotel/ *stakeholder*. Kita juga melyani *stakeholder* yang ingin berkunjung ke SMK Negeri 3 Blitar, misalnya saja dalam memperoleh kepercayaan perusahaan kita perlu menunjukkan realita yang ada, dengan menunjukkan proses pembentukan SDM secara tidak langsung mampu menanamkan pemahaman *stakeholder*, jika

> realita yang dilihat sesuai dengan yang diingkan *stakeholder* maka kepercayaan dari *stakeholder* akan terbentuk dengan sendirinya.[16]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa hal kecil seperti cara berpakaian dan komunikasi yang baik maka secara tidak langsung akan memberikan penilaian yang mewakili keseluruhan lembaga, dengan adanya penampilan yang baik maka akan membentuk simpati pada *stakeholder*, dengan terbentuknya simpati *stakeholder* tersebut pendekatan yang sifatnya membujuk dapat dilakukan, selain itu dengan adanya fakta/realita bagi *stakeholder* yang berkunjung akan membantu stakeholder dalam menilai lembaga, sehingga kepercayaan tersebut dapat dibangun dari kondisi sebenarnya, pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Fuad Fahrudin, berikut pemaparan beliau

> Membangun kepercayaan dapat dilakukan dengan komunikasi visual, contohnya kita sering mendapatkan kunjungan dari *stakeholder* salah satunya adalah midah hotel Malaysia, ketika perwakilan dari midah hotel Malaysia berkunjung kesekolah, kami menunjukkan proses pendidikan disekolah kami dan peralatan apa saja yang digunakan, dan gerai kami yang berinteraksi langsung dengan masyarakat,dengan melihat kelengkapan sarana dan prsarana belajar siswa dan prosesnya tentunya mampu membentuk persepsi stakeholder, dan alhasil kita mampu bekerjasama dengan Midah Hotel Malaysia dalam mengirimkan siswa PKL maupun penyaluran tenaga kerja disana.[17]

Pemaparan tersebut menguatkan pemaparan sebelumnya dimana kepercayaan yang dibangun didasarkan pada kondisi *stakeholder* yang melakukan kunjungan dan pengamatan terhadap proses dan sarana prasarana, dari apa yang diamati stakeholder tersebut mampu membentuk

---

[16] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[17] Wawancara dengan Fuad Fahrudin, Waka Sarana dan Prasarana SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

presepsi, dari presepsi *stakeholder* terbentuklah penilaian penilaian pada diri lembaga tentang layak dan tidaknya, dengan adanya melihat proses secara langsung mampu membangun kepercayaan stakeholder pada lembaga. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Ibu Romlah, berikut pemaparan beliau

> Ketika saya berkunjung disekolah saya mendapatkan perhatian yang lebih disana, saya juga diajak berdiskusi dan berbincang bincang kaitannya dengan perkembangan sekolah dan capaian prestasi yang diperoleh, dengan adanya komunikasi saya dengan Waka. Humas kami menjadi yakin bahwa lembaga ini mampu membentuk karakter siswa yang kreatif dan mandiri[18]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa komunikasi yang melalui perwakilan lembaga akan menumbuhkan kepercayaan *stakeholder*, selain itu keunggulan keunggulan yang disampaikan humas tersebut menambah kepercayaan stakeholder pada lembaga, pemaparan tersebut juga didukung oleh observasi peneliti, berikut hasil observasi peneliti

> Peneliti melakukan observasi pada lembaga dengan melihat lokasi yang sangat setrategis dimana SMK Negeri 3 Blitar memiliki sarana yang mewadahi dalam berkarya dan memasarkan produknya, proses belajar yang nyaman dan kondisi belajar yang aman mampu membentuk iklim belajar dilembaga, selain itu peneliti mendapatkan tanggapan yang baik dan cepat, komunikasi yang ditunjukkan humas SMK Negeri 3 Blitar sangat ramah dan mampu menunjukkan daya tarik tersendiri, selain itu cara berpakaian siswa yang rapi dan bersih mampu membuat kondisi pengamatan menjadi lebih nyaman.[19]

Adapun dokumentasi komunikasi yang dibanguan melalui kondisi yang sebenarnya adalah sebagai berikut,

---

[18] Wawancara dengan Siti Romalah, Walimurid SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 13 Mei 2017

[19] Observasi Lingkungan Belajar Siswa SMK Negeri 3 Blitar, pada tanggal 5 Mei 2017, Pukul 10.30 WIB

Gambar 4.3
Ruang Belajar Siswa[20]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa komunikasi merupakan salah satu kunci dalam membangun kepercayaan stakeholder, dalam membangun kepercayaan tentunya kita akan melihat siapa yang memberikan komunikasi dan komunikasi apa yang disampaikan, untuk membangun kepercayaan stakeholder perlu adanya komunikasi visual yang dibangun, **komunikasi visual** merupakan komunikasi yang dibangun melalui kondisi sebenarnya dilapangan yang mampu memberikan pemahaman bagi *stakeholder*, selain itu didukung dengan **komunikasi verbal** seperti cara berpakaian yang rapi dan baik akan membentuk kenyamanan dalam berkomunikasi, dengan adanya kenyamanan berkomunikasi antara perwakilan lembaga akan mampu mempengaruhi penilain *stakeholder*, selain itu komunikasi ramah dan santun yang ditunjukkan oleh perwakilan lembaga akan membentuk kepercayaan *stakeholder* pada lembaga.

[20] Dokumen Kegiatan, "Ruang Belajar Siswa", Diambil Pada Tanggal 5 Mei 2017, Pukul 11.00 WIB

b. Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* dalam Membangun Citra Lembaga

Dalam mempertahankan kepercayaan ada beberapa langkah pemasaran seperti pemberian edukasi sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Memberikan edukasi kepada *stakeholder* merupakan langkah yang kami lakukan, edukasi yang kami maksud adalah kami menfasilitasi kegiatan ekonomi kreatif yang diselenggarakan oleh pemerintah kota Blitar, kegiatan ini cukup sering dilakukan, contoh, pemberian edukasi terkait lembaga, kami perkenalkan melalui kegiatan seperti kursus kecantikan yang mendatangkan peserta dari beberapa RW di Kota Blitar selain itu kami juga mengundang pemateri dari ahlinya sehingga dalam kesempatan itu kami dapat memberikan edukasi pada *stakeholder*.[21]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa pemberian edukasi pada masyarakat dapat dilakukan melaui kegiatan yang diselenggerakan oleh *stakeholder*, salah satu langkah yang diambil dengan memberikan edukasi yang mengacu pada ketrampilan yang diajarkan pada siswa dilembaga, dengan adanya ketrampilan yang dibekalkan tersebut kepercayaan *stakeholder* akan terbentuk melalui pemberian pendidikan. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Fuad Fahurudin, berikut pemaparan beliau

> Kita setiap tahunnya dimintai tolong oleh pemerintah Kota Blitar dalam memberikan edukasi ketrampilan pada ibu ibu perwakilan dari masing masing RW di Kota Blitar, dengan adanya kursus tersebut kami juga mendatangkan narasumber yang berpengalaman sesuai dengan pemerintah kota ingingkan, dengan adanya beberapa kegiatan yang diselenggarakan tersebut sekaligus kami jadikan

[21] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

> tempat untuk memberikan edukasi bahwa SMK Negeri 3 Blitar ini mampu mencetak generasi kreatif dan terampil.[22]

Pemaparan tersebut dapat dijelaskan bahwa dengan adanya kegiatan *stakeholder* yang diselenggarakan di lembaga, mampu menunjukkan keahlian dan keterampilan yang diajarkan oleh lembaga selain itu lembaga dapat mengambil kesempatan dalam menumbuhkan kepercayaan dari setiap peserta kegiatan dengan memperkenalkan lembaga melalui edukasi yang diberikan. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Yudho Nirwanto, berikut pemaparan beliau

> Untuk mempertahankan kepercayaan *stakeholder* yang kami peroleh, kami selalu memberikan yang terbaik pada *stakeholder* kita, salah satu contohnya adalah kita menfasilitasi baik dari segi sarana dan narasumber kegiatan kota yang didasarkan pada ketrampilan menjahit, memasak dan lain sebagainya, hal tersebut kami lakukan untuk menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pemerintah kota blitar selain itu kami bisa menyelipkan edukasi pada *stakeholder* yang hadir untuk mengenalkan lembaga kami melalui siswa kami yang membantu praktik ketrampilan tersebut.[23]

Pemaparan tersebut mendukung pemaparan sebelumnya, dalam pemaparan ini dijelaskan bahwa kepercayaan *stakeholder* dapat dipertahankan melaui pemberian edukasi lembaga pada *stakeholder* melalui kegiatan yang diselenggarakan oleh *stakeholder* lembaga, atau dengan kata lain secara tidak langsung pemberian edukasi lembaga dapat diintegrasikan melalui kegiatan yang diselenggarakan oleh *stakeholder*.

---

[22] Wawancara dengan Fuad Fahrudin, Waka Sarana dan Prasarana SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[23] Wawancara dengan Yudho Nirwanto, Waka Kesiswaan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 9 Mei 2017

Pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peneliti, berikut hasil observasi peneliti,

> Peneliti mengunjungi lokasi yang sering digunakan sebagai tempat pelatihan, dan disana terdapat beberapa fasilitas yang memenuhi untuk pemberian edukasi selain itu ruang praktik siswa juga digunakan sebagai tempat praktik peserta pelatihan yang mampu menampung 40 peserta pelatihan disetiap ruangnya.[24]

Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh dokumentasi pemberian edukasi pada *stakeholder* di SMK Negeri 3 Blitar, berikut dokumentasi peneliti,

Gambar 4.4
Dokumen Pemberian Edukasi[25]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa pemberian edukasi merupakan salah satu langkah dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder*, langkah pemberian edukasi tentunya sesuai antara proram pelatihan *stakeholder* dan program keahlian lembaga, dengan adanya kesamaan program maka secara langsung lembaga menjadi suksesor dalam kegiatan *stakeholder* tersebut, selain itu lembaga dapat mengambil kesempatan malakukan **edukasi**

[24] Observasi Aula SMK Negeri 3 Blitar, pada tanggal 7 Mei 2017, Pukul 08.30 WIB
[25] Dokumen Kegiatan, "Pemberian Edukasi" SMK Negeri 3 Blitar, Diambil Pada Tanggal 9 Mei 2017, Pukul 09.00 WIB

terkait perkembangan lembaga atau dengan kata lain memasukkan beberapa ungsur kepentingan dalam kegiatan *stakeholder*.

Untuk mempertahankan kepercayaan yang diperoleh perlu diluncurkan karya karya siswa dalam beberapa kegiatan, hal tersebut dilakukan untuk menunjukkan kualitas peserta didik dalam berkarya sebagamana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Sebagai sekolah berbasis ekonomi kreatif dan pariwisata kami selalu aktif didalam kegiatan kota sepertihalnya karnaval, blitar jaduel, dls, hal tersebut kami gunakan sebagai ajang menampilkan produk yang kami hasilkan seperti desain pakaian karnaval, dan rias kecantikan yang dibuat oleh siswa kami, dari situlah kesempatan kami menunjukkan kualitas SDM peserta didik kami, dengan adanya karnaval yang kami ikuti nyatanya mampu mempertahankan kepercayaan *stakeholder*.[26]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan *stakeholder* akan terbentuk melalui peluncuran produk sepertihalnya produk pakaian, selain itu karya rias yang menawan akan membantu dalam menarik minat *stakeholder*, dengan adanya even pemerintah dan lembaga mengikuti kegiatan tersebut maka kita dapat mengeksplor karya, dengan adanya karya pada setiap even yang mengundang khalayak ramai secara tidak langsung kepercayaan *stakeholder* kita dapat dipertahankan. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Yudho Nirwanto, berikut pemaparan beliau

> Salah satu langkah agar kepercayaan *stakeholder* ini tetap terjaga adalah dengan mengikuti kegiatan yang diselelnggarkan pemerintah kota blitar seperti karnaval memperingati hari kemerdekaan, blitar jadoel, dan memperingati hari kesaktian pancasila, dalam kegiatan tersebut kami memamerkan pesona rias

[26] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

> kecantikan peserta didik kami yang dibalut dengan karya busana peserta didik kami, dengan kegiatan tersebut kami meyakini bahwa kepercayaan akan kualitas SDM peserta didik kami akan lebih ter-ekspos.[27]

Pemaparan tersebut dapat diartikan bahwa peluncuran karya siswa melalui kegiatan kegiatan eksternal yang diselenggarakan oleh pemerintah mampu memfasilitasi dalam mengeksplor karya siswa, dengan berbekal pada pameran pesona rias, yang dibalut dengan rias kecantikan hasil karya siswa, secara tidak langsung akan berpengaruh pada cara pandang *stakeholder* pada lembaga. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Sumijo berikut pemaparan beliau

> SMK Negrer 3 Blitar tidak pernah absen dalam menghadiri kegiatan Kota Blitar, dalam beberapa kegiatan saya melihat SMK Negeri 3 Blitar menampilkan karya siswa yang cukup menarik, saya sebagai masyarakat merasa bangga hal tersebut didasarkan pada kreativitas siswa dalam memperkenalkan produknya selalu menjadi sorotan masyarakat.[28]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dengan adanya kegiatan eksternal yang selalu diikuti, *stakeholder* merasa bahwa lembaga terus berkembang melalui produk yang baru, dengan berbekal keterampilan siswa mampu membentuk kreatifitas dan karya yang eksotis dan mampu meberikan daya tarik tersendiri, pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi penelitian

> Kebetulan saya juga merupakan warga Kota Blitar, memang pada dasarnya Kota Blitar memiliki banyak even yang mampu membantu lembaga pendidikan dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder*, beberapa kegiatan yang sering saya lihat

---

[27] Wawancara dengan Yudho Nirwanto, Waka Kesiswaan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 9 Mei 2017

[28] Wawancara dengan Bambang Sumijo, Masyarakat Lingkungan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 14 Mei 2017

seperti halnya Kenduri Rakyat (tasyakuran), Pawai Budaya, Bazar Blitar Djaduel, peringatan hari Kesaktian Pancasila, dan masih banyak lagi lainnya.[29]

Pemaparan tersebut diperkuat dengan dokumentasi Peluncuran karya peserta didik SMK Negeri 3 Blitar, berikut dokumentasi kegiatan

Gambar 4.5
Peluncuran produk Tata Busana (Baju Karnaval)[30]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa sebagai lembaga pendidikan humas harus pandai dalam mengambil peluang, sepertihalnya memanfaatkan momen eksternal yang diselenggarakan oleh pemerintah, dengan adanya peluang dalam mengeksplor dan meluncurkan karya siswa pada *stakeholder*, karya yang dibuat akan mampu memberikan kesan dan pengaruh pada *stakeholder*, kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa semakin terjaga apabila sekolah secara berkala dalam **meluncurkan produknya**.

Dalam mempertahankan kepercayaan perlu adanya even merek yang dibangun agar menumbuhkan citra baik bagi lembaga sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

[29] Observasi Program Pemerintah, "Kegiatan Kemasyarakatan" tahun 2016
[30] Dokumen Kegiatan Siswa SMK Negeri 3 Blitar, "Pawai Budaya Kota Blitar", Diambil Pada Tanggal 2 April 2017, Pukul 12.30 WIB

> Dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* yang kami peroleh, tentunya untuk membangun citra, kami menggelar beberapa even internal yang sifatnya memamerkan hasil karya peserta didik kami, contoh saja dalam lembaga kami diselenggarakan festifal Pelajar dengan menggundang masyarakat, DPRD Komisi Pendidikan, Walikota, Kepala Sekolah tingkat SMP dan Kepala Polres Blitar, dengan mengundang orang yang mampu memberikan pengaruh pada *stakeholder* yang lain kami sajikan beberapa karya siswa seperti desain baju yang siswa kami buat yang tentunya bermacam macam jenisnya dan penggunaannya, selain itu kami juga menggelar karya ukiran patung peserta didik kami, sebagai sektor ekonomi kreatif dan pariwisata kami menawarkan pendidikan yang mandiri yang nantinya mampu menganangkat perekonomian serta mampu menyalurkannya kedalam maupun luar negri[31].

Pemaparan tersebut manyatakan bahwa even yang diselenggarakan secara internal mampu mempertahankan kepercayaan *stakeholder*, salah satu langkah yang diambil adalah memamerkan karya siswa dari semua program keahlian, selain itu denganan diundangya beberapa orang yang memiliki pengaruh kepercayaan pada *stakeholder* lain digunakan sebagai langkah dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder*. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Yudho Nirwanto, berikut pemaparan beliau

> Untuk mempertahankan kepercayaan kami membangun sebuah even yang diselengarakan setiap tahunnya seperti Festival pelajar dan Diesnatalis, kegiatan tersebut kami tujukan untuk *stakeholder* yang kami undang seperti masyarakat, DPRD Komisi Pendidikan, Walikota, Kepala Sekolah tingkat SMP dan Kepala Polres Blitar, pada kegitan tersebut kami tampilkan karya siswa sesuai dengan jurusannya, dari situlah *stakeholder* dapat menilai lembaga kami yang terus berkembang dengan karya karya baru, dengan adanya even tersebut harapan kami kepercayaan *stakeholder* tersebut tetap terjaga dan semakin meningkat.[32]

---

[31] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[32] Wawancara dengan Yudho Nirwanto, Waka Kesiswaan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 9 Mei 2017

Pemaparan tersebut dapat diartikan bahwa dengan mengundang orang berpengaruh sepertihalnya pemuka masyarakat, DPRD Komisi Pendidikan, Walikota, Kepala Sekolah tingkat SMP dan Kepala Polres Blitar, secara tidaklangsung akan membantu lembaga dalam menjaga kepercayaan yang diperoleh. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hari Prastowo, berikut pemaparan beliau

> Membangun even merupakan langkah dalam menunjukkan pada *stakeholder* bahwa lembaga kita terus mengalami perkembangan, selain itu even kami gunakan sebagai pameran produk yang dihasilkan oleh siswa kami, contohnya pada jurusan Tata Boga kami memperkenalkan masakan daerah maupun mancanegara, kria kayu kami pamerkan hasil karya siswa yang mampu memberikan kesan eksotika dalam ruangan, dan masih banyak lainnya, dengan kita menunjukan karya kita melalui even dimungkinkan kepercayaan *stakeholder* semakin terjaga[33]

Pemaparan tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan *stakeholder* dapat dijaga melalui pameran produk dan hal tersebut terus dikembangkan, dengan adanya pengembangan produk tentunya lembaga mampu memberikan kesan pada *stakeholder* bahwa lembaga mengalami perkembangan, dengan adanya perkembangan yang dilakukan melalui even maka kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa terjaga. Pemaparan tersebut didukung dengan observasi peneliti, berikut hasil obsevasi peneliti

> Berdasarkan observasi peniliti, ada beberapa temuan dilapangan sepertihalnya beberapa pakaian yang digunakan dalam gelar seni, dan beberapa ukiran patung yang berada disekolah, dari situlah dapat diartikan bahwa adanya even yang digelar lembaga dengan menggunakan media tersebut.[34]

---

[33] Wawancara dengan Hari Prastowo, Waka Kurikulum SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 8 Mei 2017

[34] Observasi Karya Siswa SMK Negeri 3 Blitar, Pada Tanggal 10 Mei 2017, Pukul 10.00 WIB

Berikut dokumentasi even dalam rangka mempertahankan kepercayaan *stakeholder* SMK Negreri 3 Blitar

Gambar 4.6
Even Gelar Karya[35]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa **even** internal merupakan salah satu kegiatan yang mampu membantu dalam proses mempertahankan kepercayaan hal tersebut dibuktikan dengan adanya karya karya siswa yang mampu memberikan pengruh pada *stakeholder*, dengan diundangnya orang yang mampu memberikan pengaruh pada *stakeholder* lain, mampu membantu *stakeholder* lain untuk tetap menaruh kepercayaan pada lembaga, dari situlah integrasi kepercayaan orang yang berpengaruh pada *stakeholder* lain akan terbentuk dan membantu menjaga kepercayaan *stakeholder* pada lembaga.

Seiring bermacam macam *stakeholder*, lembaga perlu mengembangkan pelayanan publik agar kebutuhan *stakeholder*, dapat

[35] Dokumen Kegiatan Siswa SMK Negeri 3 Blitar, "Gelar Karya", Diambil Pada Tanggal 10 Mei 2017, Pukul 08.00 WIB

dilayani dengan baik sebagaiman pemaparan ibu wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Pelayanan publik merupakan langkah dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder*, dengan pelayanan yang baik, ramah, dan santun kami mampu memikat *stakeholder*, kami menyediakan ruang tamu untuk *stakeholder* yang berkunjung, selain itu kami juga memiliki gerai disamping sekolah yang disana dijadikan sebagai tempat untuk mempraktekkan ketrampilan, sepertihalnya kami menyediakan café yang dipergunakan untuk praktek Tata Boga, selain itu kami juga memiliki kios jual beli ukiran kayu yang biasa digunakan untuk pernak pernik ruangan, kami juga menyediakan kios konveksi yang dipergunakan untuk jual beli pakaian maupun untuk pemesanan baju dls, hal tersebut tentunya dilakukan oleh siswa kami, dengan beberapa gerai yang kami dirikan tersebut mampu menarik simpati *stakeholder*.[36]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa SMK Negeri 3 Blitar melakukan pengembangan publik melalui pelayanan yang ramah, santun sehingga mampu memikat publik, selain itu gerai gerai yang dibangun lembaga digunakan sebagai sarana dalam pelayanan publik dengan adanya interaksi antara lembaga masyarakat akan membentuk pemahaman *stakeholder*, dampak dari interaksi tersebut mampu membangun kepercayaan yang sudah terbentuk hingga terjaga dan terpelihara. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Suprapta, berikut pemaparan beliau

> pelayanan *stakeholder* kami lakukan terpusat dikantor tata usaha yang letaknya paling depan dibandingkan seluruh ruangan hal ini bertujuan agar sumber informasi bagi *stakeholder* ini lebih terpusat, selain itu kami memiliki gerai yang dapat digunakan untuk menjual karya peserta didik kami, gerai ini merupakan salah satu bentuk pengembangan pelayanan publik, disana terdapat unit usaha siswa

[36] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

> baik dibidang jasa maupun jual beli yang jumlahnya kami sesuaikan dengan jurusan yang ada di SMK Negeri 3 Blitar[37]

Pemaparan tersebut menyatakan bahwa keberadaan gerai yang menghadap langsung pada jalan raya mampu memudahkan proses interaksi antara publik dan lembaga, selain itu lokasi tata usaha yang paling depan dibandingkan ruang lain mampu membantu pelayanan public lebih terpusat, dengan terpusatnya lokasi dalam melayani publik kepercayaan *stakeholder* akan senantiasan merasakan kenyamanan, dampak yang ditimbulkan adalah kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa terjaga ketika pelayanan *stakeholder*/publik terlayani dengan baik, Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Fuad Fahrudin berikut pemaparan beliau,

> Kami membukai gerai yang digunakan sebagai tempat praktik anak anak tentunya didampingi oleh tenaga ahli, gerai gerai ini sengaja kami bangun tidak satu tempat dengan proses pembelajaran, dan letaknya langsung menghadap jalan raya. Hal tersebut kami gunakan untuk mengembangkan pelayanan publik sehingga masyarakat langsung dapat berinteraksi dengan anak anak kami.[38]

Pemaparan tersebut juga mendukung pemaparan sebelunya, dalam pemaparan tersebut dijelaskan bahwa kepercayaan *stakeholder* mampu terjaga ketika *stakeholder* terlibat langsung dan berinteraksi langsung dengan lembaga, salah satu langkah adalah menggunakan gerai gerai sekolah yang menyediakan jual beli mapun melayani jasa, dengan adanya interaksi keduanya kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa

---

[37] Wawancara dengan Suprapta, Ka. Tata Usaha SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 10 Mei 2017

[38] Wawancara dengan Fuad Fahrudin, Waka Sarana dan Prasarana SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

terjalin, pemaparan pemaparan tersebut didukung dengan hasil observasi, adapun hasil observasi peneliti sebagai berikut,

> Berdasarkan observasi peneliti, peneliti mengamati lokasi beberapa ruangan yang digunakan dalam melayani publik maupun *stakeholder*, lokasi tatausaha terletak paling depan diantara pelayanan lain, selain itu ruangan paling depan sebelah barat paling depan ditempati dengan gerai gerai yang langsung berinteraksi dengan public/*stakeholder*.[39]

Berikut dokumentasi gerai yang dibangun di tepi jalan raya milik SMK Negeri 3 Blitar

Gambar 4.7
Gerai SMK Negeri 3 Blitar[40]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa pemberian **pelayanan public** mampu membantu dalam proses menjaga kepercayaan *stakeholder* pada lembaga, hal tersebut ditunjukkan dengan adanya interaksi jual beli dan pelayanan jasa, dengan adanya interaksi publik pada lembaga, *stakeholder* mampu

[39] Observasi Lokasi Bangunan, "Ruang Tata Usaha dan Gedung Bisnis Center" SMK Negeri 3 Blitar, Pada Tanggal 12 Mei 2017 Pukul 07.30 WIB.
[40] Dokumen Bangunan, "Gerai Bisnis Center", Diambil Pada Tanggal 12 Mei 2017, Pukul 08.00 WIB

menilai lembaga citra yang lebih baik dan berdampak pada pola berfikir *stakeholder* dalam menjaga kepercayaan antara lembaga dan *stakeholder*.

Untuk membangun citra lembaga perlu adanya tes produk SDM sehingga kepercayaan *stakeholder* dapat dipertahankan sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu , berikut pemaparan beliau,

> Media merupakan salah satu bentuk publikasi yang nantinya mampu memberikan informasi pada *stakeholder* kami, untuk itu kami bekerjasama dengan beberapa media seperti jawa pos, radio patria dls. dengan kerjasma tersebut kami mampu membentuk presepsi *stakeholder* kami melalui media, beberapa hal yang diliput media dalam rangka tes produk siswa SMK Negeri 3 Blitar adalah melalui wawancara dengan sekolah kami, dengan adanya wawancara baik dari Jawa Pos maupun Radio Patria yang ditujukan menarik simpati *stakeholder* selain itu kegiatan tersebut kami lakukan untuk mempertahankan kepercayaan *stakeholder* kami dibeberapa kota dan mancanegara.[41]

Pemaparan tersebut dijelaskan bahwa dalam memmpertahan keprcayaan *stakeholder* humas menggunakan langkah mengundang media untuk meliput kegiatan disekolah, dengan adanya media yang meliput kegiatan, *stakeholder* dapat memantau perkembangan lembaga melalui media massa, kepercayaan *stakeholder* akan tetap terjaga dengan adanya informasi yang mampu terjangkau oleh *stakeholder*. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Fuad Fahrudin, berikut pemaparan beliau

> Untuk mempertahankan kepercayaan *stakeholder* kita melakukan gelar karya sebagai uji tes produk kami, tentunya kami menggunakan media sebagai sarana pempublikasian karya peserta didik kami, media yang meliput kegiatan kami adalah jawa pos, Radio Patria dan masih banyak lagi lainnya.[42]

---

[41] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[42] Wawancara dengan Fuad Fahrudin, Waka Sarana dan Prasarana SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

Pemaparan tersebut dapat dijelaskan bahwa mengajak media dalam even gelarkarya mampu membantu lembaga dalam mempublikasikan peluncuran karya siswa. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hartoyo berikut pemaparan beliau,

> Kami cukup terbantu dengan adanya yang meliput kami, kami pernah juga diundang dalam sebuah program di JTV kami mengenalkan produk produk pendidikan disana, selain itu kami juga melakukan tes produk yang diliput oleh beberapa media local seperti Rajawali TV dan Radio Patria denagan peliputan kegiatan membantu kami dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder*[43]

Pemaparan tersebut mendukung pemaparan sebelumnya, dapat diartikan bahwa produk yang dihasilkan siswa mampu diperkenalkan pada media, dengan adanya pengenalan pada media tentunya media akan mempublikasikan, dengan adanya publikasi akan membentuk informasi, selain itu informasi yang dapat tersampaikan pada *stakeholder* akan membantu menjaga kepercayaan *stakeholder* pada lembaga. pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh data observasi, adapun hasil observasi sebagai berikut

> Peneliti melakukan pengamatan pada lembaga pendidikan terkait mengajak media dalam meluncurkan karya siswa, berdasarkan pengamatan, peneliti menemukan beberapa hasil publikasi media terkait produk yang dihasilkan oleh lembaga. selain itu peneliti juga melihat beberapa pakaian fashion yang masih tersimpan rapi pada lemari lembaga[44]

Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil dokumentasi peneliti, berikut hasil dokumentasi peneliti,

---

[43] Wawancara dengan Hartoyo, BKK SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 12 Mei 2017

[44] Observasi bukti "Majalah Sergap dan Pakaian Fashion", SMK Negeri 3 Blitar, pada tanggal 14 Mei 2017, Pukul 09.30 WIB

Gambar 4.8
Publikasi Majalah Sergap[45]

Gambar 4.9
Peluncuran Produk Fashion[46]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa **tes produk bersama media** merupakan langkah dalam mempublikasikan lembaga, dengan adanya kerjasama dengan media lembaga mampu mengenalkan produk yang dihasilkan, publisitas media mampu menjangkau *stakeholder* yang tidak berdekatan dengan lembaga, dengan terdengarnya produk lembaga melalui publisitas dimungkinkan berdampak pada bertahannya kepercayaan *stakeholder*

Hubungan yang telah terjalin perlu dikelola agar kepercayaan *stakeholder* terhadap lembaga tidak menurun salah satunya adalah melalui pengelolaan layanan sebagaimana pemaparan ibu wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Untuk mengelola hubungan dengan pelanggan kita memberikan pelayanan yang prima untuk *stakeholder* kami, dalam menjalankan komunikasi kita memiliki Tim pengembang lembaga yang beranggotakan Kepala Seolah, Waka, Humas, Waka. Sarana dan Prasarana, Waka, Kesiswaan, dan Waka Kurikulum, dengan adanya Tim ini segala layanan informasi langsung kita tangani, dengan sedikitnya Tim Pengembang Sekolah ini kami gunakan untuk menghindari kesalahan informasi dalam melayani

[45] Dokumen Publikasi, "Majalah Sergap", Diambil Pada Tanggal 13 Mei 2017, Pukul 14.00 WIB
[46] Dokumentasi Kegiatan, "Peluncuran Produk Tata Busana" Diambil Pada Tanggal 13 Mei 2017, Pukul 15.00 WIB

> *stakeholder* kami, pelayanan yang prima ini kami berikan untuk mempertahankan kepercayaan *stakeholder* [47]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa lembaga memberikan pelayan prima pada *stakeholder*, pelayanan prima tersebut ditangani langsung oleh Tim pengembang sekolah, selain itu pelayanan prima mampu menghindari kesalahan informsi, dengan pelayanan prima, lembaga mampu mempertahankan kepercayaan *stakeholder*. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Suprapta, berikut pemaparan beliau

> Menjaga kepercayaan *stakeholder* bukanlah hal yang mudah, salah satu cara yang kami gunakan agar segala keluhan maupun kebutuhan informasi ini dapat tercukupi kami menjalankan sistem informasi terpusat yaitu pada Tata Usaha, dari tata usaha ini lalu dilaporkan pada tim pengembang sekolah hal tersebut kami lakukan agar dalam mengelola hubungan dengan *stakeholder* lebih prima dan terhindar dari kesalahan informasi.[48]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan yang terpusat, pusat informasi terletak pada ruang tata usaha, setelah informasi diterima dilaporkan pada Tim pengembang untuk diproses dan dikelola. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hartoyo, berikut pemaparan beliau

> Kepercayaan dari *stakeholder* kami peroleh dari *costumer service* yang baik, pengelolan hubungan melalui komunikasi terus kami lakukan, kami memiliki satu sumber segala informasi yaitu di Tata Usaha sebagai satu saluran informasi, contoh saja kita sering menerima permintaan pembinaan warga maupun pengajuan tempat PKL hanya saja kita tidak menerima semuanya, karna perlu ada proses dan seleksi dari kami untuk memberdayakan putra dan putri kami, selain itu untuk bursa kerja saya juga berkerjasama dengan

---

[47] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017
[48] Wawancara dengan Suprapta, Ka. Tata Usaha SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 10 Mei 2017

> ibu wahyu dalam rekrutmen tenaga kerja diperusahaan dan semuanya kita layani dengan baik, begitupula keluhan keluhan yang disampaikan terkait alumni SMK Negeri 3 Blitar kami tetap melayani, hal tersebut kami lakukan agar kami dapat berbenah lebih baik lagi [49]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa fungsi dari pelayanan prima adalah sebagai proses penyaringan informasi maupun penolakan informasi, dengan adanya informasi yang diterima dan diproses maka Tim tersebut melakukan tindaklanjut sepertihalnya penerimaan pengajuan tempat PKL, rekrutmen tenaga kerja. Pemaparan tersebut juga didukung oleh data observasi peneliti, berikut hasil observasi peneliti.

> Peneliti mengamati beberapa kejadian yang timbul terkait kondisi layanan *stakeholder*, saat itu peneliti melihat proses pengajuan seleksi penerimaan karyawan oleh PT. Kalimas Surabaya, dan permohonan tersebut ditanggapi dengan cepat, setelah dua hari berikutnya saya melihat seleksi penerimaan karyawan PT. Kalimas Surabaya yang difasilitasi dengan baik oleh humas lembaga.[50]

Berikut Dokumentasi seleksi karyawan yang dilayani dengan pelayanan prima oleh humas lembaga,

Gambar 4.10
Ruang Seleksi Karyawan[51]

---

[49] Wawancara dengan Hartoyo, BKK SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 12 Mei 2017
[50] Observasi Kegiatan "Seleksi Karyawan PT. KalimasSurabaya" di SMK Negeri 3 Blitar, Pada Tanggal 7 Mei 2017, Pukul 08.00 WIB
[51] Dokumen Kegiatan, "Ruang Rekutmen Karyawan", di SMK Negeri 3 Blitar, Pada Tanggal 7 Mei 2017, Pukul 08.00 WIB

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa **teknik pelayanan** prima merupakan pelayanan dengan tim layanan khusus, proses informasi maupun keluhan diterapkan melalui informasi terpusat, informasi dan keluhan yang diterima diproses dan diseleksi oleh tim layanan khusus, setelah terseleksinya informasi dan keluhan dilakukan tindak lanjut, dengan adanya tindak lanjut yang baik dari lembaga kepercayaan *stakeholder* mampu terjaga

Salah satu langkah agar kepercayaan dari *stakeholder* terjaga adalah dengan mengelola hubugan dengan *Stakeholder* salah satunya adalah memperhatikan kebutuhan *stakeholder* sebagaiman pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau

> Dalam rangka mempertahankan kepercayaan *stakeholder* kami berupaya untuk memenuhi kebutuhan *stakeholder*, contohnya dalam lembaga kami adalah, kami memiliki beberapa tempat PKL seperti halnya dalam jurusan perhotelan kami memiliki kerjasama dengan beberapa hotel bintang empat dan beberapa hotel lokal yang ada di kota blitar, untuk memenuhi kebutuhan SDM Hotel kami menyeleksi siswa kami yang terbaik untuk menempati tempat PKL sesuai dengan kualitas hotel tersebut, dengan kualitas yang baik dari siswa kami, seringkali kami dimintai oleh *stakeholder* dalam mengirimkan siswa kami untuk PKL disana, beberapa bulan yang lalu Hotel Seraton meminta dihadirkan 19 siswa kami untuk PKL disana, hal tersebut menunjukkan tanpa kita mengajukan *stakeholder* tersebut meminta kepada kami, dengan kami memenuhi kebutuhan *stakeholder* kepercayaan *stakeholder* dan lembaga semakin erat.[52]

Pemaparan tersebut menjelskan bahwa lembaga memiliki kerjasama dengan beberapa hotel yang digunakan sebagai tempat PKL, untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai lembaga melakukan seleksi

[52] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

siswa untuk melakukan penempatan PKL, dengan adanya kinerja yang baik dari siswa di tempat PKL berdampak pada permintaan manajemen hotel terkait jumlah yang dikirim untuk PKL. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Ibu Sri Purwanti, berikut pemaparan beliau

> Salah satu langkah dalam mepertahankan kepercayaan adalah memberikan pelayanan sebaik mungkin dan menfasilitasi kebutuhan *stakeholder*, salah satu contohnya adalah Wali Kota Blitar memiliki beberapa kegiatan pemberdayaan perempuan seperti pelatihan menjahit, pelatihan memasak dan masih banyak lainnya. Kebutuhan *stakeholder* yang demikian tentunya kita berupaya memenuhi kebutuhan beiau agar kepercayaan tetap terjalin dan mampu bertahan.[53]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa lembaga memberikan pelayanan sebaik mungkin, dengan memberikan fasilitas yang dibutuhkan *stakeholder*, dicontohkan dalam pemaparan tersebut kegiatan *stakeholder* yang bertempat dilembaga diberikan sebaik mungkin, dengan fasilitas yang dipenuhi akan senantiasa menjaga kepercayaan *stakeholder*. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Fuad Fahrudin, berikut pemaparan beliau

> Kebutuhan *stakeholder* merupakan prioritas utama untuk itu perlu dikelola agar kepercayaan yang diperoleh dapat dipertahankan, salah satu contohnya adalah kita memiliki kegiatan PKL setiap tahunnya dan kita menyalurkan peserta didik kita keberbagai *stakeholder*, dalam praktiknya kita selalu mendapatkan saran dan masukan agar SDM yang disalurkan dapat menyesuaikan diri dengan cepat dilingkungan kerja, dari saran yang diterima tentunya diseleksi dan dijadikan bahan pertimbangan agar kebutuhan *stakeholder* ini dapat terpenuhi.[54]

---

[53] Wawancara dengan Sri Purwanti, Kajur Akomodasi Perhotelan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[54] Wawancara dengan Fuad Fahrudin, Waka Sarana dan Prasarana SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

Pemaparan berikut menjelaskan kepercayaan mampu dipertahanakan ketika kita menerima saran dan masukan, dari saran dan masukan tersebut lembaga menyeleksi dan memproses hal tersebut, kemudian dijadikan sebagai pertimbangan dalam memenuhi kebutuhan *stakeholder*. Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh observasi peneliti, adapun hasil observasi peneliti sebagai berikut.

> Peniliti mengamati kondisi beberapa aktifitas humas lembaga yang sagat disibukkan dengan kegiatan yang diselenggaraka oleh *stakeholder*, salah satu yang mejadi pengamatan peniliti adalah seperti kegiatan seleksi penerimaan karyawan, menyiapan kegiatan PKL, dan masih banyak kegiatan lain yang menunjukkan bahwa humas memberikan sebaik mungkin dalam melayani kebutuhan *stakeholder*.[55]

Berikut Dokumntasi Pelatihan Menjahit Pemerintah Kota Blitar yang difasilitasi oleh SMK Negeri 3 Blitar

Gambar 4.11
Melayani Kebutuhan *Stakeholder*[56]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa lembaga memiliki kerjasama yang baik dengan *stakeholder* salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan adalah dengan menerima saran dan masukan, dari saran dan masukan tersebut lembaga

[55] Observasi Prilaku Humas " Persiapan PKL dan Penerimaan Karyawan Perusahaan" di SMK Negeri 3 Blitar, pada tanggal 7 Mei 2017, Pukul 08.30 WIB
[56] Dokumen Kegiatan, "Melayani Kebutuhan *Stakeholder*" di SMK Negeri 3 Blitar, Pada Tanggal 17 Mei 2017, Pukul 09.00 WIB

menyeleksi dan memproses hal tersebut, kemudian dijadikan sebagai pertimbangan dalam **memenuhi kebutuhan** *stakeholder*, denga terpenuhinya kebutuhan *stakeholder* maka akan membantu menjaga kepercayaan antara *stakeholder* dan lembaga.

Dalam mengelola hubungan dengan *stakeholder* perlu adanya komunitas *stakeholder* yang dibangun agar kepercayaan anggota dapat terjalin sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparn beliau,

> Dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* kita tidak memiliki komunitas *stakeholder* hanya saja kita tergabung dalam komunitas yang memiliki pengaruh dalam dunia bisnis, salah satu komunitas yang kami ikuti adalah PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia) dengan aktifnya kita dalam kegiatan komunitas tersebut membantu kita dalam menjalin kerjasama secara personal dengan anggota PHRI, selain itu salah satu perwakilan SMK Negeri 3 Blitar yaitu Bapak Hariono menjabat sebagai wakil PHRI hal tersebut sangat membantu dalam melihat peluang, menyalurkan tenaga kerja dan mengamati perkembang dunia usaha dilingkup hotel dan restoran[57]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa lembaga mengikuti komunitas PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) dimana lembaga memiliki perwakilan yang aktif dalam kegiatan tersebut, dengan adanya perwakilan lembaga dan kebetulan menjadi wakil PHRI cukup membantu dalam melihat peluang, dan mengamati perkembangan dilingkup hotel dan restoran. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Ibu Sri Purwanti, berikut pemaparan beliau

> Meskipun kami tidak memilik komunitas *stakeholder* lembaga, kami aktif dalam kegiatan PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia) hal ini kami lakukan untu menambah jaringan kerjasama, selain itu informasi dari luar lebih cepat kami terima

[57] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

> dan kepercayaan dari seluruh anggota membantu kami dalam mencapai tujuan, kepercayaan yang kami peroleh dari komunitas kami pertahankan salah satu contohnya adalah jika salah satu anggota membutuhkan bantuan kita dan kita mampu menyelesaikan dengan baik kepercayain dari anggota lain juga akan bertambah. [58]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dengan tergabungnya lembaga sebagai anggota PHRI, lembaga dapat menambah jariangan kerjasama, selain itu kegiatan saling membantu antar anggota komunitas mampu membentuk kepercayaan, kepercayaan akan mampu dipertahankan ketika lembaga mampu menyelesaikan tugas yang diberikan. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hariono, berikut pemaparan beliau

> Dengan SMK Negeri 3 Blitar Bergabung dengan anggota PHRI yang mayoritas adalah pengusaha dibidang perhotelan dan restorant kami merasa terbantu, salah satu contohnya kita membutuhkan tenaga dalam menyediakan hidangan dalam sebuah even kita mendapatkan bantuan tenaga siswa dari SMK Negeri 3 Blitar yang ditugaskan untuk membantu kami, selain itu kami membantu SMK Negeri 3 Blitar menyediakan tempat PKL maupun menyalurkan alumninya untuk bekerja ditempat kami.[59]

Pemaparan tersebut juga mendukung pemaparan sebelumnya, dapat dijelaskan sebagai berikut dengan tergabungnya lembaga sebagai anggota PHRI anggota lain merasa terbantu dari segi tenaga, dengan terbantunya anggota PHRI anggota tersebut juga memberikan timbal balik berupa menyediakan tempat untuk PKL dan membantu dalam menyalurkan alumni dalam bekerja. Pemaparan pemaparan tersebut

---

[58] Wawancara dengan Sri Purwanti, Kajur Akomodasi Perhotelan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[59] Wawancara dengan Hariono, Perwakilan PHRI SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 9 Mei 2017

didukung oleh hasil observasi peneliti, adapun hasil observasi peneliti sebagai berikut

> Berdasarkan observasi peneliti peniliti menemukan beberapa pemaparan yang mengatakan bahwa keanggotaan PHRI meliputi, Hotel, Restoran, industri terkait termasuk pemasok, dan lembaga pendidikan pariwisata, selain itu peneliti juga menemukan bendera PHRI di lembaga pendidikan, hal tersebut menunjukkan benar adanya keanggota lembaga pada PHRI[60]

Berikut dokumentasi kegiatan PHRI yang diikuti perwakilan SMK Negeri 3 Blitar

Gambar 4.12
Keikutsertaan SMK Negeri 3 Blitar dalam Kegiatan PHRI[61]

Berdasarkan pemaparan dan temuan tersebut peneliti dapat menarik benang merah, bahwa lembaga dapat menambah jaringan kerjasama melalui **komunitas**, adanya hubungan timbal balik antar anggota mampu menjaga kepercayaan sesama anggota, dengan terbantunya anggota komunitas dari lembaga, anggota PHRI bersedia dalam menyalurkan alumni dan bersedia membantu lembaga, dengan adanya kepedulian kepercayaan sesama anggota akan tetap terjaga.

---

[60] Observasi Bukti Fisik "Bendera PHRI" di SMK Negeri 3 Blitar, pada tanggal 15 Mei 2017, Pukul 07.30 WIB

[61] Dokumen Kegiatan, "Keikutsertaan SMK Negeri 3 Blitar pada seminar PHRI", Diambil Pada Tanggal 8 Mei 2017, Pukul 16.00 WIB

c. Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* dalam Mengangkat Citra Lembaga

Menciptakan identitas lembaga merupakan hal yang sangat penting dalam mengangkat citra lembaga untuk itu ada beberapahal yang dapat dilakukan sebagaimana pemaparan ibu wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Membangun nama lembaga merupakan langkah dalam memberikan edukasi pada *stakeholder*, di kota blitar ada tiga lembaga yaitu SMK Negeri 1 Sebagai SMK Tehnik, SMK Negeri 2 Blitar dikenal sebagai SMK Bisnis, Sedangkan SMK Negeri 3 dikenal sebagai SMK rumpun ekonomi kreatif dan pariwisata, dengan melihat SMK Negeri 3 Blitar benak masyarakat adalah lembaga yang mampu menghasilkan SDM yang Terampil, kreatif dan berwirausaha[62]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa penenalan identitas lebih ditekankan pada penjelasan lembaga lembaga lain dengan program keahliannya, hal tersebut disampaikan agar *stakeholder* lebih mengenali perbedaan pada setiap lebaga, sehingga dalam benak *stakeholder* mampu membentuk pemahaman sebagai lembaga penghasil SDM yang terampil, kreatif dan mampu berwirausaha. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Fuad Fahrudin, berikut pemaparan beliau

> Salah satu langkah agar lembaga kita memiliki identitas yang menonjol adalah dengan membuka gerai gerai yang menunjukkan SMK Negeri 3 merupakan lembaga yang difokuskankan pada ekonomi kreatif dan pariwisata, dengan adanya bentuk bangunan yang memiliki gerai disebelah sekolah yang menghadap jalan raya mampu mengangkat citra lembaga.

[62] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa salah satu langkah agar lembaga kita mampu dikenali adalah dengan membuka gerai yang mampu memberikan daya tarik untuk *stakeholder*, dengan gerai tersebut mampu menunjukkan bahwa lembaga merupakan lembaga dengan rumpun ekonomi kreatif dan pariwisata, selain itu lokasi gerai yang menghadap jalan raya mampu digunakan sebagai langkah dalam meningkatkan kepercayaan *stakeholder*. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Sumijo, berikut pemaparan beliau

> Dengan adanya gerai yang dibangun menghadap jalan besar dan disana dijual produk karya siswa dan dibukanya usaha jasa kecantikan kulit dan rias mampu meningkatkan citra lembaga, sebagai masyarakat saya cukup mengapresiasi baik lembaga dikarenakan hanya di SMK Negeri 3 Blitar yang membuka gerainya yang langsung dapat digunakan masyarakat dan jam bukanya seperti ruko/gerai usaha pada umumnya.[63]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dengan adanya gerai yang menghadap kejalan raya dan tempat tersebut dijadikan sebagai tempat untuk melakukan transaksi barang maupun jasa, dan waktu operasionalnya dijalankan seperti pada umumnya, hal tersebut mampu diapresiasi baik oleh masyarakat, pemaparan tersebut didukung oleh hasil observasi, adapun hasil observasi sebagai berikut

> Peneliti langsung menuju tempat dimana bisnis center ini dilaksanakan, disana peneliti mengamati aktivitas jual beli, dengan adanya tempat tersebut aktifitas berjalan lancar, banyak pelanggan yang melakukan transaksi hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya bisnis center membantu *stakeholder* dalam mengenali lebih dalam lembaga. [64]

---

[63] Wawancara dengan Bambang Sumijo, Masyarakat Lingkungan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 14 Mei 2017

[64] Observasi Kegatan "Bisnis Center" di SMK Negeri 3 Blitar, pada tanggal 9 Mei 2017, Pukul 08.30 WIB

Pemaparan tersebut juga didukung oleh dokumentasi bangunan Bisnis Center yang berada di lembaga

Gambar 4.13
Bisnis Center[65]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa dalam meningkatkan kepercayaan *stakeholder* lembaga mendirikan Bisnis Center, hal tersebut digunakan sebagai langkah mengenalkan lebih dalam **identitas lembaga** pada *stakeholder*, dengan adanya gerai tersebut *stakeholder* mampu menelaah bentuk bangunan yang berada di lembaga, dari menelaah keberadaan bangunan tersebut dan didukung dengan aktifitas jual beli maupun pelayanan jasa pada bidangnya, kepercayaan *stakeholder* akan meningkat

Setelah identitas lembaga terbentuk tidak serta merta identitas lembaga langsung dapat dikenali untuk itu perlu adanya upaya mengkomunikasikan agar lebih dikenal *stakeholder* sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau

> Dengan nama SMK Negeri 3 Blitar kita perlu mengenalkan dan mengkomunikasikan kepada *stakeholder* bahwa lembaga ini berbeda dengan SMK Negeri lainnya, karena label sebagai lembaga rumpun ekonomi kreatif dan pariwisata maka label ini perlu lebih

[65] Dokumen Bangunan, "Bisnis Center", Diambil Pada Tanggal 10 Mei 2017, Pukul 10.00 WIB

> intens dalam mengkomunikasikan dengan *stakeholder*, salah satu langkahnya adalah melalui media TV, radio, dan media cetak lainnya.[66]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa mengkomunikasikan identitas haruslah inten, dengan intens mengenalkan identitas lembaga sebagai salah satu rumpun ekonomi kreatif dan pariwisata melaui media TV, radio dan media cetak. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hari Prastowo, berikut pemaparan beliau

> Untuk mengangkat citra lembaga hal yang dapat diupayakan adalah menkomunikasikan identitas lembaga pada *stakeholder*, salah satu langkah yang dapat ditempuh adalah menggunakan media seperti *website* sekolah, *facebook*, dan media sosial lainnya, selain itu kami juga mengkomunikasikan identitas lembaga kami melalui media cetak seperti brosur.[67]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa mengkomunikasikan lembaga dapat dilakukan melalui, *website*, *facebook* dan media lainnya, Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Ibu Romlah, berikut pemaparan beliau

> Citra lembaga yang sudah dibentuk perlu ditingkatkan salah satunya adalah mengkomunikasikan identitas lembaga agar *stakeholder* lebih memahami lembaga, pada suatu saat saya berkunjung ke SMK Negeri Blitar saya melihat siswa siswinya menggunakan pakaian yang berbeda beda, dari situlah saya memahami bahwa di SMK Negeri 3 Blitar memiliki jurusan/program belajar yang berbeda dengan jurusan lain maupun dengan sekolah lain, misalnya saja jurusan taata boga pada jurusan tata boga siswa berpakain sebagai layaknya seorang koki.[68]

Pemaparan tersebut juga mendukung pemaparan sebelumnya, dalam mengkomunikasikan identitas lembaga dapat dilakukan melalui

---

[66] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[67] Wawancara dengan Hari Prastowo, Waka Kurikulum, SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 10 Mei 2017

[68] Wawancara dengan Siti Romlah, Walimurid SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 13 Mei 2017

seragam yang dikenakan siswa, seragam siswa pada setiap program keahlian memiliki perbedaan, dicontohkan pada jurusan tata boga siswa berpakaian layaknya seorang koki profesional. Pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peneliti, adapun hasilnya sebagai berikut

> Peneliti melakukan pengamatan pada aktifitas siswa dalam belajar, pada hari rabu dan hari kamis siswa mengenakan seragam praktik dan pada setiap jurusannya memiliki perbedaan tersebut peneliti mampu mengenali karakteristik lembaga melalui seragam siswa.[69]

Hasil observasi tersebut juga didukung oleh dokumentasi Berikut Dokumentasi Pemakaian seragam siswa yang menyimbolkan jurusan/program belajar di SMK Negeri 3 Blitar

Gambar 4.14
Seragam Jurusan/Program Belajar[70]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa **mengkomunikasik identitas** haruslah inten, beberapa langkahnya dengan melaui media TV, radio dan media cetak, website, facebook dan media lainnya, selain itu seragam yang dikenakan siswa pada setiap program keahlian memiliki makna yang sesuai dengan

[69] Observasi Kegiatan, "Seragam Siswa" SMK Negeri 3 Blitar, pada tanggal 5 Mei 2017, Pukul 08.15WIB
[70] Dokumen Kegiatan, "Seragam Siswa", Diambil Pada Tanggal 8 Mei 2017, Pukul 07.20 WIB

karakteristik lembaga, dengan mampunya humas mengkomunikasikan hal tersebut kepercayaan *stakeholder* akan semakin meningkat

Slogan lembaga merupakan sebuah simbol yang mampu membentuk kesan bagi pendengarnya, berikut pemaparan ibu wahyu

> Untuk memberikan kesan dalam hati *stakeholder* kita membuat slogan yang mendampingi slogan yang dicanangkan untuk sekolah SMK, slogan kami yaitu "SMK Bisa, SMK Negeri 3 Blitar Jaya, Luar Biasa, Kreatif" dari slogan yang kami bentuk merupakan slogan untuk memotifasi diri kami, selain itu slogan tersebut mengandung semangat untuk terus eksis mengikuti perkembangan zaman, mampu memberikan kejutan prestasi, dan menumbuhkan kreatifitas yang takterbatas.[71]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa slogan haruslah mampu memberikan kesan dalam hati *stakeholder*, slogan "SMK Bisa, SMK Negeri 3 Blitar Jaya, Luar Biasa, Kreatif" dimaknai sebagai slogan yang mampu menumbuhkan semangat dan prestasi. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Yudho Nirwanto, berikut pemaparan beliau

> Slogan mampu memberikan kesan dalam diri *stakeholder* untuk itu slogan ini perlu dibentuk untuk mengangkat citra lembaga, slogan yang kami buat adalah "SMK Bisa, SMK Negeri 3 Blitar Jaya, Luar Biasa, Kreatif" dalam kata kata tersebut kami gunakan untuk memacu semangat kami agar terus berkembang.[72]

Pemaparan tersebut dapat dimaknai slogan yang dibentuk haruslah mampu memacu semangat untuk terus berkembang. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hari Prastowo, berikut pemaparan beliau

---

[71] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[72] Wawancara dengan Yudho Nirwanto, Waka Kesiswaan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 9 Mei 2017

> Untuk mengangkat citra dihati *stakeholder* perlu adanya slogan yang mampu menunjukkan semangat salah satu langkah kami adalah membentuk slogan agar kesan *stakeholder* ini mampu membetuk citra yang baik untuk lembaga, slogan yang kami buat adalah"SMK Bisa, SMK Negeri 3 Blitar Jaya, Luar Biasa, Kreatif", dengan adanya slogan tersebut kami berharap citra lembaga dapat terangkat dan menjadi lebih baik lagi dimata *stakeholder*[73]

Pemaparan tersebut dapat diartikan bahwa kepercayaan mampu ditingkatkan melaui slogan yang menunjukkan semangat, dengan adanya semangat harapannya mampu mengangkat citra lebaga, pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peneliti, adapun hasil observasi sebagai berikut,

> Peneliti merasakan semangat ketika peneliti membaca slogan yang dibentuk oleh lembaga selain itu peneliti mencoba melakukan pembicaraan terkait slogan dengan delapan orang siswa lembaga, dari hasil perbincangan singkat tersebut kedelapan siswa tersebut hafal dengan slogan lembaga[74]

Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh dokumentasi peneliti, adapun hasilnya adalah sebagai berikut

Gambar 4.15
Meningkatkan semanagat melalui slogan oleh siswa[75]

Gambar 4.16
Meningkatkan semanagat melalui slogan oleh tenaga pendidik[76]

---

[73] Wawancara dengan Yudho Nirwanto, Waka Kesiswaan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 9 Mei 2017

[74] Observasi Aktifitas Siswa"Kalimat Slogan", di SMK Islam Blitar Pada Tanggal 10 Mei 2017

[75] Dokumen Kegiatan Sisawa "Semangat melaui Slogan" Praktlk Kerja Lapangan di Hotel Purnama Batu

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah, **slogan** yang dibentuk haruslah mampu memberikan kesan dalam hati *stakeholder*, memacu semangat untuk terus berkembang, dengan slogan yang memotivasi diri dan menunjukkan semangat berkembang, dengan kebermaknaan slogan akan membentuk persesi *stakeholder*, dari persepsi tersebut kepercayaan akan mampu meningkat dalam diri *stakeholder*.

Slogan yang telah dibuat tentunya harus diaplikasikan agar memiliki tempat dihati *stakeholder* sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Untuk mengangkat citra lembaga slogan ini selalu diserukan dalam kegiatan siswa sepertihalnya kegiatan mukena bersih, dalam kegiatan yang kami selenggarakan setiap satu tahun sekali dengan bentuk kegatan mencuci seluruh mukena yang berada di masjid dan mushola di kota blitar yang dilakukan oleh siswa, selain itu slogan tersebut disemerakkan oleh siswa dalam kegiatan jalan sehat, bazar, dan baksos yang diselenggarakan oleh OSIS SMK Negeri 3 Blitar. Dengan kegiatan yang berbaur dengan *stakeholder* tersebut slogan ini disemarakkan sehingga persepsi yang baik semakin meningkat dan citra lembaga berangsur naik.[77]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa slogan diserukan melalui kegiatan siswa, sepertihalnya mukena bersih, jalan sehat, bazar, dan baksos, dengan kegiatan tersebut dijadikan momen dalam menyemarakkan slogan, slogan yang disemarakkan dalam kegiatan tentunya harus berbaur dengan masyarakat. Pemaparan tersebut juga

---

[76] Dokumen Kegiatan Guru "Semangat melalui Slogan" Jantung Sehat di SMK Negeri 3 Blitar Tahun 2016

[77] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

didukung oleh pemaparan Bapak Yudho Nirwanto, berikut pemaparan beliau

> Slogan yang dibentuk perlu dikomunikasikan agar mampu tertanam pada *stakeholder* kita, salah satu langkah yang kami ambil adalah pada kegiatan MOPDB (Masa Orientasi Peserta Didik Baru) kita mewajibkan seluruh siswa untuk menghafalkan slogan tersebut, slogan yang melekat dalam diri siswa ini terus diserukan pada setiap kegiatan, baik even yang diselenggarakan oleh siswa maupun bapak ibu guru.dengan diserukannya slogan tersebut harapan kami *stakeholder* mampu mengingat dan melihat semangat kita dan semakin meningkatnya citra kita dimata *stakeholder*.[78]

Pemaparan tersebut menjelaskan, slogan dikomunikasikan pada siswa baru, adanya penekanan pada siswa dalam menghafalkan slogan, slogan yang melekat mampu membantu dalam menyemarakkan slogan, dengan semaraknya slogan harapannya *stakeholder* mampu teringat dengan melihat semangat. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Riski Setiawan berikut pemaparan beliau

> Setiap kegiatan/ even sekolah kami selalu menyerukan slogan kami, hal ini kami lakukan untuk meningkatkan semangat kebersamaan kami dalam berkarya dan berprestasi.[79]

Pemaparan tersebut dapat diartikan slogan yang dikomunikasi melalui even akan menumbuhkan semangat kebersamaan. Pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peneliti, berikut hasil observasi peneliti,

> Peneliti merasakan semangat ketika peneliti mendengar beberpa siswa menyemarakkan slogan pada kegiatan ekstrakurikuler, dalam kegiatan pramuka tersebut, siswa tampak bersemangat dalam melaksanakan kegiatan pramuka.[80]

---

[78] Wawancara dengan Yudho Nirwanto, Waka Kesiswaan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 9 Mei 2017

[79] Wawancara dengan Riski Setiawan, Siswa SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 12 Mei 2017

[80] Observasi Pengaplikasian Slogan'Kegiatan Ekstra Pramuka" Pada Tanggal 12 Mei 2017, Puku 15.00 WIB

Berikut Dokumentasi pengaplikasian slogan dalam sebuah even di SMK Negeri 3 Blitar

Gambar 4.17
Pengaplikasian Slogan[81]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah, **mengaplikasikan slogan** merupakan salah satu langkah dalam meningkatkan kepercayaan *stakeholder*, langkah tersebut diawali dengan penanaman slogan pada seluruh warga lembaga, setelah slogan ini mampu terhafal, digunakan even sebagai sarana dalam menyemarakkan slogan, slogan tersebut tentunya diucpkan dengan penuh semangat agar *stakeholder* mampu memaknai dengan baik, dan pastikan tempat semarak merupakan tempat dimana *stakeholder* berada, dengan semangat kebersamaan dari slogan yang disemarakkan akan melekat pada benak *stakeholder*, dengan melekatnya slogan pada diri *stakeholder* persepsi persepsi baik akan tumbuh dan dampaknya pada peningkatan kepercayaan *stakeholder*

Salah satu langkah untuk mengangkat citra lembaga hal yang perlu diperhatikan adalah menetukan pasar dan melihat potensi daerah

[81] Dokumen Pengaplikasian Slogan "Diesnatalis ke-14" Diambil pada 12 Mei, Pukul 10.15 WIB

yang dimiliki sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Salah satu langkah untuk mengangkat citra lembaga upaya sekolah adalah dengan melihat potensi daerah sebelum menentukan jurusan jurusan di SMK Negeri 3 Blitar. Kota Blitar terkenal dengan Sebutan Kota Patria, karena dalam sejarahnya mengandung patriotisme pejuang, sehingga mampu mengusir penjajah, selain itu makam presiden pertama Ir. Soekarno juga dimakamkan di Kota Blitar sehingga daerah ini memiliki potensi rumpun pariwisata.[82]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa potensi daerah dijadikan sebagai acuan dasar dalam menentukan program keahlian, selain itu dari factor sejarah secara tidak langsung mampu meningkatkan keprcayaan *stakeholder*. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Ibu Sri Purwanti, berikut pemaparan beliau

> Saya merupakan salah seorang yang memulai berdiri SMK Negeri 3 Blitar, waktu itu kepala sekolah masih Bapak Sukri beliau orang merupakan salah satu pendiri dari SMK Negeri 3 Blitar, dengan kepiawaian beliau mengelola lembaga, beliau membranikan diri untuk melakukan perubahan dari yang awalnya SMP Negeri 11 menjadi SMK Negeri 3 Blitar, beliau melakukan pemikiran bahwa potensi yang dimiliki Kota Blitar adalah Kota sebagai objek wisata makam Presiden Republik Indonesia yang pertama hal ini dijadikan acuan dasar dalam membentuk jurusan/program belajar di SMK Negeri 3 Blitar, beliau menjelaskan pada kami tentang korelasi antara jurusan jurusan/program belajar dengan kondisi realita dilapangan, dengan pemikiran beliau yang demikian kami yakin lembaga yang masih terbilang baru berdirinya ini akan mampu terangkat citranya dengan potensi daerah yang dimiliki, dan realitanya benar adanya.[83]

Pemaparan tersebut menjelaskan pemrograman keahlian didasarkan pada pemikiran seorang figur kepala sekolah, dalam membentuk program keahlian figuretersebut melihat potensi daerah

---

[82] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[83] Wawancara dengan Sri Purwanti, Kajur Akomodasi Perhotelan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

kemudian dikorelasikan dengan program yang dibuat. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Bambang Sumijo, berikut pemaparan beliau

> Kami mengamati perkembangan SMK Negeri 3 Blitar yang cukup pesat, perkembangan yang cukup pesat ini pada dasarnya dibantu dengan potensi daerah sekitar. SMK Negeri 3 Blitar terkenal sebagai pencetak generasi yang memunculkan alumni dengan karya karya kreatif dan generasi yang mampu meningkatkan daerah potensi wisata. dengan adanya kesinambungan antara potensi daerah dan jurusan/program belajar citra lembaga lebih cepat terangkat dan mendapatkan apresiasi positif *stakeholder*.[84]

Pernyataaaan tersebut menjelaskan potensi daerah mampu membantu meningkatkan kepercayaan *stakeholder*, generasi yang dibentuk lembaga mampu meningkatkan potensi daerah. Pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peneliti, berikut hasil observasi peneliti,

> Berdasarkan pengamatan peneliti Kota Blitar merupakan salah satu tempat potensial wisata, sepertihalnya Makan Bungkarno, Perpustakaan dan Musium Bung Karno, dengan adanya potensi wisata, tentunya daerah pusat pusat tersebut memiliki potensi perdagangan yang besar, dengan adanya potensi tersebut dimungkinkan lembaga pendidikan mengambil peran dalam mengeksplor potensi daerah, dengan berdomisili penelti dikota Blitar, peneliti lebih meahami kondisi dilapangan.[85]

Berikut dokumentasi potensi daerah yang digunakan sebagai bantuan dalam meningkatkan kepercayaan pada lembaga

---

[84] Wawancara dengan Bambang Sumijo, Masyarakat Lingkungan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 14 Mei 2017

[85] Observasi Potensi Wisata, (Makam Bung Karno, Pasar Wisata, dan Musum Bungkarno" Kota Bltar, Pada Tanggal 14 Mei 2017

Gambar 4.18
Potensi Pasar Wisata[86]

Gambar 4.19
Potensi Objek Wisata [87]

Gambar 4.20
Potensi Wisata Musium bungkarno[88]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa figur kepala sekolah sebagai sosok yang mampu menganalisis **potensi pasar,** keahlian figure tersebut melihat potensi daerah kemudian dikorelasikan dengan program keahlian, dengan adanya potensi daerah yang sesuia dengan program keahlian mampu membantu meningkatkan kepercayaan *stakeholder,* dan factor sejarah daerah mampu menimbulkan dampak persepsi pada peningkatan kepercayaan *stakeholder*, selain itu generasi lembaga mampu meningkatkan potensi

[86] Dokumen Potensi Wisata " Pasar Wisata Makam Bung Karno" Kota Blitar, Pada Tanggal 14 Mei 2017 Pukul 08.30 WIB
[87] Dokumen Potensi Wisata "Makam Bung Karno" Kota Blitar, Pada Tanggal 14 Mei 2017 Pukul 08.45 WB
[88] Dokumen Potensi Wisata " Perpustakaan dan Musium Bung Karno" Kota Blitar, Pada Tanggal 14 Mei 2017 Pukul 09.00 WB

daerah, dengan adanya korelasi pada ketiganya kepercayaan *stakeholder* akan meningkat

Untuk mengangkat citra lembaga tentunya perlu menentukan pesaing lokal, hal tersebut dilakukan untuk menghindari kekalahan dalam merebut pasar sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Sejauh ini SMK Negeri di Kota Blitar cukup terpetakan, karena setiap SMK Memeliki karakteristik dan jurusan yang berbeda sehingga persaingannyapun tidak terlalu ketat.[89]

Pemaparan tersebut menyatakan bahwa lembaga pendidikan setingkat SMK terpetakan dan memiliki rumpun yang berbeda, sehingga persaingan tidak terlalu ketat, Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hari Prastowo, berikut pemaparan beliau

> Untuk mengangkat citra lembaga perlu menentukan pesaing lembaga, hal tersebut dilakukan agar kita tidak kalah dalam bersaing, SMK Negeri 3 Blitar tidak memiliki pesaing yang cukup ketat dirumpun yang sama, karena di Kota Blitar untuk semua program/jurusan SMK Negeri sudah terpetak petak dan tidak memiliki jurusan/program yang sama.[90]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa tidak ada pesaing satu rumpun program keahlian, Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hadi Sucipto, berikut pemaparan beliau

> Menentukan pesaing itu perlu dalam mengangkat citra lembaga, karena dengan adanya pesaing kita menjadi lebih berkompetitor dalam memberikan yang terbaik dan mampu mempertahankan pasar kita, sejauh ini belum nampak pesaing yang memiliki rumpun

---

[89] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

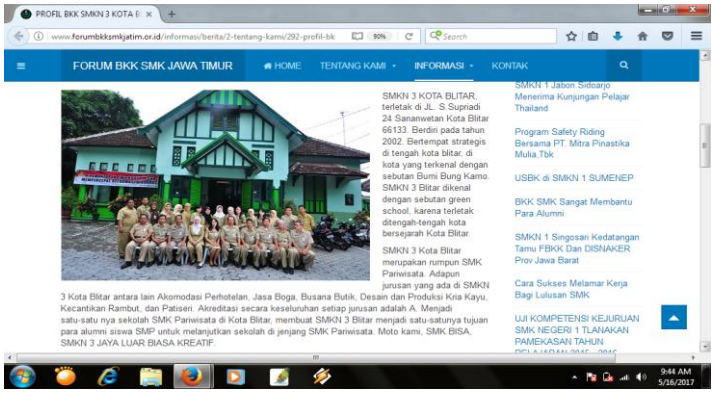
[90] Wawancara dengan Hari Prastowo, Waka Kurikulum SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 8 Mei 2017

> yang sama dengan SMK Negeri 3 Blitar di Kota dan Kabupaten Blitar.[91]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa lembaga siap berkompetitor dalam bersaing, hanya saja didaerah tidak memiliki competitor pada rumpun yang sama, pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasi observasi peneliti, berikut hasil observasi peneliti

> Peneliti mengamati beberapa lembaga pendidikan dikota maupun di kabupaten blitar, sejauh pengamatan peneliti tidak ditemukan competitor pada rumpun yang sama, jadi dapat peneliti gambarkan bahwa lembaga SMK Negeri 3 Blitar merupakan lembaga satu satunya diblitar dengan rumpun ekonomi kreatif dan pariwisata.[92]

Berikut Dokumentasi yang menyatakan SMK Negeri 3 Blitar merupakan lembaga satu satunya di Kota Blitar yang memiliki rumpun paraiwisata.



Gambar. 4.21
Pemaparan sekolah tanpa pesaing dengan rumpun yang sama[93]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa lembaga menunjukkan jiwa kompetitornya melalui

---

[91] Wawancara dengan Hadi Sucipto, Kepala Sekolah SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 6 Mei 2017

[92] Observasi pada Seluruh Lembaga Pendidikan di Kota Blitar, Pada Tanggal 15 Mei 2017

[93] Dokumen Sekolah, "Website Sekolah" Pemaparan Tanpa Pesaing dengan Rumpun yang Sama SMK Neger 3 Blitar, diakses Pada Tanggal 15 Mei 2017, Pukul 19.00 WIB

media, pemaparan lembaga yang menyebutkan satu satunya lembaga rumpun ekonomi kreatif dan pariwisata mampu memberikan dampak peningkatkan kepercayaan *stakeholder*

Mengangkat citra merupakan upaya yang harus dilakukan, salah satunya adalah dengan meluncurkan produk produk yang dihasilkan oleh siswa sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Upaya sekolah dalam mengankat citra lembaga adalah dengan meluncurkan produk baru, produk baru ini berupa produk produk karya siswa, dalam dunia ekonomi kreatif dan pariwisata selalu dituntut untuk melakukan pengembangan sesuai dengan perkembangan zaman. Contohnya seperti jurusan tata boga, dalam beberapa jamuan kota blitar kami mengambil peran penyedia hidangan. Tentunya kita harus terus berkembang selain itu dalam dunia fashion kita juga mengembangkan pakaian fashion alhasil kita juga menjuarai LKS di tingkat Nasional.[94]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa menunjukkan karya baru, mengenalkan hidangan baru, dan menunjukkannya prestasi dari produk yang dihasilkan seperti menjuari LKS ditingkat Nasional mampu meningkatkan kepercayaan. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hari Prastowo, berikut pemaparan beliau

> Untuk menjaga kelangsungan lembaga dan mengangkat citra yang sudah terbangun salah satu upaya yang dilakukan adalah meluncurkan produk produk baru yang kreatif, salah satu contohnya adalah pada jurusan tata busana ini selalu dikembangkan jenis jenis pakaian, mulai desain pakaian kantor, pakaian karnaval, samapai pakaian sehari hari, produk produk baru hasil peserta didik dijual langsung digerai kami, hal tersebut kami lakukan agar *stakeholder* yang melakukan pembelian ditempat kami mampu menilai produk baru, dari hasil penilaian tersebut citra yang awalnya terbangun dapat terangkat lebih baik lagi[95]

---

[94] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[95] Wawancara dengan Hari Prastowo, Waka Kurikulum SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 8 Mei 2017

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa produk baru hasil kreatifitas siswa ini dapat dinikmati masyarakat dan dapat diperjuabelikan digerai lembaga. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Bambang Sumijo, berikut pemaparan beliau

> Saya pernah membeli salah satu pakaian digerai milik SMK Negeri 3 Blitar, digerai ini banyak sekali desain pakaian yang unik dan sangat kreatif dalam pembuatan kombinasinya baik kombinasi warna, bentuk yang unik tentunya nyaman dipakai, karya karya siswa SMK negeri 3 Blitar ini tergolong baru dan sangat laris dipasaran, dengan adanya produk baru yang dihasilkan peserta didik SMK Negeri 3 Blitar secara tidak langsung mampu mengangkat citra lembaga.[96]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa masyarakat merasa bahwa produk baru yang dihasilkan oleh peserta didik lembaga mampu menarik minat masyarakat dalam membeli produk, dari produk yang dihasilkan nyatanya produk tersebut cukup laris dipasaran. Pemaparan tersebut juga diperkuat oleh hasil observasi peneliti, adapun hasinya sebagai berikut,

> Peneliti melihat langsung hasil karya peserta didik yang tergolong baru dalam dunia fashion, selain itu peneliti juga melihat beberapa piala penghargaan sepertihalnya Juara I Lomba LKS tingkat Nasional dari pengamatan peneliti telah banyak prestasi yang diukir oleh lembaga.[97]

Berikut dokumentasi kegiatan peluncuran produk baru karya peserta didik SMK Negeri 3 Blitar

---

[96] Wawancara dengan Bambang Sumijo, Masyarakat Lingkungan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 14 Mei 2017

[97] Observasi hasil "Karya dan Prestasi" Siswa SMK Negeri 3 Blitar, 15 Mei 2017, Pukul 08.00 WIB

Gamabar 4.22
Peluncuran Produk Baru[98]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa kepercayaan akan senantiasa meningkat jika lembaga mampu menunjukkan kuantitas dan kualitasnya sepertihalnya memiliki hasil kreatifitas siswa yang bagus, dan mampu menjuarai lomba sesuai pada bidangnya, hasil dari produk yang menjuarai tersebut juga dipasarkan oleh lembaga melalui gerai lembaga, hasil prestasi siswa tersebut mampu dinikmati masyarakat umum, selain itu adanya prestasi dan karya karya yang tergolong baru akan membantu pola berfikir masyarakat dalam menilai lembaga melalui **peluncuran produk baru,** dengan adanya penilaian yang baik maka kepercayaan masyarakat akan meningkat.

Pendekatan persuasif merupakan langkah dalam meningkatkan citra yang telah dibangun sebagaimana pemaparan Ibu Wahyu, berikut pemaparan beliau,

> Langkah sekolah dalam mengangkat citra adalah dengan cara berkomunikasi yang sifatnya membujuk *stakeholder*, upaya persuasif ini kami lakukan agar kami selalu mendapat perhatian

[98] Dokumen Produk Tata Busana dan Tata Boga "Peluncuran Produk Baru" SMK Negeri 3 Blitar, 15 Mei 2017, Pukul 08.30 WIB

> lebih dengan *stakeholder*, salah satu contohnya adalah ketika kita melakukan pendekatan secara persuasif dengan Walikota Blitar kita mendapatkan perhatian dan dampaknya Walikota Blitar menempatkan kegiatan warga dalam industri ekonomi kreatif ditempat kita, selain itu kita juga dimintaitolong untuk mencarikan narasumber untuk mengisi kegiatan yang diprogramkan oleh pemerintah, dengan kita membantu program dari pemerintah secara tidak langsung citra lembaga kita berangsur naik.[99]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa untuk meningkatkan kepercayaan perlu adanya komunikasi yang bersifat membujuk, dengan terbujuknya *stakeholder* pada lembaga, kepercayaan *stakeholder* akan meningkat, sepertihalnya *stakeholder* menempatkan sebuah even didalam lembaga, dengan adanya komunikasi yang membujuk kepercayaan *stakeholder* akan berangsur meningkat. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Hari Prastowo, berikut pemaparan beliau

> Untuk mengangkat citra lembaga pada *stakeholder*, langkah kita adalah melakukan pendekatan persuasif, contohnya ketika kita melakukan program PKL kita selalu mendampingi peserta didik kita untuk PKL , bapak ibu guru yang ditugaskan disana tentunya tidak hanya berdiam diri, kami selalu melakukan pendekatan persuasif untuk menggali informasi dan melakukan pendekatan terkait kehidupan *stakeholder* sehingga kita mampu menarik simpati, dari kepedulian tersebut citra yang sudah terbentuk mampu terangkat.[100]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa program PKL merupakan sebuah ajang untuk melakukan pendekatan pada *stakeholder*, salah satunya dengan mengenali kehidupan *stakeholder*, dengan adanya pendekatan secara personal lembaga akan mampu memperoleh informasi

---

[99] Wawancara dengan Wahyu, Waka HumasSMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 5 Mei 2017

[100] Wawancara dengan Hari Prastowo, Waka Kurikulum SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 8 Mei 2017

lebih akurat dan saran yang lebih efektif. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Yudho Nirwanto, berikut pemaparan beliau

> Pada beberapa even kegiatan siswa kami lakukan ceramah dan pidato dari bapak/ ibu guru, hal yang disampaikan berupa perkembangan yang telah dicapai dan beberapa harapan yang ingin dicapai, dengan langkah tersebut kami bermaksud untuk memberikan pengertian dan memberikan wawasan pada peserta didik kami selain itu dengan adanya informasi tersebut harapannya mampu memberikan pengaruh terhadap penilain terhadap lembaga dan sesampainya dirumah peserta didik mampu memberikan pengaruh melalui komunikasi dengan masyarakat disekitarnya.[101]

Pemaparan tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dilakukan serangkaian kegiatan siswa, dari kegiatan siswa tersebut disampaikan beberapa capaian prestasi, hal tersebut dilakukan untuk mempengaruhi persepsi siswa, dengan terpengarunya siswa pada pesan yang disampaikan akan meningkatkan kepercayaan siswa pada lembaga, dari kepercayaan siswa pada lembaga ketika pulang dan berada dilingkungannya mampu membentuk pengaruh pada lingkungannya. Pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi, berikut hasil observasi peneliti

> Peneliti mengamati beberapa perbincanganp tetangga peneliti yang putrinya di sekolahkan di SMK Negeri 3 Blitar disitu peneliti mendengar bahwa peningkatan prestasi prestasi siswa, alumni lembaga yang mampu belajar diluarnegeri, beberapa diantaranya juga bekerja di Malaysia dan Jepang, selain itu siswa yang ingin melanjutkan dapat dibantu melalui beasiswa di beberapa Institusi, sepertihalnya ISI Surakarta, ISI Yogjakarta, dan ISI Denpasar, dari perbincangan Ibu Ibu tersebut peneliti dapat mengatakan pengaruh yang berbentuk pesan yang diberikan oleh lembaga pada peserta

[101] Wawancara dengan Yudho Nirwanto, Waka Kesiswaan SMK Negeri 3 Blitar pada tanggal 9 Mei 2017

didik mampu berpengaruh pada lingkungan tempat tinggal peserta didik.[102]

Berikut Dokumentasi hasil pemberian pengaruh pada siswa terhadap lingkungannya.

Dokumentasi 4.23
Hasil Pendekatan Siswa[103]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa meningkatkan kepercayaan perlu adanya komunikasi yang membujuk, program PKL merupakan sebuah ajang untuk melakukan pendekatan secara persona yang mampu mengenali kehidupan *stakeholder* lebih dalam, dengan adanya pendekatan secara personal lembaga akan mampu memperoleh informasi lebih akurat dan saran yang lebih efektif, kepercayaan siswa akan mampu ditingkatkan melalui capaian prestasi siswa maupun lembaga, dengan prestasi yang diperoleh oleh siswa maupun lembaga, ketika pulang dan berada dilingkungannya mampu membentuk pengaruh pada lingkungannya, dengan adanya pendekatan persuasive dengan komunikasi yang

[102] Observasi Lingkungan "SMK Negeri 3 Blitar dimata Masyarakat" pada tanggal 14 Mei 2017, Pukul 14.00 WIB.
[103] Dokumen Lingkungan Warga, "Hasil Pendekatan Siswa", pada tanggal 14 Mei 2017, Pukul 14.15 WIB.

membujuk, pendekatan secara personal, dan pembentukkan pesan melaui prestai yang disampaikan siswa pada lingkungannya mampu meningkatkan kepercayaan *stakeholder*.

2. Paparan Data Kasus II

a. Membangun Kepercayaan dalam Membentuk Citra Lembaga

Membangun kepercayaan *stakeholder* tidak lepas dari sosok figur pemimpin/ kepala sekolah sebagaimana pemaparan Bapak Rudi, berikut pernyataan beliau

> Pada waktu saya bersekolah disini, kepala sekolahnya bernama Bapak Abbas, beliau yang telah mampu mendatangkan alat praktik dari Austria, sehinga pada tahun 2001 nama lembaga kami cukup terkenal dengan citra baik sebagai lembaga yang memiliki alat teknik mesin yang paling bagus diantara lembaga lain, mengingat lembaga ini sudah berdiri sejak tahun 1968.[104]

Pemaparan tersebut menjelaskan kepala sekolah terdahulu mampu memberikan perubahan yang begitu besar, salah satu wujudnya adalah dengan mendatangkan beberapa sarana praktik dari Austria. Pemaparan tersebut didukung oleh hasil observasi peneliti, berikut hasil observasi peneliti.

> Setelah melakukan perbincangan dengan bapak Rudi saya diajak untuk melihat kondisi mesin yang dulu pernah didatangkan dari Austria, seketika saya menanyakan apakah seluruh mesin ini masih berfungsi dengan baik dan dijadikan alat praktikum, beliau menjawab alat alat ini masih berfungsi dan masih digunakan praktik.[105]

---

[104] Wawancara dengan Rudi, Guru SMK Islam Blitar pada 22 April 2017

[105] Observasi Keberadaan Perlatan Praktik yang didatangkan dari Swedia di SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 22 April 2017, Pukul 09.00 WIB

Pemaparan dan observasi tersebut didukung oleh dokumentasi, adapun dokumentasinya sebagai berikut

Gambar 4.24
Bantuan Peralatan dari Austria[106]

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti menggali kembali yang berkaiatan dengan figur pemimpin saat ini, berikut pemaparan Bapak Sudibyo terkait figur kepala sekolah saat ini, adapun pemaparan sebagai berikut

> Perkembangan lembaga saat ini tidak lepas dari figure kepala sekolah, Bapak Sholihin merupakan kepala sekolah yang berwibawa dan mampu mengayomi anggotanya, selain itu rekam jejak sebagai anggota DPR mampu menumbuhkan kepercayaan anggota, dengan pernah menjabat sebagai anggotan dewan tidak sedikit relasi yang mempercayai beliau.[107]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa sosok figur kepala sekolah yang memiliki rekam jejak yang bagus sepertihalnya menjadi anggota DPR mampu membangun kepercayaan *stakeholder* pada lembaga. Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan Bapak M. Sholihin, berikut pemaparan beliau,

> Figur seorang pemimpin nyatanya memang benar mampu membangun citra lembaga, salah satu yang menarik adalah kepala sekolah saat ini yaitu bapak Dr. H. Sholihin mampu menjalin

[106] Dokumen Peralatan Pratik yang didatangkan dari Swedia di SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 22 April 2017, Pukul 09.00 WIB
[107] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

> komunikasi yang baik, sehingga kepercayaan dari salah satu anggota dari Dinas Pendidikan pusat bagian pengadaan alat praktik membantu ketersedianya perlatan.[108]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahawa kepiawaian seorang kepala sekolah dalam menjalin relasi merupakan penentu dalam membentuk citra lembaga, salah satu langkah yang menonjol adalah figur kepala sekolah ini mampu dipercaya oleh salah satu anggota dinas pendidikan bagian pengadaan saranan dan prasarana, dengan dipercayanya figur tersebut dinas pendidikan memberikan bantuan ketersediaan peralatan. Penyataan tersebut didukung oleh pemaparan bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau,

> Dengan terjalinnya kepercayaan yang baik dari bapak kepala sekolah dengan dinas pendidikan pusat yang dibentuk dari rekam jejak anggota dewan beliau, dari seluruh SMK di Kota dan Kab. Blitar ada tiga sekolah yang mendapatkan bantuan alat praktik, salah satunya adalah sekolah kami, kami mendapatkan bantuan dua unit kendaraan untuk praktik siswa yaitu, satu unit Suzuki R3 dan Honda Brio, hal ini menunjukkan sosok figur yang demikian secara tidak langsung mampu menumbuhkan presepsi public bahwa seorang figure kepala sekolah merupakan salah satu faktor terbangunnya kepercayaan *stakeholder*.[109]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dengan latar belakang kepala sekolah yang dulunya menjabat sebagai anggota dewan perwakilan rakyat mampu menjalin kepercayaan dengan dinas pendidikan pusat sehingga lembaga mendapatkan bantuan peralatan praktik. Pemaparan tersebut didukung oleh hasil observasi peneliti terkait

---

[108] Wawancara dengan M. Sholihin, Waka Kurikulum SMK Islam Blitar pada 17 April 2017
[109] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

kepribadian figur kepala sekolah menurut peneliti, adapun hasil observasi peneliti sebagai berikut,

> Ketika peneliti pertamakali datang ke SMK Islam Blitar untuk mengajukan penelitian, peneliti disambut dengan ramah, kemudian saya memeperkenalkan diri sebagai mahasiswa pascasarjana IAIN Tulungagung, dalam sebuah kesempatan beliau menceritakan masa mudanya ketika masih duduk dibangku perkuliahan bersama Prof. Ahmad Fatoni selaku Direktur Pascasarjana IAIN Tulungagung, beliau mengatakan bahwa Prof. Fatoni merupakan teman seperguruannya dan salah satu teman akrab beliau, dengan cerita beliau yang demikian saya menyambung bahwa Prof. Fatoni merupakan salah satu guru saya di Pascasarjana IAIN Tulungagung, berarti secara tidak lansung bapak Sholihin juga merupakan guru saya, akhirnya kita tertawa bersama dan kondisi menjadi sangat nyaman, akrab dan bersahabat, selain itu kebenaran bahwa bapak Sholihin ini menjadi salah satu anggota DPR (Dewan Perwakilan Rakyat) peneliti peroleh dari kedekatan beliau dengan paman peniliti bapak Baihaqi yang kebetulan satu periode menjabat dengan bapak Sholihin.[110]

Pemaparan pemaparan tersebut didukung oleh dokumnentasi keberadaan bantuan alat praktik yang dihibahkan oleh dinas pendidikan pusat, berikut dokumentasinya,

Gambar 4.25
Bantuan Peralatan Praktik[111]

[110] Observasi Karakteristik Figur Kepala Sekolah SMK Islam Blitar, 15 April 2017, Pukul 07.30 WIB

[111] Dokumen Sarana Prasarana "Peralatan Praktik" Bantuan Pemerintah Pusat, Diambil pada Tanggal 17 April 2017, Pukul 10.00 WIB

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah **figur pemimpin**/ seorang kepala sekolah haruslah memiliki rekam jejak yang baik, memiliki kepribadian yang ramah, berwibawa dan memiliki relasi yang tidak sedikit, dengan karakteristik figure seperti demikian, kepercayaan *stakeholder* pada lembaga dapat terbangun melalui figur kepala sekolah

Membangun kepercayaan melaui figure humas sebagaimana pemaparan Bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau

> Kebetulan saya diposisikan sebagai humas dan ditempatkan dalam hidup bermasyarakat, dulunya saya alumni politeknik Universitas Brawijaya Malang, saya merasa bersyukur teman teman saya banyak memiliki jabatan penting dibeberapa perusahaan, dengan adanya jaringan komunikasi ini saya merasa terbantu, ternyata kepercayaan *stakeholder* ini dapat diperoleh melalui hubungan personal tetapi surve tetap dilakukan *stakeholder* dikarenakan sebagai dasar penguat dalam bekerjasama.[112]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa humas merupakan sosok figur yang hidup bersama masyarakat, selain itu sebagai sosok yang memiliki teman yang memiliki jabatan dalam perusahaan akan membantu membuka gerbang kerjasama antar lembaga dan perusahaan. Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan dari ibu Ida, berikut pemaparan beliau :

> Untuk membangun kepercayaan *Stakeholder* kita perlu menjalin komunikasi dengan beberapa perusahaan dan *Stakeholder* yang lain, hal ini tidak lepas dari pelaksanakan kurikulum berbasis kompetensi melalui pembelajaran dan penilaian berbasis kompetensi dan produksi, dengan demikian perlu adanya hubungan yang bersifat vokasi, selama ini proses pembentukan kerjasama diawali oleh humas, dan selama ini sudah berjalan cukup baik,

[112] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

> figur humas ini sangat menentukan bentuk keterikatan hubungan dengan *stakeholder*.[113]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa humas merupakan penghubung antara kurikulum sekolah dengan kompetensi yang dibekalkan untuk itu perlu adanya koordinasi yang cukup, salah satu figur humas merupakan figur yang fital dalam Sekolah yang menekankan pada keahlian, untuk itu perlu jaringan kerjasama dengan perusahaan untuk membentuk pembelajaran yang berkesinambungan dengan dunia kerja/vokasi. Pemaparan tersebut didukung dengan pemaparan bapak Rohman, berikut pemaparan beliau

> Humas merupakan sosok figur dalam lembaga, pergerakan dan tingkahlakunya mempengaruhi persepsi terhadap lembaga, selain itu figur humas dilembaga saat ini cukup vital perannya, figur bapak Sudibyo saat ini adalah figur yang tepat karena beliau orang yang suple dalam bergaul, dan memiliki banyak relasi, selain hal tersebut beliu mampu memahami karakter yang diingkan *stakeholder*.[114]

Pemaparan tersebut menyatakan kepribadian figur humas lembaga, kepribadan yang supel dalam bergaul mampu membentuk relasi yang cukup, selain itu prilaku dari humas tersebut mempengaruhi persepsi *stakeholder* pada lembaga.Pemaparan tersebut didukung oleh hasil observasi peneliti, adapun hasil observasi peneliti sebagai berikut,

> Dengan pemaparan pemaparan yang demikian peneliti mencoba mengamati karakter yang ditunjukkan oleh humas, sejauh pengamatan peneliti, beliau merupakan orang yang rendah hati, ramah, dan santun, salah satu contohnya ketika peneliti menhubungi beliau, beliau menanggapi dengan cepat, selain itu peneliti dalam berbincang bincang diajak ketempat yang nyaman,

---

[113] Wawancara dengan Ida Nur Farida , Kepala Tata Usaha SMK Islam Blitar pada 24April 2017
[114] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

peneliti tidak merasakan kondisi yang begitu formal dalam wawancara, selain itu sikap sikap figur humas tersebut mencerminkan misi lembaga yaitu ”Mewujudkan kultur sekolah yang bermartabat, ramah dan santun dalam suasana kekeluargaan.”[115]

Berikut dokumentasi peneliti bersama bapak Sudibyo di gerai indusri SMK Islam Blitar :

Gambar 4.26
Figur Humas SMK Negeri 3 Blitar[116]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa humas merupakan peran yang cukup vital dalam lembaga kejuruhan, salah satunya adalah peran sebagai penghubung antara kurikulum sekolah dengan kompetensi keahlian, figur humas haruslah orang yang suple dalam bergaul, dan memiliki banyak relasi, dengan adanya teman yang memiliki jabatan dalam perusahaan akan membantu membuka gerbang kerjasama antara lembaga dan perusahaan. sikap **figur humas** tersebut mencerminkan misi lembaga yaitu ”Mewujudkan kultur sekolah yang bermartabat, ramah dan santun dalam

[115] Observasi Kepribadian Humas dan dokumen “Visi dan Misi”SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 17 April 2017, Pukul 16.00 WIB
[116] Dokumen “Figur Humas” SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 17 April 2017, Pukul 16.15 WIB

suasana kekeluargaan.” dengan figur humas yang demikian kepercayaan *stakeholder* akan mampu terbangun.

Karyawan merupakan kunci suksesor membentuk citra lembaga sebagaimana pemaparan bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau

> Beberapa karyawan di SMK Islam merupakan sosok figure ustad dan mubaligh, beberapa dari karyawan ada yang biasa memberikan ceramah di masjid agung kota Blitar, ketua cabang NU di kota Blitar. Hal tersebut juga kami manfaatkan dalam singgungan ceramah mubaligh dalam pengajian terbuka, selain itu sosok inilah yang membantu mengenal lembaga SMK Islam ke masyarakat sehingga citra yang ditanamkan pada masyarakat ini dapat melekat pada masyarakat.[117]

Pemaparan tersebut menjelaskan karyawan lembaga memiliki pengaruh dalam masyarakat, figur seorang ustadz dan mubaligh melekat pada beberapa karyawan, dengan adanya figur tersebut mampu menyelipkan atau membangun kepercayaan melalui ceramah ceramah keagamaan, sekaligus mewakili lembaga. Pemaparan beliau didukung oleh bapak M. Sholihin, berikut pemaparan beliau :

> Dengan adanya karyawan yang menjadi figure penting dimasyarakat seperti para mubalight dan beberapa aktivis NU banyak membantu dalam membangun citra lembaga, hal ini ditunjukkannya dan dikenalkannya lembaga pada saat para figure ini melakukan kegiatan dimasyarakat seperti dakwah dan ceramah keagamaan.[118]

Pemaparan tersebut menyatakan bahwa dalam kegiatan keagamaan figure seorang ustadz dan mubaligh mampu memberikan pengaruh pada setiap kegiatan keagamaan yang dilakukan. Pemaparan

---

[117] Wawancara dengan Rudi, Guru SMK Islam Blitar pada 22 April 2017
[118] Wawancara dengan M. Sholihin, Waka Kurikulum SMK Islam Blitar pada 17 April 2017

tersebut didukung oleh pernytaan bapak Malikan, berikut pemaparan beliau,

> SMK Islam Blitar dari tahun ketahun memiliki perkembangan yang signifikan, saya sebagai warga disini melihat langsung perkembangan lembaga salah satu yang membuat kami merasakan dampaknya adalah sosok figur ustadz dan kiyai yang menjadi karyawan dilembaga tersebut, pada waktu kegiatan keagamaan dilingkungan masyarakat sepertihalnya ketika warga memiliki hajatan, yang menjadi imam seperti pembacaan yasin dan tahlil adalah ustad/ kyai dari karyawan SMK Islam.[119]

Pemaparan tersebut mendukung pemaparan sebelumnya, dalam kegiatan kemasyarakatan dilingkuangan lembaga, figur karyawan ini mengambil peran sebagai imam dalam kegiatan kemasyarakatan. Pemaparan pemaparan tersebut didukung oleh hasil observasi peneliti, adapun hasil observasi peneliti sebagai berikut,

> Peneliti mengamati berbagai kejadian yang terjadi dimasyarakat sekitar lembaga, dari hasil pengamatan peniliti figur karyawan ini menjadi salah satu imam dalam kegiatan pembacaan yasin dan tahlil pada rumah warga yang sedang terkena musibah/ meninggal dunia, dari situlah peneliti mengamati figur karyawan ini mampu mencerminkan dan memberikan contoh dalam hidup bermasyarakat, sebagai seorang pendidik yang mengemban misi lembaga "Meningkatkan potensi peserta didik melalui kegiatan-kegiatan keagamaan, kegiatan ekstra kurikuler dan pembinaan kedisiplinan agar menjadi tenaga kerja profesional sekaligus menjadi insan yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT" tercermin dalam perbuatan dan tindakan karyawan.[120]

Berikut dokumentasi membangun kepercayaan melalui figur pemimpin SMK Islam Blitar :

---

[119] Wawancara dengan Malikan, Masyarakat Sekitar SMK Islam Blitar pada 25 April 2017

[120] Observasi Kegiatan Pidaan "Kegiatan Kemasyarakatan" Karywan SMK Islam Blitar, diambil Pada tangnggal 18 April 2017, Pukul 19.00 WIB

Gambar 4.27
Figur Karyawan SMK Islam Blitar[121]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut peneliti menarik benang merah bahwa kepercayaan *stakeholder* akan mampu terbangun ketika **figur karyawan** memiliki potensi sebagai figur yang berpengaruh dilingkungan masyarakat, dengan adanya figure tokoh dalam diri karyawan maka masyarakat akan menilai kepribadian figur mewakili karakteristik lembaga.

Kepercayaan mampu dibangun melalui alumni lembaga, sebagaimana pemaparan bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau,

> Alumni kita menjadi percontohan dalam bekerja dilembaga/ perusahaan, dengan adanya alumni yang bekerja secara disiplin, tanggung jawab dan berkarakter islami dari para alumni yang lebih dulu bekerja disana maka lembaga/perusahaan tersebut bertambah kepercayaannya terhadap lembaga kami. [122]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa alumni yang sudah bekerja diperusahaan mampu menunjukkan kualitas dan kuantitasnya. Pemaparan tersebut didukung oleh pernnyataan salah seorang siswa yang bernama Aji Arif, berikut pemaparannya

[121] Dokumen Kegiatan Kemasyarakatan "Figur Karyawan" SMK Islam Blitar Pada Tangnggal 18 April 2017, Pukul 19.00 WIB
[122] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

> Salah satu yang membuat saya percaya bahwa sekolah ini merupakan sekolah yang mampu mengantarkan kami baik prestasi dibidang akademik dan non akademik adalah tidak sedikit alumni yang memberikan kami kesempatan bekerja ditempat mereka, dan mendapatkan bimbingan dari alumni.[123]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dari banyak prestasi yang dicapai oleh alumni, selain itu alumni yang telah sukses mampu menarik tenaga kerja mampu mempengaruhi peserta didik. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan bapak rudi, adapun pemaparannya sebagai berikut,

> Beberapa perusahaan mengambil pekerja dari alumni SMK Islam, perekrutan pekerja ini biasanya dilakukan sebelum anak anak kelas XII lulus, dengan kata lain kita mendapat pesanan pekerja. Sebagain besar yang merekrut ini adalah alumni SMK Islam, secara tidak langsung para alumni ini memiliki keterikatan secara emosional dengan sekolah, hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan *stakeholder* ini didapat dari alumni SMK Islam. [124]

Pernytaan tersebut menjelaskan bahwa alumni yang telah sukses memiliki keterikatan emosional dengan lembaga salah satunya dengan pemilihan karyawan perusahaannya diambilkan dari siswa kelas XII yang dipesan, agar ketika lulus dapat bergabung dan bekerja dengan alumni tersebut. Pemaparan tersebut dibuktikan dengan hasil observasi peneliti, adapun hasil observasi peneliti sebagai berikut,

> Pada saat saya sedang mewawancari bapak rudi, saya melihat ada dua alumni yang meninjau langsung ruang praktek otomotif, disana terjadi perbincangan antara bapak Kepala Jurusan Otomotif dengan alumni, peneliti mengamati dan mendengar perbincangan mereka, perbincangan tersebut berkaitan dengan saranan dan prasarana siswa, bagai kondisi siswa dalam belajar, dan kebutuhan tenaga kerja pada bengkel alumni yang bertempat di Jakarta.[125]

---

[123] Wawancara dengan Aji Arif, Siswa SMK Islam Blitar pada 23 April 2017
[124] Wawancara dengan Rudi, Guru SMK Islam Blitar pada 22 April 2017
[125] Observasi Interaksi “Alumni dengan Kepala Jurusan Otomotif” Pada tanggal 22 April 2017

Pemaparan tersebut juga didukung oleh dokumentasi tinjauan alumni SMK Islam Blitar, berikut dokumentasinya :

Gambar 4.28
Kunjungan Alumni[126]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa **alumni** yang sudah bekerja diperusahaan mampu menunjukkan kualitas dan kuantitasnya, banyak prestasi yang dicapai oleh alumni, selain itu alumni yang telah sukses mampu menarik tenaga kerja, alumni yang telah sukses memiliki keterikatan emosional dengan lembaga, dengan demikian kepercayaan *stakeholder* dapat dibangun.

Komunikasi verbal dengan *stakeholder* ini ditujuan untuk membantu mendeskripsikan lembaga dan membentuk opini *stakeholder* sebagaimana pemaparan Bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau,

> Untuk membangun kepercayaan dalam rangka membangun citra lembaga, kami berupaya mengupdet informasi, informasi kami sampaikan pada seluruh warga sekolah mulai dari satpam, tukang kebun, guru, tata usaha, dls., hal tersebut berfungsi untung memberian stimulus informasi pada *stakeholder* sehingga opini terkait perkembang lembaga dapat berkembang dan mempengaruhi

[126] Dokumen Kunjungan Alumni SMK Islam Blitar, Diambil Pada Tanggal 22 April 2017 Pukul 11.30 WIB

> prilaku *stakeholder* dan menimbulkan respon yang diingkan lembaga.[127]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa pesan yang disampaikan oleh lembaga mampu melekat dalam diri seluruh karyawan lembaga, dengan melekatnya informasi terkkait perkembangan lembaga mampu mencukupi ketersediaan informasi lembaga, dengan ketersedian informasi dari karyawan akan memudahkan lembaga dalam menjelaskan informasi lembaga pada *stakeholder*, perkembangan yang disampaikan akan mempengaruhi prilaku *stakeholder* dan menimbulkan respon yang diingkan lembaga.Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan Bapak Lantip Sunyoto, Berikut Pemaparan beliau,

> Ketika saya datang kesekolah saya langsung disambut anak, dan langsung tanggap menemui saya, dan berkata bapak ada perlu dengan siapa, dan mencari siapa, hal tersebut menunjukkan kesimpatian siswa terhadap para tamu yang datang, selain itu setelah menyelesaikan keperluan saya, saya bertemu dengan salah satu guru dan diajak berbincang bincang yang intinya sejauhmana lembaga ini berkembang, dan beberapa informasi baru yang disampaikan. Ketika saya berkunjung dilain hari saya juga mendapatkan perlakuan yang sama. Dengan adanya informasi terbaru yang kami peroleh kami merasa yakin bahwa lembaga ini mampu mendidik putra kami dengan baik.[128]

Pemaparan tersebut menjelaskan walimurid mendapatkan sambutan yang baik dari siswa, ketika berkunjung kesana walimurid diajak berbincang bincang mengenai perkembangan lembaga, dengan adanya pesan yang disampaikan oleh tenaga pendidik, walimurid merasa diperdulikan, selain itu informasi yang disampaikan selalu terbaru.

---

[127] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 17 April 2017
[128] Wawancara dengan Lantip Sunyoto, Walimurid SMK Islam Blitar pada 22 April 2017

Sehingga walimurid menaruh kepercayaan yang besar pada lembaga dalam mendidik putranya. Pemaparan tersebut didukung oleh bapak Indra Prasetya, berikut pemaparan beliau

> Setelah saya bertemu dengan bapak Rohman saya diajak berkomunikasi terkat dengan kebutuhan tenaga kerja ditempat kami, dengan spesifikasi tenaga kerja yang kami butuhkan beliau memberikan masukan dan saran bahwa kebutuhan tenaga kerja ditempat kami dibutuhkan tenaga kerja yang berani menghadapi tantangan mengingat kondisi tempat kerja berada dihutan dan perkebunan jadi dimungkinkan banyak hewan liar sepertihalnya ular, beliau bersedia mengkomunikasikan kami dengan alumni yang memiliki karakter yang kami butuhkan, dengan adanya komunikasi saya dengan bapak Rohman saya merasa terbantu, dan hal tersebutlah yang menjadikan kami selalu mengirimkan informasi kebutuhan tenaga kerja kami di SMK Islam Blitar.[129]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa *stakeholder* merasakan kenyamanan dalam berkomunikasi, selain itu saran dan masukan mampu berpengaruh pada kepercayaan *stakeholder*. Pemaparan tersebut didukung oleh observasi peneliti, berikut hasil observasi peneliti,

> Kebetulan peneliti pada saat itu sedang mewawancari Bapak Rohman kemudian Bapak Indra dari PT. Borneo Lancar Abadi yang bergerak dibidang pengolahan kelapa sawit datang untuk meminta bantuan publikasi lowongan pekerjaan untuk Alumni SMK Islam Blitar, pada saat itu terjadi komunikasi antara keduanya, bapak indra menjelaskan kaitannya dengan kondisi pekerjaan, dimana pekerja berada pada pedalaman kalimatan, tenaga kerja yang dibutuhkan adalah tenaga kerja marketing, dimana pada umumnya marketing itu menjual, sedangkan pada perusahaan tersebut marketing membeli kelapa sawit dari para petani dipedalaman Kalimantan, bapak Rohman menerima lowongan tersebut untuk dipublikasikan, dan beliu memberikan saran terkait tenaga kerja yang cocok untuk ditempatkan didaerah pedalaman, bapak rohman menjelaskan bahwa butuh tenaga yang supel dan pandai bergaul agar dalam tarjet pemenuhan kelapa sawit ini berhasil, selain itu diperlukan seorang marketing yang berjiwa petualang mengingat kondisi pekerjaannya berada dipedalaman,

[129] Wawancara dengan Indra , PT. Borneo Lancar Abadi Surabaya pada 18 April 2017

bapak indra menyambung pembicaraan dari bapak Rohman, saya dulu juga pernah ikut di Mes karyawan yang berada dipedalaman, tidak jarang saya menemukan ular, babi hutan dan hewan liyar didaerah mes, ketika saya mandipun kadang ada ular yang masuk dikamar mandi, suasana yang bersahabat dan nyamanpun terjadi, bapak Rohman menyambung pembicaraan dari bapak indra, dengan kondisi yang demikian tentunya karyawan yang dicari adalah karyawan yang mampu hidup dengan alam, dan berani menghadapi tantangan, dari percakapan percakapan yang lumayan lama tersebut peneliti dapat menggambarkan bahwa kepercayaan akan mampu terbangun jiga lembaga mau saling berbagi pengalaman dengan *stakeholder*, dari berbagi cerita tersebut *stakeholder* merasakan kenyamanan dalam berkomunikasi, lembaga juga mampu memberikan saran yang efektif pada *Stakeholder* agar karyawan yang bekerja ini mampu bekerja dengan kinerja yang tinggi.[130]

Berdasarkan Observasi tersebut diperoleh dokumentasi perbincangan bapak rohman dengan bapak Indra perwakilan dari PT. Borneo Lancar Abadi :

Gambar 4.29
Komunikasi verbal dengan PT. Borneo Lancar Abadi[131]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah kepercayaan *stakeholder* mampu dibangun melalui

[130] Observasi "Kegiatan Komuniasi Verbal" Penerimaan Surat Permohonan Publikasi Lowongan Pekerjaan di BKK SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 18 April 2017, Pukul 10.30 WIB
[131] Dokumen Aktifitas BKK "Komunikasi verbal dengan PT. Borneo Lancar Abadi" di SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 18 April 2017, Pukul 10.45 WIB

komunikasi verbal berupa informasi yang disampaikan oleh lembaga yang mampu melekat dalam diri seluruh karyawan, dengan melekatnya informasi mampu mencukupi ketersediaan informasi lembaga, dengan adanya *stakeholder* yang berkunjung mampu diajak untuk berbincang bincang mengenai perkembangan lembaga, selain itu informasi baru dapat cepat tersampaikan.

Selain hal tersebut kepercayaan dibangun melalui komunikasi visual yang mendukung sebagai bentuk keunggulan disekolah kami, sebagaimana pemaparan Bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau

> Untuk mempertahankan kepercayaan kita perlu membuktikan kondisi sebenarnya sehingga *stakeholder* ini tetap menaruh kepercayaan terhadap lembaga kami, salah satu langkah kami adalah dengan bentuk bangunan bangunan yang kami miliki, sarana dan prasaranan siswa dalam belajar, pondok pesantren yang kami dirikan, dan bentuk budaya yang kami miliki, contoh, bangunan kami memang terpisah pisah dan berada pada lingkungan masyarakat, disitu dapat kita lihat siswa kami berbaur langsung dengan masyarakat, hal tersebut kami tunjukkan bahwa siswa kami tidak kami batasi dengan tembok besar tetapi dengan kedisiplinan dalam belajar.[132]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa untuk membangun kepercayaan *stakeholder*, lembaga tidak membatasai aktifitas siswa dilingkungan, mendirikan pondok pesantren, kondisi saranan prasarana yang baik. Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan Bapak Lantip Sunyoto, berikut pemaparan beliau,

> Ketika saya berkunjung di SMK Islam saya melihat selain sarana dan prasarana yang mendukung disana didirikan pondok pesantren yang digunakan sebagai tempat mendalami ilmu keagamaan, dengan adanya pondok pesantren saya meyakini bahwa lembaga

[132] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

> mampu membentuk tenaga yang terampil dan membentuk karakter siswa yang islami.[133]

Pemaparan tersebut menjelaskan dengan berdirinya pondok pesantren, menjadikan daya tarik tersendiri bagi *stakeholder* yang berkunjung sehingga dengan melihat berdirinya pondok pesantren *stakeholder* menaruh harapan pada lembaga. Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan bapak sholihin, berikut pemaparan beliau:

> Kami memberikan izin kepada *stakeholder* untuk meninjau langsung kondisi disekolah kami, secara tidak langsung inventaris alat praktik kami membantu *stakeholder* dalam menilai lembaga kami, apakah lembaga kami memiliki ketersediaan sarana atau sebaliknya, secara tidak langsung kepercayaan *stakehoder* ini dibangun melalui komunikasi visual.[134]

Pemaparan tersebut menjelaskan lembaga selalu melayani *stakeholder* yang berkunjung, dari tinjauan langsung tersebut lembaga mampu membuktikan kondisi sebenarnya, dengan melihat keadaan sesungguhnya persepsi baik akan tumbuh sehingga mampu membangun kepercayaan pada diri *stakeholder*. Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peniliti, adapun hasil observasi sebagai berikut

> Dengan adanya pemaparan demikian peneliti meninjau langsung sarana dan prasarana yang mampu membangun kepercayaan *stakeholder*, dengan melihat kondisi yang sebenarnya peneliti memahami bahwa dengan berdirinya pondok pesantren mampu mempengaruhi kepercayaan bagi yang melihatnya, selain itu saranana dan sarana yang sangat memadai, menjadi daya tarik tersendiri dimata *stakeholder*, pengembangan sarana yang sangat memadahi tersebut tercermi pada misi lembaga yaitu

---

[133] Wawancara dengan Lantip Sunyoto, Walimurid Kelas XII SMK Islam Blitar pada 17 April 2017

[134] Wawancara dengan M. Sholihin, Waka Kurikulum SMK Islam Blitar pada 17 April 2017

"Mengembangkan dan meningkatkan sarana dan prasarana sekolah".[135]

Dari pemaparan pemaparan tersebut diperkuat dengan dokumentasi penelitian, adapun dokumentasinya sebagai berikut,

Gambar 4.30
Ketersediaan Sarana dan Prasarana[136]

Gambar 4.31
Pondok Pesantren SMK Islam Blitar[137]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah, **komunikasi visual** diwujudkan dalam bentuk melayani *stakeholder* yang berkunjung maupun meninjau, lembaga mampu membuktikan kondisi sebenarnya, berdirinya layanan pondok pesantren, menjadikan daya tarik tersendiri bagi *stakeholder*, selain itu budaya tidak membatasai aktifitas siswa dilingkungan mampu membuktikan kultur budaya yang baik dengan lembaga sehingga dengan melihat keadaan sesungguhnya persepsi baik akan tumbuh sehingga mampu membangun kepercayaan pada diri *stakeholder* pada lembaga

---

[135] Observasi Sarana prasarana dan Visi dan Misi SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 22 April 2017, Pukul 14.00 WIB

[136] Dokumen Kegiatan Siswa dalam Belajar, "Ketersediaan Sarana dan Prasarana" SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 18 April 2017, Pada Pukul 11.00 WIB

[137] Dokumen Kegiatan Siswa dalam Belajar, "Fasilitas Siswa" SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 18 April 2017, Pada Pukul 11.10 WIB

b. Mempertahankan Kepercayaan dalam Membangun Citra

Mempertahankan citra merupakan langkah yang harus diupayakan, mengingat persepsi publik dapat ditumbuhkembangkan lebih baik jika ada pemasaran humas yang optimal, adanya pengelolaan hubungan antara *stakeholder* dengan lembaga, adanya pembinaan dengan *stakeholder*, dan adanya pengukuran loyalitas *stakeholder*.

Mempertahankan kepercayaan *stakeholder* melalui pemberian edukasi sebagai langkah memasarkan lembaga sebagaimana pemaparan Bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau,

> Dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* kita perlu memberikan edukasi pada *stakeholder*, beberapa kegiatan yang kami lakukan adalah melakukan sosialisasi kebeberapa sekolah pada jenjang SMP/MTs di kota dan kab. Blitar, dan memberikan informasi pada masyarakat memlaui ceramah ceramah keagamaan[138]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa humas memberikan sosialisasi sebagaibentuk edukasi dalam memberikan informasi pada *stakeholder*, selain itu bentuk edukasi terkait lembaga dapat diselipkan dalam ceraamah ceramah keagamaan. Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan bapak Sholihin, berikut pemaparan beliau

> Melalui media ceramah-ceramah keagamaan yang dilakukan oleh beberapa mubaligh yang berada dilembaga ini kami melakukan sosialisasi dan edukasi kepada para jama'ah terkait alumni kami, dan kami sampaikan ketrampilan apa saja yang dibekalkan pada anak didik kami , hal tersebut merupakan salah satu langkah kami dalam mempertahankan citra kami dari opini publik.[139]

---

[138] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017
[139] Wawancara dengan M. Sholihin, Waka Kurikulum SMK Islam Blitar pada 17 April 2017

Pemaparan tersebut memperkuat pemaparan sebelumnya dengan media ceramah mampu memberikan edukasi pada jama'ah lembaga mampu memberikan pengaruh kepercayaan pada *stakeholder*. Pemaparan tersebut juga didukung pemaparan saudara Aji Arif, berikut pemaparannya

> Ketika saya masih bersekolah di MTs Negeri Kunir, saya mengikuti sosialisasi yang diselenggaran SMK Islam Blitar di sekolah saya, disanan kami mendapatkan edukasi terkait dunia kerja, prestasi yang diperoleh, pelayanan yang diperoleh, fasilitas penyaluran tenaga kerja, dan dipaparkannya beberapa alumni yang sudah bekerja dibeberapa perusahaan ternama di Indonesia, dengan adanya sosialisasi tersebut kami ditunjukkan apa saja yang telah dilakukan lembaga, dan bagaimana proses pendidikan berlangsung, dan langkah selanjutnya yang diambil ketika saya lulus dari SMK Islam Blitar.[140]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa kegiatan edukasi tersebut berbentuk sosialisasi dimana lembaga menjelaskan sejauh mana alumni bekerja, dan fasilitas penyaluran tenaga kerja bagi peserta didik. Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peniliti, adapun hasil observasi sebagai berikut

> Berdasarkan observasi peneliti, peneliti menggali dokumen terkait apasaja ang disampaikan oleh humas lembaga pada peserta didik, peneliti bersama bapak sudibyo saat itu diperlihatkan Ms. Power Poin yang menunjukkan kegiatan peserta didik, dan ditampilkan juga beberapa alumni yang telah sukses, berdasarkan apa yang peneliti amati dan rasakan, pesan yang disampaikan tersebut akan mampu membuat beberapa kepala sekolah setingkat SMP mempercayai lembaga, dan senantiasa memperbolehkan untuk sosialisasi dan pemberian edukasi, hal tersebut disebabkan dalam memberikan sosialisasi lembaga mampu menunjukkan kualitasnya sehingga kepala sekolah SMPI/MTS merasa bangga jika ada peserta didiknya yang melanjutkan pendidikan disana[141]

---

[140] Wawancara dengan Aji Arif, Siswa SMK Islam Blitar pada 23 April 2017

[141] Observasi melalui keberadaan dan kebenaran dokumen sosialisasi dan edukasi calon siswa baru SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 15 April 2017

Pernyataan pernyataan tersebut juga didukung oleh dokumentasi kegiatan, adapun hasil dokumentasi sebagai beriku,

Gambar 4.32
Kegiatan ceramah keagamaan[142]

Gambar 4.33
Sosialisasi dan Edukasi[143]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah, bahwa dengan adanaya kegiatan yang mampu memberikan **edukasi** ketertarikan *stakeholder* akan semakin besar, dengan adanya ketertarikan perwakilan lembaga mampu menyelipkan pengedukasian dalam mengenali lebih dalam lembaga, selain itu pengedukasian dalam bentuk sosialisasi mampu membantu lembaga dalam menarik minat siswa untuk belajar pada lembaga, dari kegiatan kegiatan tersebut *stakeholder* dapat menilai lembaga, dengan penlain yang baik dari *stakeholder* kepercayaan akan senantiasa terjaga

Salah satu langkah dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* pada lembaga adalah menyelenggarakan even, berikut pemaparan bapak Sudibyo terkait even apa saja yang dilakukan sehingga *stakeholder* tetap menaruk kepercayaan terhadap lembaga

---

[142] Dokumen Kegiatan Ceramah Keagamaan , "Pemberian Edukasi" SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 15 April 2017

[143] Dokumen Kegiatan, Penerimaan Siswa Baru "Pemberian Edukasi" MTs N Kunir, Pada Tanggal 15 April 2017

> Untuk mempertahnkan citra lembaga kami menggunakan beberapa event/ kegiatan yang sifatnya terbuka, contonya seperti kegiatan festifal pelajar muslim, peringatan maulid Nabi Muhammad SAW, forum kumunikasi Pelajar, dan *Job Fire*.[144]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa sarana yang digunakan dalam mempertahankan kepercayaan meliputi kegiatan festifal pelajar muslim, peringatan maulid nabi Muhammad SAW, forum kumunikasi Pelajar, dan *Job Fire*. Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan bapak Lantip Sunyoto, berikut pemaparan beliau

> Kami walimurid diajak langsung untuk berkunjung kesekolah untuk melihat jopfire, dan festifal pelajar muslim, hal tersebut menunnjukkan bahwa lembaga mampu memberikan sarana dan memfasilitasi anak kami, selain itu even ini sangat bermanfaat bagi seluruh masyarakat.[145]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa walimurid diajak langsung dalam melihat job fire dan festifal pelajar muslim, dimana kegiatan tersebut dapat dinikmati oleh masyarakat. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Aji Arif, berikut pemaparannya :

> Pada waktu wisuda saya melihat kakak kelas kami yang diwisuda langsung diterima dibeberapa perusahaaan ternama di Indonesia,hal tersebut tentunya melalui seminar kerja yang bertujuan untuk memudahkan kami dalam menghadapi tes perusahaan, dengan kondisi demikian kami menjadi lebih bersemangat dan merasa bangga dengan sekolah kami.[146]

Pemaparan tersebut menyatakan bahwa even yang diadakan lembaga mampu memberkan kesan dalam diri siswa, selain itu even yang dibangun untuk memicu semangat belajar juga dibangun adalah seminar kerja, dengan adanya even/kegiatan tersebut kepercayaan dapat

---

[144] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017
[145] Wawancara dengan Lantip Sunyoto, Walimurid SMK Islam Blitar pada 22 April 2017
[146] Wawancara dengan Aji Arif, Siswa Kelas XII SMK Islam Blitar, pada tanggal 27 April 2017

bertahan. Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peniliti, adapun hasil observasi sebagai berikut,

> Berdasarkan pengamatan peneliti lembaga SMK Islam Blitar dulunya terkenal dengan kenakalan remaja, banyak korban yang berjatuhan akibat dari perkelahian dengan salah satu lembaga setingkat di Kota Blitar, dengan kondisi yang demikian persepsi masyarakat menurun dan banyak dari walimurid takut dalam menyekolahkan putranya di lembaga tersebut, untuk mempertahankan kembali kepercayaan masyarakat yang menurun lembaga terus mengadakan even yang sifatnya mendamaikan kedua belah pihak, salah satunya dengan forum komunikasi pelajar dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh lembaga yang bertikai tersebut, dan pada akhirnya terciptalah perdamaian diantara kedua belah pihak sampai saat ini, dengan demikian kepercayaan *stakeholder* mampu dipertahankan seperti semula.[147]

Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil dokumentasi peneliti, berikut dokumentasi kegiatan tersebut,

Gambar 4.34
Pembekalan Tes Psikologi[148]

Gambar 4.35
Job Maching[149]

[147] Observasi Kegiatan siswa “ even “ SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 17 April 2017
[148] Dokumentasi Kegiatan Siswa “Pembekalan Tes Psikologi”, di SMK Islam Blitar, diambil pada Tanggal 17 April 2017, Pukul 14.00 WIB
[149] Dokumentasi Kegiatan Lembaga “Job Maching”, di SMK Islam Blitardiambil pada Tanggal 17 April 2017, Pukul 14.00 WIB

Gambar 4.36
Iklan Festifal Pelajar Muslim[150]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah, kepercayaan *stakeholder* mampu diertahankan ketika lembaga mampu menggelar beberapa **even** yang bermakna, mengundang keramain publik dan bersifat competitor, dengan demikian akan membantu *stakeholder* dalam menambahkan penilaian pada diri *stakeholder*, dengan penilain dan apresiasi baik kepercayaan *stakeholder* akan mampu bertahan.

Untuk mempertahankan kepercayaan perlu adanya pengembangkan layanan public sebagaimana pemaparan Bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau

> Pengembangan layanan publik selalu kita kembangkan, untuk melayani *stakeholder*, kami memiliki program PKL yang dapat kita gunakan sebagai sarana penghubung antara perusahaan dan lembaga, kita memiliki BKK yang mampu menghubungkan perusahaan dan tenaga kerja, kita memiliki bimbingan konseling sebagai layanan siswa maupun walimurid, selain itu humas mengambil peran dalam masyarakat seperti menanggapi keluhan masyarakat.[151]

[150] Dokumentasi Kegiatan Siswa "Festifal Pelajar Muslim", di SMK Islam Blitar, diambil pada Tanggal 17 April 2017, Pukul 14.00 WIB
[151] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

Pemaparan tersebut dapat dijelaskan bahwa pengembangan layanan yang dilakukan lembaga meliputi BKK sebagai penghung antara pencari tenaga kerja dan pencari kerja, BK sebagai layana untuk siswa, humas mengambil peran sebagai penyambung keluhan masyarakat pada lembaga, dan sebagai sarana penghubung antara perusahaan dengan lembaga ditangani oleh guru yang mendampingi PKL. Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan Almuhimmah, berikut pemaparan beliau

> Ketikan kita ingin mempertahankan kepercayaan *Stakeholder* kita senantiasa melakukan pengembangan pelayan pada *Stakeholder*, salah satunya dengan menindaklanjuti keluhan *stakeholder*, salah satu contohnya adalah ketika kita mengirim siswa kita untuk PKL (Praktek Kerja Lapangan) kita menyertakan guru pendamping untuk masing masing tempat PKL, disitulah peluang kami menanggapi keluhan dan menindaklanjuti keluhan, selain itu kami juga menyediakan akses bagi masyarakat sekitar yang memiliki keluhan kaitannya dengan lembaga kami dan pelayanan *stakeholder* ini langsung kami tangani melalui humas.[152]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa penembangan layanan dilakukan melalui menanggulangi informasi maupun keluhan yang disampaikan *stakeholder* dari tempat PKL siswa, dengan didampinginginya siswa kita dapat minindaklanjuti keluhan dengan cepat, selain itu pelayanan public ini langsung ditangani oleh humas. Pemaparan tersebut didukung oleh pemaparan Bapak Rohman, berikut pemaparan beliau :

> Layanan informasi selalu kami kembangkan beberapa contohnya adalah adanya kegiatan yaasinan dan tahlil keliling hal tersebut

[152] Wawancara dengan Muhimmah, Kepala Bimbingan Konseling SMK Islam Blitar pada 22 April 2017

> bertujuan untuk menanggapi keluhan dan masukan untuk lembaga, adanya BKK yang siap membantu menyambungkan perusahaan dengan alumni yang mencari informasi lowongan pekerjaan, hal tersebut kami gunakan sebagai mempertahankan kepercayaan jangka panjang, contoh, kita tidak pernah memungut dari perusahaan maupun masyarakat/alumni yang mencari lowongan pekerjaan di sekolah kami, dengan kesediaan kami menyambungkan informasi antar keduanya maka harapan kami kita mendapatkan keuntungan kepercayaan dari keduanya, selain itu hal tersebut merupakan investasi jangka panjang, semua orang memiliki keluarga jika kita membantunya maka dimungkinkan akan mempengaruhi keluarganya dari generasi kegenerasi untuk menyekolahkan putra dan putrinya di sekolah kami.[153]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dengan mempertemukan para pencari tenaga kerja dan pencari kerja, kita dapat memperoleh keuntungan jangka panjang, sepertihalnya jika pencari kerja dapat bekerja dari informasi yang kami sampaikan dapat mempengaruhi *stakeholder* lain, dengan tidak dipungutnya biaya dalam melayani harapannya kepercayaan *stakeholder* ini dapat dipertahankan. Pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peneliti, adapun hasil observasi peneliti sebagai berikut,

> Peneliti mengamati beberapa lokasi yang berbeda penggunaannya yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi, ada tiga ruang yang peneliti kunjungi pada ruang tata usaha terletak paling depan, ruang BK terletak di bagian dalam, sedangkan ruang BKK tergabung dengan ruang Sarana dan Prasan terletak pada bangunan yang dekat dengan ruang praktikum siswa. Dengan aanya pemetaan ruang mmampu membantu *stakeholder* dalam menyesuaikan kebutuhan informasi.[154]

Adapun dokumentasi yang mendukung dalam pengembangan layanan sebagai berikut,

---

[153] Wawancara dengan Rohman, Waka Sarana dan Prasaranan SMK Islam Blitar, pada 18 April 2017

[154] Observasi layanan publik yang disediakan lembaga, di SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 17 April 2017

Gambar 4.37 Ruang BKK[155]

Gambar 4.38 Ruang BK[156]

Gambar 4.39 Ruang Tata Usaha[157]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah, kepercayaan mampu dipertahankan dengan mengembangkan **pelayanan publik** melalui mempertemukan para pencari tenaga kerja dan pencari kerja, informasi yang tersampaikan sampaikan akan berpengaruh mempengaruhi *stakeholder* lain, dengan pemberian layanan gratis, pelayan akan memberikan dampak jangka panjang untuk lembaga, program PKL yang ditangani oleh serius dan dilakukannya pendampingan maka akan memberikan dampak hubungan yang lebih baik, selain itu pemetaan informasi pada setiap ruang

[155] Dokumen Lokasi Ruang "Pemetaan Ruang Informasi BKK" di SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 20 April 2017, Puukul 11.00 WIB

[156] Dokumen Lokasi Ruang "Pemetaan Ruang Informasi BK" di SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 20 April 2017, Puukul 11.30 WIB

[157] Dokumen Lokasi Ruang "Pemetaan Ruang Informasi Tata Usaha" di SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 20 April 2017, Puukul 12.00 WIB

mempermudah *Stakeholder* dalam menggali informasi, dari pengembang pelayanan yang dilakukan tersebut mampu membentuk persepsi *stakeholder* sehingga kepercayaan *stakeholder* mampu bertahan

Dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* kita perlu menampilkan/ tes keterampilan sebagaimana pemaparan Bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau

> Untuk mempertahankan citra lembaga salah satu langkah kita adalah uji tes siswa kita didepan *stakeholder*, sebelum tes siswa dilakukan kita melakukan pembinaan dan pendidikan pada seluruh siswa, tes siwa didepan *stakeholder* ini kami lakukan dibeberapa kegiatan seperti pelepasan siswa kelas XII SMK kami melakukan undian/ lot, bagi siswa yang namanya disebutkan tersebut membacakan beberapa ayat Al-Qur'an dan mengamalkan ritual keagamaan kemasyarakatan, dengan inilah kami menunjukkan bahwa lembaga ini tidak hanya mendidik dari segi ketrampian melain penanaman karakter islami dengan asumsi bahwa SMK Islam merupakan SMK yang mampu menghasilkan tenaga yang terampilan, dan berkarakter islami.[158]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa ada beberapa tehnik yang dijalankan dalam melakukan tes kualitas peserta didik didepan *stakeholder* sepertihalnya pembacaan ayat suci Al Qur'an, hal tersebut dilakukan untuk memberikan pemahaman sebagai lembaga pencetak generasi terampil dan berkarakter islami pada *stakeholder*. Pemaparan berikut didukung oleh bapak Rohman, berikut pemaparan beliau

> Kami melakukan tes SDM kami pada agenda study tour, sepertihalnya menunjukkan ketrampilan siswa kami di VEDC Malang dan BLK Surabaya, sedangkan tes produk yang kami lakukan dimsyarakat/ walimurid pada kegiatan pelepasan siswa kami, contohnya adalah dengan memanggil siswa kelas XII untuk menunjukkan pada *stakeholder* bahwa selain keterampilan kami juga membekali siswa kami dengan kegiatan ritual keagamaan

[158] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 17 April 2017

> seperti membaca ayat suci Al-Qur'an, menjadi imam dalam kegiatan yasinan, dan tahlil, selain itu kami juga melakukan tes kemampuan SDM melalui gerai gerai kami sepertihalnya di gerai resmi Honda disekolah, gerai axio, dan gerai Qubota. Masyarakat dapat melihat dan menggunakan langsung gerai kami sepertihalnya bengkel/gerai diluar.[159]

Pemaparan tersebut mendukung pemaparan sebelumnya dimana siswa ditunjuk secara acak dan dipanggil untuk menunjukkan beberapa kehlian dalam kegiatan kemasyarakatan, selain itu tes kualitas tersebut dilakukan dengan menggunakan gerai resmi Honda, gerai axio dan gerai Qubota yang digunakan untuk melayani *stakeholder*, kegiatan tersebut langsung ditangani oleh siswa SMK Islam Blitar, dengan adanya gerai resmi tersebut *stakeholder* mampu menilai keahlian siswa, dari keahlian siswa yang mumpuni kepercayaan *stakeholder* mampu bertahan. Pemaparan tersebut jug didukungoleh Pemaparan Bapak H. Sholihin, berikut pernytaan beliau

> Mengajak media dan masyarakat merupakan langkah yang kami lakukan dalam mempertahankan citra kami, dalam kegiatan Honda One Heart, kami mengajak *stakeholder* melihat ketrampilan siswa kami dalam merakit kendaraan bermotor, dengan adanya *stakeholder* yang hadir dan media yang melihat proses dan mendokumnekan kegiatan, kami merasa terbantu dalam mempubliskan dan secara tidak langsung mampu membantu kami dalam mempertahankan citra kami.[160]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dalam sebuah even yang digelar Honda One Heart, lembaga mengajak media untuk meliput langsung keterampilan siswa , dengan dilipunyanya kegiatan tersebut lembaga memperoleh keuntungan dari hasil publikasi, dari publikasi

[159] Wawancara dengan Rohman, Waka Sarana dan Prasaranan SMK Islam Blitar, pada 24 April 2017

[160] Wawancara dengan Sholihin, Kepala SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

tersebut persepsi *stakeholder* yang menerimanya akan semakakin membaik, dan lembaga mampu mempertahankan kepercayaan *stakeholder*, Pemaparan tersebut didukung oleh hasil observasi peniliti, adapun hasilnya sebagai berikut,

> Peneliti mengamaati beberapa gerai yang digunakan untuk praktek langsung dengan standart operasional prosedur yang ditentukan perusahaan, dari pengamatan peneliti, siswa mampu menerapkan SOP sehingga tidak ada perbedaan antara bengkel Resmi diluar lembaga dengan bengkel didalam lembaga, dalam sebuah even pelepasan siswa kelas XII peneliti juga menghadiri kegiatan tersebut menemani paman menghadiri pelepasan siswa kelas XII di SMK Islam Blitar, peneliti melihat keterampilan siswa dalam menerapkan kegiatan keagamaan dipraktikkan dalam kegiatan tersebut, selain itu dibuktikan dengan adanya misi lembaga yang menyatakan "Mewujudkan SMK Islam Blitar menjadi sekolah yang mampu mencetak teknisi yang profesional, beriman, bertaqwa kepada Allah SWT dan berakhlak mulia".[161]

Pemaparan tersebut didukung oleh dokumentasi peneliti, berikut dokumentasi peneliti,

Gambar 4.40
Mengajak Media Melakukan Tes Kealian[162]

[161] Observasi Kegiatan Siswa "Gerai Industr" dan Visi Misi SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 17 April 2017

[162] Dokumen "Menajak Median melakukan Tes Keahlian" siswa SMK IslamBlitar, Pada Tanggal 20 April 2017, Pukul 10.00 WIB

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah, kepercayaan *stakeholder* akan mampu bertahan ketika lembaga mampu menunjukkan kualitas dari peserta didik melaui **tes produk bersama media**, dengan adanya kualitas peserta didik mampu membentuk persepsi pada *stakeholder*, selain itu karakter yang ditunjukkan siswa mampu menunjukkan keberhasilan lembaga dalam mendidik, sehingga kepercayaan *stakeholder* mampu bertahan.

Kepercayaan adalah akibat dari bentuk nilai nilai yang tertanam yang dilandasi pada layanan merupakan salah satu langkah untuk menimbulkan pengalaman bagi *stakeholder*, Sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan narasumber Bapak Sudibyo, beliau menjelaskan bahwa

> Salah satu indikator membangun citra lembaga kami adalah dengan mengutamakan layanan pendidikan, contoh para orang tua meyakini bahwa lembaga kami memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang memadahi, kepercayaan ini diperoleh dari tinjauan langsung orang tua dan *stakeholder*, selain itu siswa kami menyampaikan ketersediaan sarana disekolah ini pada masyarakat sehingga lambat laun citra kami menjadi meningkat. [163]

Dari pemaparan tersebut dapat dijelaskan bahwa keyakinan orang tua pada lembaga terbentuk dengan adanya sarana dan prasarana yang memdahi mampu meningkatkan kepercayaan *stakeholder*. Hal senada juga diucapkan oleh Muhammad Sholihin. Berikut pemaparan beliau,

> Membangun kepercayaan bukan hal yang mudah dilakukan, dalam membangun kepercayaan tentunya layanan menjadi prioritas kami

[163] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

> di SMK Islam Blitar karena dengan pelayan yang baik masyarakat memahami bahwa lembaga menawarkan kemudahan dalam informasi dan kemudahan dalam memantau proses pembentukan, selain itu kualitas lulusan kami yang berkarakter islami maju satu langkah lebih unggul sehingga *stakeholder* percaya dengan lembaga kami, dengan adanya kepercayaan ini citra lembaga dapat meningkat, sehingga public lebih mengenal dan percaya.
> Layanan yang kami berikan yaitu dengan melakuan pemantaun proses belajar secara tidaklangsung dengan menggunakan sarana CCTV yang terhubung langsung dengan *Hand Phone* (HP) kami dalam melihat, mengamati, memantau proses KBM yang berjalan di lembaga ini, selain itu kami juga memfasilitasi untuk memantau KBM bersama wali murid yang sedang berkunjung kemari, hal ini ditujukan penanam persepsi bahwa lembaga ini memiliki kualitas dan sarana yang baik untuk menunjang KBM, dengan menajak melihat langsung prosesnya walimurid/*stakeholder* meyakini bahwa lembaga ini mampu dipercaya sehingga terbangunlah citra yang baik bagi lembaga.[164]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan dapat terbangun apabila layanan dijadikan prioritas utama, lembaga menawarkan kemudahan dalam informasi, kualitas lulusan yang berkarakter islami, adanya fasilitas pemantaun proses melalui HP yang terkoneksi dengan CCTV pada setiap ruangan mampu mempertahankan kepercayaan walimurid yang berkunjung pemaparan tersebut juga didukung pemaparan Bapak Rudi, adapun pemaparannya sebagai berikut,

> Kepercayaan dibangun melalui layanan sekolah kepada siswa, citra baik kami bangun melalui komunikasi yang baik dengan pihak perusahaan, selain itu citra yang kami peroleh saat ini didasarkan pada perusahaan yang mengobservasi/ meninjau sekolah terlebih dulu, dengan layanan yang baik beberapa perusahaan mau bekerjasama, seiring berjalannya waktu lembaga kami dipercaya tidak kurang dari 21 perusahan menengah dan besar.[165]

---

[164] Wawancara dengan M. Sholihin, Waka Kurikulum SMK Islam Blitar pada 17 April 2017
[165] Wawancara dengan Rudi, Guru SMK Islam Blitar pada 22 April 2017

Pemaparan tersebut menjelaskan kepercayaan mampu dipertahankan melalaui layanan, sepertihalnya layanan berkomunikasi, layanan *visiting* atau observasi, Pemaparan tersebut didukung oleh hasil observasi, adapun hasil observasi sebagai berikut,

> Saat saya melakukan wawancara dengan bagian tata usaha, saya melihat ada perusahaan Jasa Perjalanan (PO. Rosalia Indah) yang mengirimkan surat pemberitahuan lowongan pekerjaan kesekolah, pada saat itu terjadi pertukaran informasi, mengenahi persyaratan yang diingkan biro perjalanan, dan pihak tatausaha lembaga menanggapi dan melayani dengan baik.[166]

Berikut dokumentasi kemudahan layanan yang diberikan di SMK Islam Blitar,

Gambar 4.41
Permohonan Publikasi Lowongan Pekerjaan[167]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa **pelayan publik** merupakan prioritas utama lembaga, layanan yang diprioritaskan meliputi layanan yang berupa sarana prasarana dan layanan berkomunikasi, dengan adanya kemudahan

[166] Observasi Permohonan Publikasi Lowongan PO. Rosalia Indah, "Layanan" SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 19 April 2017, Pukul 09.00 WIB
[167] Dokumen Perbincangan Permohonan Publikasi Lowongan Kerja, "Layanan" SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 19 April 2017, Pukul 09.30 WIB.

pada duahal tersebu mampu menjaga kepercayaaan *stakeholder* yang diberikan pada lembaga.

Mempertahankan kepercayaan melalui penyesuaian kenutuhan merupakan slaah satu langkah dalam mempertahankan kepercayaan sebagaimana pemaparan Bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau

> Untuk mempertahankan kepercayaan *stakeholder* kami terus melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan ternama di Indonesia, sejauh ini masih 12 perusahaan besar yang bekerja sama dengan lembaga kami, hal tersebut digunakan sebagai upaya vokasi (hubungan antara sekolah dengan pekerjaan yang berkesinambungan), dengan adanya vokasi ini kami merasa terbantu dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* dengan lembaga kami.[168]

Pemaparan tersebut menjelaskan bagwa lembaga merasa terbantu dalam adanya vokasi yang digagas oleh pemerintah, (hubungan antara sekolah dengan pekerjaan yang berkesinambungan), sebagaimana Pemaparan tersebut didukung oleh bapak H. Sholihin, berikut pemaparan beliau,

> Untuk mempertahankan kepercayaan *stakeholder* kami senantiasa berbenah sesuai dengan kebutuhan *stakeholder*, salah satu bentuk pemenuhan selera pelanggan kami melakukan kerjasama dengan Axio, Samsung, Qubota Diezel, dan NPM (Honda Otopart), dimana kami membangun Axio Smart Classroom, Kami membangun tempat perakitan Qubota Diezel dan Kami membangun bengkel NPM motor yang menyediakan layanan service dan pembelian *sparepart*, dengan adanya local yang kami sediakan untuk *stakeholder* ini, harapannya adalah memenuhi kebutuhan SDM di perusahaan yang bekerjasama dengan lembaga kami.[169]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dalam rangka memenuhi kebutuhan *stakeholder*, lembaga melakukan pembenahan

---

[168] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017
[169] Wawancara dengan Sholihin, Kepala SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

kurikulum, dimisalkan seperti adanya kelas kelas industry. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan bapak Rohman, berikut pemaparan beliau

> Untuk mempertahankan kepercayaan *stakeholder* kita juga harus menyesuaikan dengan kebutuhan *stakeholder* kita, contoh kami bekerjasama dengan Axio sehingga kami menyediakan kelas Axio yang nantinya diluncurkan sertivikat pelatihan Axio, selain dari pada menghemat tenaga, waktu, dan biaya bagi perusahaan, hal demikian lembaga kami mampu memberik tenaga yang siap secara langsung untuk bekerja di Axio, selain itu perusahaan juga terbantu dalam pemasaran produknya, karena dikelas Axioo ini kami juga melayani service maupun pembelian untuk masyarakat.[170]

Pemaparan tersebut mendukung pemaparan sebelumnya dimana lembaga melakukakan pemenuhan kebutuhan *stakeholder* dengan melakukan pelatihan dini melalui kelas kelas industry yang nantinya peserta didik ini siap ditempatkan diperusahaan tanpa perlu mengikuti pelatihan lagi, selain itu dengan adanya kelas industri perusahaan juga merasa terbantu dalam memasarkan produk sekaligus, melakukan servis. Pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peneliti, adapun hasilnya adalah sebagai berikut,

> Peneliti melakukan pengamatan pada lingkungan sekitar dimana terdapat beberapa aktifitas siswa dalam melayani pelanggan, salah satunya digerai Honda, saya melihat beberapa pelanggan melakukan perawatan kendaraan bermotornya disana, kemudian saya mengamati aktifitas jual beli diesel Qubota yan berada dilembaga, disana seringkali terjadi pertukaran informasi, selain itu saya juga meninjaulangsung proses KBM pada kelas Axio, dimana kelas ini juga mengajar standart Operasional prosedur perakitam produk, hal tersebut juga tercermin pada kedua misi lembaga yaitu "Melaksanakan kurikulum berbasis kompetensi melalui pembelajaran dan penilaian berbasis kompetensi dan produksi" dan

[170] Wawancara dengan Rohman, Waka Sarana dan Prasaranan SMK Islam Blitar, pada 18 April 2017

> ”Meningkatkan kuantitas dan kualitas sumber daya sekolah melalui peningkatan kualifikasi ijazah, sertifikasi kompetensi”[171]

Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil dokumentasi peneliti, adapun dokumentasi sebagai berikut,

Gambar 4.42
Kelas Industri Axio[172]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa lembaga melakukan serangkaian kegiatan pembelajaran yang didasarkan pada **pemenuhan kebutuhan** *stakeholder*, dengan adanya kesinambungan antara lembaga dengan perusahaan secara langsung terjadi hubungan saling menguntungan pada keduanya, dengan adanya hubungan tersebut kepercayaan mampu tetap terjaga.

Mempertahankan kepercayaan melalui komunitas yang mampu membantu lembaga, sebagaimana pemaparan bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau,

> Secara umum community building/ comunitas pelanggan kami lakukan ketika kita menggelar kegiatan *Job Matching*, dari kegiatan inilah kami mempertemukan alumni, masyarakat dengan perusahaan dari apa yang saya amati kegiatan yang kami

[171] Observasi Aktifitas Gerai “Pemenuhan Kebutuhan *Stakeholder*” di SMK Islamn Blitar, Pada Tanggal 18 April 2017, Pukul 13.00 WIB
[172] Dokumentasi Kelas Industri, “Memenuhi Kebutuhan *Stakeholder*” SMK Islam Blitar, diambil Tanggal 18 April 2017, Pukul 11.00 WIB

> selenggarakan ini mampu menjaga kepercayaan *stakeholder* terhadap lembaga, sehingga banyak perusahaan yang menawarkan kerjasama lebih lanjut dengan lembaga kami.[173]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa lembaga membangun komunitas melalui even *job matching*, dengan adanya komunitas tersebut lembaga mampu melakukan kerjasa lebih lanjut pada perusahaan, dengan adanya kelanjutan maka kepercayaan akan senantiasa dapat terjaga. Pemaparan tersebut diperjelas oleh bapak Rohman, berikut pemaparan beliau :

> Ketika kita mengadakan kegiatan job *matching* ini, antusiasme warga sangatlah besar dalam menghadiri kegiatan ini, dan kami mampu menghadirkan 50 perusahaan dari berbagai penjuru Indonesia di SMK Islam Blitar, hal tersebut kami gunakan sebagai langkah dalam membentuk komunitas perusahaan sehingga dari tahun ketahun kami dapat menyelenggarakan kegiatan ini, al hasil selama ini kita memperoleh 12 perusahaan yang bersedia bekerjasa dengan lembaga kami.[174]

Pernyatan tersebut menjelaskan bahwa komunitas *stakeholder* ini digunakan sebagai langkah dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder*, dengan adanya komunitas perusahaan *stakeholder* akan menumbuhkan persepsi baik pada lembaga, dengan tumbuhnya persepsi baik pada *stakeholder* kepercayaan pada lembaga akan terjaga. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Bapak Lantip Sunyoto, berikut pemaparan beliau,

> Kami wali murid di informasi dan dianjurkan untuk menghadiri kegiatan job matching, saya melihat berbagai perusahaan yang menawarkan pekerjaan dan pada hari itu tidak sedikit yang menghadiri kegiatan tersebut, baik dari masyarakat maupun

[173] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017
[174] Wawancara dengan Rohman, Waka Sarana dan Prasaranan SMK Islam Blitar, pada 18 April 2017

> alumni, saya fikir dengan agenda demikian citra lembaga semakin baik, kepercayaan *stakeholder* semakin meningkat sehingga lembaga memiliki peluang besar dalam bekerjasama secara personal.[175]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa lembaga memeberikan anjuran untuk melihat *job maching* yang diselenggarakan oleh lembaga, pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peneliti, adapun hasil observasi sebagai berikut,

> Peneliti melakukan serangkaian pengamatan yang dibantu oleh bapak rudi, saat itu saya diajak berkeliling untuk melihat lokasi yang digunakan untuk menggelar komunitas tersebut, saya melihat lokasi yang dipakai, lokasi yang dipakai adalah aula asrama pondok pesantren digunakan sebagai tempat menggelar kegiatan komunitas tersebut, dengan memperlihatkan pondok pesantren yang abru pada *stakeholder* dimungkinkan tumbuhnya persepsi baik sehingga *stakeholder* tersebut merasa bahwa lembaga terus mengalami perkembangan, dengan persepsi demikian kepercayaan tersebut berdampak pada terjaganya kepercayaan *stakeholder* pada lembaga.[176]

Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil dokumentasi peneliti, adapun dokumentasi sebagai berikut,

Gambar 4.43
Lokasi Job Maching[177]

[175] Wawancara dengan Lantip Sunyoto, Walimurid SMK Islam Blitar pada 22 April 2017
[176] Observasi Tempat yang digunkan untuk Job Maching "Membentuk Komunitas" SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 22 April 2017, Pukul 11.00 WIB.
[177] Dokumentasi lokasi job maching "membangun komunitas" diambil Tanggal 18 April 2017, Pukul 11.45 WIB

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa **komitas** *stakeholder* dibangun melalui *job maching*, kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa bertahan jika *Stakeholder* terlibat langsung dalam kegiatan tersebut, selain itu dengan penempatan lokasi yang tepat mampu membetuk persepsi *stakeholder*, dari persepsi akan menumbuhkan penilaian pada eanak *stakeholder* sehingga kepercayaan pada lembaga mampu dipertahankan oleh *stakeholder* meelalui komunitas tersebut

c. Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* untuk Mengangkat Citra Lembaga

Berikut pemaparan bapak Sudibyo, terkait bagaimana brand nama islam yang menjadi wadah kaum muslim mendidik putra dan putriya,

> SMK Islam Blitar sebagai SMK Islam pertama di Blitar, dengan lembaga berlabel Islam tentunya hal pertama yang muncul dibenak masyarakat adalah lembaga terampil yang mampu memberiakan muatan keagamaan dalam proses belajar,dengan nama islam pada lembaga ini mampu menyerap peserta didik beragama islam, dengan adanya pembekalan peserta didik dengan nilai yang mencerminkan karakter umat islam dan mampu menenrapkan nilai nilai keagamaan dimasyarakat menjadikan daya tarik tersendiri sehingga dengan mayoritas penduduk di blitar beraga muslim tidak menutup kemungkinan SMK Islam menjadi salah satu lembaga yang mampu memikat hati *stakeholder*, selain itu untuk mencerminkan wajah islam pada diri lembaga kami mendirikan pondok pesantren yang nantinya dijadikan sebagai tempat untuk mengkaji kajian islam, dengan demikian citra lembaga menjadi semakin terankat dan citra yang baik lembaga dapat diperoleh.[178]

[178] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa lembaga merupakan lembaga setingkat SMK Islam tertua dan satu satunya di Blitar, dengan nama Islam yang melekat pada lembaga mampu membentuk persepsi *stakeholder* lembaga pendidikan yang mampu membentuk karakter yang terampil dan memiliki kepribadian sesuai dengan ajaran agama, selain itu untuk meningkatkan kepercayaan lembaga membangun identitas lembaga Islam dengan mendirikan pondok pesantren. Pemaparan tersebut juga didukung oleh perndidukung oleh pemaparan Bapak M. Sholihin, berikut pemaparan beliau,

> Pada umumnya pondok pesantren di Blitar mendirikan lembaga pendidikan untuk membantu menarik minat *stakeholder* hal tersebut pada realitanya mampu mengakat citra pondok pesantren, di SMK Islam Blitar kami berfikir dan menerapkan sebaliknya, dengan adanya lembaga pendidikan yang mendirikan pondok pesantren lembaga SMK Islam Blitar citranya menjadi lebih terangkat, hal tersebut menjadi salah satu pembuktian kami bahwa label Islam yang melekat bukan hanya sekedar nama.[179]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa pembuktian identitas Islam lembaga melaui mendirikan pondok pesantren menjadi salah satu daya tarik lembaga. Pemaparan berikut juga didukung oleh pemaparan bapak Puguh, berikut pemaparan beliau,

> Saya merupakan salah satu alumni SMK Islam Blitar angkatan 1987 pada waktu itu SMK Islam begitu diminati karena label islam yang melekat pada SMK Islam Blitar, daya tarik pelajar muslim yang berorientasi bekerja cukup besar sehingga tidak dipungkiri bahwa lembaga ini mampu membentuk karakter jujur disiplin dan memiliki spiritual yang baik dan mampu bekerja dengan baik, selain itu label islam dalam diri lembaga tersebut dibuktikan

[179] Wawancara dengan M. Sholihin, Waka Kurikulum SMK Islam Blitar pada 17 April 2017

> dengan berdirinya pondok pesantren sebagai pembentuk kepribadian santri dalam belajar.[180]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa antusiasme umat islam sangat besar terhadap lembaga dengan identitas islam, hal tersbut disebabkan oleh karakter yang mampu dibentuk oleh lembaga, selain itu dengan berdirinya pondok pesantren sebagai bentuk pembuktian yang mencerminkan wajah islam pada lembaga. pemaparan tersebut juga didukung oleh observasi peneliti, adapun hasil observasi sebagai berikut,

> Berdasarkan pengamatan peneliti, peneliti mengamati beberapa lembaga pendidikn setingkat dikota blitar, pada umumnya mayoritas lembaga pendidikan islam bentukan dari pondok pesantren, lembaga SMK Islam Blitar merupakan satu satunya lembaga pendidikan yang mendirikan pondok pesantren, ditambah lagi SMK Islam merupakan SMK pertama dengan label Islam, selain itu SMK Islam Blitar merupakan satu satunya SMK Islam di Kota Blitar.[181]

Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil dokumentasi peneliti, adapun dokumentasi sebagai berikut,

Gambar 4.44
Pondok Pesantren[182]

[180] Wawancara dengan Puguh, Alumni SMK Islam Blitar pada 22 April 2017
[181] Observasi Seluruh Lembaga Pendidikan di Kota Blitar, Pada Tanggal 24 April 2017
[182] Dokumen Pondok Pesantren sebagai wujud pembuktian "Identitas Lembaga" SMK Islam Blitar, Diambil Pada Tanggal 17 April 2017, Pukul 11.00 WIB

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa dalam meningkatkan kepercayaan *stakeholder* perlu adanya pembuktian **identitas**, pembuktian identitas tersebut dapat dilakukan melalui bangunan baru dengan program baru, selain itu program dan bangunan baru tersebut haruslah mampu memberikan daya tarik bagi *stakeholder*

Kegiatan belajar mengajar yang dibekali kebudayaan islam didalamnya tentunya mampu mengangkat citra lembaga belum lagi lembaga yang mampu mendirikan pondok pesantren didalamnya cukup efektif dalam mengngkat citra lembaga, sebagaimana pemaparan Bapak Sudibyo, berikut pernyataaan beliau

> Unruk mengangkat citra lembaga salah satu upaya yang kamilakukan adalah menkomunikasikan identitas lembaga kami dengan *stakeholder*, salah satu yang kami lakukan adaha dengan menggunakan sosialisai dan publikasi, salah satu contohnya adalah dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, di *facebook* kami mengupload beberapa kegiatan keislaman selain itu kami juga mengupload perkembagan lembaga salah satu contohnya adalah meng*upload* dokumentasi pendirian pondok pesantren kami.[183]

Pernyatakan tersebut menjelaskan bahwa dalam mengkomunikasikan identitas lembaga, slah satu langkah yang diambil adalah dengan menggunakan media sosial, sepertihalnya *facebook*, dalam menggunakan menupload dokumnetasi kita harus mampu memberikan makna pada dokum netersebut agar pesan dapat tersampaikan pada *stakeholder*. Pemaparan tersebut juga didukung oleh Bapak M. Muhtar Sulaiaman, berikut pemaparan beliau,

[183] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

> Untuk mengakat citra lembaga perkembangan dengan label islam harus terus dikembangkan, salah satu pengembangan adalah didirikannya pondok pesantren di SMK Islam Blitar, dengan hal tersebut nama islam semakin melekat dalam pribadi kami, salah satu langkah untuk mengkomunikasi pengemangan label islam kami dengan menggunakan rapat, kegiatan kemasyarakatan dan media sosial[184].

Pemaparan tersebut menjelaskan media yang digunakan dalam mengaplikasi identitas lembaga adalah melalui rapat, kegiatan keagamaan dan media sosial. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan Aji Arif, berikut penyataannya :

> Nama Islam pada SMK Islam Blitar menjadi daya tarik saya untuk bersekolah disana, selain dari pada itu lembaga juga memiliki kegiatan ekstra kurikule keagamaan seperti hadroh, selain itu berdirinya pondok pesantren membuat saya terpikat untuk bersekolah disana, hal tersebut saya ketahui dari aktifitas di media sosial.[185]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dengan media sosial calon peserta didik mengetahui adanya pondok pesantren dan kegiatan ekstra kurikuler keagamaan, dengan adanya hal tersebut mampu menarik minat calon peserta didik. Pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil observasi peneliti, berikut hasil observasi peneliti,

> Berdasarkan hasil observasi peneliti, peneliti mengamati aktifitas SMK Islam dimedia sosial, aktifitas yang ditunjukkan oleh SMK Islam selalu diperbaharui, begitupula dengan dokumentasi kegiatan yang dipublikasikan, selalu memiliki makna dalam penyampaiannya.[186]

---

[184] Wawancara dengan M. Muhtar Sulaiman, Waka Kesiswaan SMK Islam Blitar pada 18 April 2017

[185] Wawancara dengan Aji Arif, Siswa SMK Islam Blitar pada 18 April 2017

[186] Obseervasi pada Aktifitas Lembaga di Media Sosial, “Mengkomunikasikan Identitas Lembaga” , Diakses Pada Tanggal 20 April 2017, Pukul 20.00 WIB

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut diperoleh dokumentasi publikasi lembaga dalam media sosial, berikut dokumentasi yang diperoleh,

Gambar 4.45
Aktifitas Lembaga pada Media Sosial[187]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa identitas lembaga perlu **mengkomunikasikan identitas** dan senantiasa diperbaharui agar *stakeholder* dapat melihat sejauhmana pergerakan lembaga dalam mengembang label islam yang melekat pada lembaga, selain itu makna dalam dokumentasi harus benar benar tepat engan bahasa deskripsi yang jelas dan mudah dipahami, dengan adanya makna pada setiap dokumentasi kegiatan akan membentuk penilain pada diri *stakeholder*, dari penilaian tersebut kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa meningkat.

Dalam mengangkat citra lembaga sekolah perlu menentukan pesaing lembaga, dengan adanya pesaing yang bermunculan tentunya harus ada langkah yang diambil agar lembaga dapat bersaing dengan lembaga lain, berikut pemaparan Bapak Sudibyo :

[187] Dokumen Facebok "Aktifitas pada Media Sosial" SMK Islam Blitar, Diakses pada Tanggal 20 April 2017, Pukul 20.30 WIB

> Salah satu langkah dalam mengangkat citra lembaga adalah dengan menentukan bagaimana pesaing lembaga di Blitar, kami memang memiliki pesaing hanya saja pasar kita jelas bahwa siswa musim yang menjadi siswa kami, jika kita lihat SMK Islam dulunya berdiri dekat dengan beberapa pondok pesantren sehingga banyak siswa kami yang berasal dari pondok pesantren diluar sekolah, dengan kondisi yang demikian kami merasa diuntungkan dalam menarik minat peserta didik, seiring berjalannya waktu beberapa pondok pesantren ini mengikuti perkembangan moderen sehingga mendirikan sekolah, dengan melihat kondisi yang demikian kami mendirikan pondok pesantren dimana nantinya kami dapat menampung peserta didik yang tempat tinggalnya jauh dari SMK Islam Blitar.[188]

Pemaparan tersebut menjelaskan kondisi dimana lembaga memperoleh keuntungan dari beberapa pondok pesantrean yang berada dilingkungan sekolah, dengan seiring berjalannya waktu, pondok pesantren menderikan lembaga pendidikan sendiri, salah satu langkahnya adalah medirikan pondok pesantren sebagai bentuk kami dalam berkompetitor. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan bapak Sholihin, berikut pemaparan beliau,

> Untuk menjaga kelangsungan lembaga, kita juga perlu mengamati perkembangan beberapa lembaga dijenjang yang sama, hal tersebut kami lakukan karena input kita mayoritas adalah siswa yang berada di Blitar, untuk mengangkat citra lembaga hal tersebut perlu kami lakukan, dengan adanya data yang kami kumpulkan kami terus melakukan pengembangan dalam proses maupun fasilitas.[189]

Pemaparan tersebut menjelaskan perlu adanya pengamatan pada lembaga lembaga pendidikan lain, sebagai bentuk competitor lembaga melakukan pengembangan dalam proses maupun fasilitas, Pemaparan

---

[188] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017
[189] Wawancara dengan M. Sholihin, Waka Kurikulum SMK Islam Blitar pada 17 April 2017

tersebut juga didukung oleh pemaparan bapak Sholihin, berikut pemaparan beliau,

> Ketika kita ingin mengakat citra lembaga kita harus melihat seberapa jauh lembaga pesaing melakukan perkembangan, jika lembaga lain melakukan pengembangan dan kita hanya diam maka pasar kita dapat diambil oleh mereka, selain itu kita juga memiliki pesaing diwilayah jawa timur hal ini bertujuan untu meningkatkan kualitas kita agar kita tidak terpaku pada pesaing didaerah.[190]

Permaparan tersebut menjelaskan bahwa dalam bersaing kita harus melihat pesaing disekitar lembaga, pengembangan akan senantiasa dilakukan jika tidak ingin kalah bersaing, lembaga tidak boleh terpaku pada kompetitor lokal. Pemaparan pemaran tersebut juga didung oleh hasil observasi, adapun hasil observasi peneliti, sebagai berikut,

> Sejauh pengamatan peneliti lembaga SMK Islam memiliki competitor, lembaga lain yang didirikan merupakan lembaga yang didirikan oleh pondok pesantren, kurang lebih ada tiga pondok pesantren dilingkungan lembaga berdiri dan ketiganya mendirikan lembaga pendidikan. dengan menunjukkan misi lembaga "Menghasilkan lulusan yang berkualitas dan kompeten sehingga memiliki daya saing dan daya jual seiring dengan tuntutan dunia kerja nasional maupun internasional" hal tersebut menunjjukkan bahwa lembaga ingin berkompetitor agar mampu mencetak generasi penerus bangsa yang berkualitas, berdaya saing dan memiliki daya jual sumber daya manusia.[191]

Pernyataan tersebut juga didukung oleh hasil dokumentasi peneliti terkait prestasi siswa dalam berkompetitor dengan lembaga baik daerah maupun luar daerah , adapun dokumentasi sebagai berikut,

---

[190] Wawancara dengan Sholihin, Kepala SMK Islam Blitar pada 15 April 2017
[191] Observasi Lingkungan Lembaga, "Kemaun Berkompetitor" SMK Islam Blitar

Gambar 4.46
Irsyad Efendi, Juara 1 CNC Turning pada Lomba Kompetensi Siswa SMK Tingkat Provinsi Jawa Timur ke XXV 2016 di Nganjuk[192]

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa kondisi yang menguntungkan lembaga dapat berubah dengan seiring berjalannya waktu, kondisi yang menguntungkan suatu saat dapat berubah menjadi ancaman kelangsungan lembaga, untuk itu pengembangan harus senantiasa dilakukan agar lembaga tidak menglami kegagalan, sepertihalnya mendirikan pondok pesantren, mengembangkan proses maupun fasilitas, selain itu lembaga tidak boleh terpaku pada competitor didaerah, dengan adanya kepribadian yang menunjukkan **kemauan berkompetitor** lembaga akan mendapatkan apresiasi baik, belum lagi ditambah dengan prestasi prestasi yang dicapai, dengan adanya hal tersebut kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa dapat ditingkatkan.

[192] Dokumen Prestasi Siwa, "Kemauan Berkompetitor" Juara 1 CNC Turning pada LKS, Tingkat Jawa Timur di Jombang, diambil Pada Tanggal 20 April 2017, Pukul 11.00 WIB

Untuk mengangkat citra lembaga sekolah memiliki program pengembangan baru didalam pengembangannya mempertimbangkan kesesuain kebutuhan *stakeholder* dengan lembaga, sebagaimana pemaparan bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau,

> Salah satu langkah agar citra lembaga kita terangkat adalah dengan meluncurkan produk baru, dengan produk baru yang kita miliki minat *stakeholder* semakin bertambah beberapa contohnya adalah kita mendirikan pondok pesantren dimana pada umumnya pondok yang mendirikan lembaga pendidikan, selain itu kami juga menawarkan produk kelas industri yang siap untuk langsung bekerja diperusahaan, selain itu kami juga mengembangkan jurusan pendidikan di SMK Islam.[193]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dalam meningkatkan kepercayaan perlu adanya peluncuran produk baru, produk baru yang diluncurkan lembaga adalah pondok pesantren, dan kelas industri yang mampu menyiapkan tenaga kerja profesional. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan bapak Sholihin, berikut pemaparan beliau,

> Salah satu langkah untuk mengakat citra lembaga adalah dengan meluncurkan jurusan baru, jurusan baru ataupun pengembangan muatan baru pada jurusan jurusan di SMK Islam blitar tentunya mampu mengangkat citra lembaga hal tersebut kami lakukan juga dengan pertimbangan beberapa *stakeholder* yang membutuhkan tenaga kerja disekolah kami. [194]

Pemaparan tersebut memperkuat pemaparan sebelumnya dijelaskan pengembangan muatan baru dalam program keahlian mampu mengangkat citra lembaga. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan bapak M. Muhtar Sulaiman, berikut pemaparan beliau

---

[193] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017
[194] Wawancara dengan M. Sholihin, Waka Kurikulum SMK Islam Blitar pada 17 April 2017

> Jurusan baru dan program muatan yang dikembangkan dalam pembelajaran merupakan salah satu bentuk upaya sekolah dalam mengangkat citra lembaga, pengembangan yang kami lakukan juga atas pertimbangan *stakeholder* yang membutuhkan alumni kami, jadi setidaknya pengembangan yang kami lakukan mampu mengefisiensi perusahaan dalam melatih tenaga baru diperusahaannya.[195]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa dalam mengembangkan program keahlian perlu adanya keselarasan dengan *stakeholder*, sehingga mampu mengefisiensi pemberdayaan tenaga kerja *stakeholder*.

> bBerdasarkan observasi peneliti, peneliti mendapati tiga kelas industry sebagai wujud peluncuran produk baru, yaitu meliputi kelas axioo, kelas qubota dan kelas honda, ketiga kelas tersebut diluncurkan sebagai langkah dalam melakukan pengembangan dalam pembelajaran, selain itu produk baru juga tercermin dari misi lembaga "Meningkatkan kuantitas dan kualitas sumber daya sekolah melalui peningkatan kualifikasi ijazah, sertifikasi kompetensi".[196]

Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil dokumentasi peneliti, adapun dokumentasi sebagai berikut,

Gambar 4.47
Launching Axioo Class Program[197]

---

[195] Wawancara dengan M. Muhtar Sulaiman, Waka Kesiswaan SMK Islam Blitar pada 18 April 2017

[196] Observasi Kelas kelas Industri,"Peluncuran Produk Baru" SMK Islam Blitar, Pada Tanggal 18 April 2017

[197] Dokumen Launching Axioo Class Program, "Peluncuran Produk Baru" SMK Islam Blitar, diambil Pada Tanggal 18 April 2017, Pukul 13.00 WIB

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa **peluncuran produk baru** mampu memberikan daya tarik tersendiri, produk baru yang diluncurkan lembaga adalah pondok pesantren dan kelas industri, mengembangkan program keahlian perlu adanya keselarasan dengan karakteristik *stakeholder*, sehingga lebih berdayaguna, selain itu dengan hal baru masyarakat akan senantiasa ingin mengetahui hal baru apa yang diberikan, dengan adanya rasa ingin tau tersebut kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa meningkat, dengan demikian dapat dikatakan bahwa produk baru tersebut mampu meningkatkan kepercayaan

Untuk mengangkat citra lembaga kita perlu mengupayakan pendekatan, sebagaimana pemaparan yang disampaikan Bapak Sudibyo, berikut pemaparan beliau,

> Untuk mengangkat citra lembaga kita perlu melakukan pendekatan persuasive dengan *stakeholder*, sekolah menganjurkan birenteraksi secara aktif dan memberikan informasi yang diketahunya, salah satu contohnya adalah jika ada *stakeholder* yang berkunjung ke SMK Islam Blitar mereka akan dilayani dengan baik dan diajak untuk berkomunikasi kaitannya dengan kemajuan lembaga dan diberikan pengetahuan terkait lembaga, sedangkan untuk perusahaan yang menjalin kerjasama dengan kita, kita mengedepankan pendekatan secara personal dan memberikan kenyamanan sehingga dengan sikap kita yang baik dengan perusahaan mereka merasa menjadi simpati dengan sikap kita.[198]

Pemaparan tersebut menjelaskan adanya anjuran berinteraksi dengan siapapun baik masyarakat maupun *stakeholder* mampu meberikan dampak peningkatan kepercayaan pada lembaga, dengan

---

[198] Wawancara dengan Sudibyo, Waka Humas SMK Islam Blitar pada 15 April 2017

adanya pendekatan secara personal akan membuat *stakeholder* ini merasa dipedulikan dan lebh bersimpati pada lembaga. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan bapak Sholihin, berikut pemaparan beliau,

> Pendekatan persuasif merupakan langkah yang tepat dalam mengambil hati *stakeholder*, dengan kita memberikan penjelasan yang rasional dan didasarkan fakta dilapangan mungkin kita mampu membentuk persepsi yang lebih baik dari *stakeholder* kita, contoh jika kita mengenal seseorang yang memiliki jabatan di sebuah perusahaan kita mungkin bisa membujuknya untuk menjadi patner lembaga kita, komunikasi yang kita bangun adalah dengan mengedepankan budaya yang santun dan membuat rasa nyaman dengan *Stakeholder* tersebut, berdasarkan pengalaman hal tersebut merupakan cara yang terbukti mampu mengangkat citra lembaga.[199]

Pemaparan tersebut menjelaskan bahwa mengambil hati *stakeholder* dapat dilakukan melalui penjelasan yang rasional berdasarkan fakta yang ada, dengan adanya komunikasi dengan budaya santu dan ramah dimungkin mampu membujuk *stakeholder* , dengan terbujuknya *stakeholder* terhadap pengaruh yang kita berikan maka kepercayaan *stakeholder* mampu ditingkatkan. Pemaparan tersebut juga didukung oleh pemaparan bapak M. Muhtar Sulaiman, berikut pemaparan beliau,

> Kepribadian yang supel dan terbuka merupakan salah satu bentuk pendekatan persuasive yang kami bentuk untuk mengangkat citra lembaga, dengan kepribadian yang ramah dan santun secara tidak langsung mampu mempengaruhi prilaku *stakeholder*.[200]

Pemaparan tersebut menggambarkan budaya komunikasi yang dibangun dilembaga dimana dalam berkmunikasi kepribadian ramah dan

---

[199] Wawancara dengan M. Sholihin, Waka Kurikulum SMK Islam Blitar pada 17 April 2017

[200] Wawancara dengan M. Muhtar Sulaiman, Waka Kesiswaan SMK Islam Blitar pada 18 April 2017

santu akan mampu berpengaruh pada *stakeholder*. Pemaparan pemaparan tersebut juga didukung oleh hasil dokumentasi peneliti, adapun dokumentasi sebagai berikut,

> Berdasarkan pengamatan pemiliti, peneliti mencoba mengamati seluruh aktifitas karyawan, peneliti membuktikan sendiri bahwasanya peneliti diajak berbincang bincang dengan salah satu guru yang bernama bapak Rudi, pada saat itu saya mulai berinteraksi dengan beliau dan mulai mengenali identitas masing, dari interaksi tersebut selalu kita merujuk pada teman yang sama sam kita kenali, setelah itu saya diajak bicara kaitannya dengan perkembangan lembaga dan sejauhmana lembaga tersebut berkembang, saya merasa kami melakukan pembicaraan yang nyaman dan rasa simpati saya muncul ketika beliau tidak merasa enggan untuk mengajak saya berkeliling melihat kondisi dan menjelaskan bagaiman perkembangan lembaga.[201]

Pemaparan tersebut didukung oleh dokumentasi peneliti, adapun dokumentasinya sebagai berikut,

Gambar 4.48
Pendekatan Persuasif[202]

Berdasarkan pemaparan pemaparan tersebut dapat ditarik benang merah bahwa berinteraksi dengan *stakeholder* yang berkunjung

[201] Observasi Berdasarkan Perlakuan Lembaga terhadap *Stakeholder*, "Pendekatan Persuasif" warga SMK Islam Blitar, Pada tanggal 15 April 2017

[202] Dokumen Perbicangan anatara *Stakeholder* dan warga Lembaga, "Pendekatan Persuasif" SMK Islam Blitar, diambil pada tanggal 20 April 2017, Pukul 09.00 WIB

dapat digunakan sebagai langah pendekatan, lakukan pendekatan secara personal, budayakan santun dan ramah, dengan adanya pendekatan secara personal akan membuat *stakeholder* ini merasa dipedulikan dan lebh bersimpati pada lembaga, dengan adanya simpati maka dimungkinkan terjadi peningkatan kepercayaan *stakeholder* pada lembaga

B. Temuan Penelitian

Berdasaran paparan deskripsi data diatas, maka diperoleh temuan penelitian sebagai berikut:

1. Temuan Penelitian Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

a. Membangun Kepercayaan *Stakeholder* dalam Membentuk Citra Lembaga

1) Membangun Kepercayaan melaui landasan Filosofi
   a) Humas membangun kepercayaan *stakeholder* didadasarkan filosofi berdirinya lembaga
   b) Dengan adanya filosofi bagi lembaga, secara umum akan membentuk kepercayaan internal lembaga,
   c) setelah kepercayaan ini terbentuk didalam lembaga maka kepercayaan tersebut akan dapat dibentuk pada *stakeholder*
2) Membangun Kepercayaan melalui Alumni
   a) Alumni tersebut mempunyai keterikatan secara emosional

b) Dalam benak alumni dalam bekerja selalu membawa nama lembaga sekolahnya dulu,

c) Kinerja yang baik dari alumni membuat *stakeholder* dari tempat mereka bekerja menjadi lebih bersimpati sehingga lembaga lebih mudah dalam membuka kerjasama

d) Kepercayaan *stakeholder* tumbuh melalui alumni dan membentuk citra yang baik untuk lembaga

3) Membangun Kepercayaan melaui Program Keahlian yang ditawarkan

a) Sosialisasi jurusan/program yang ditawarkan,

b) Jurusan/ program yang ditawarkan memilikki daya tarik tersendiri,

c) Adanya kesinambungan program nawa cita pemerintah dan program keahlian lembaga

d) Pengintegrasian potensi daerah dengan program keahlian lembaga

e) Kepercayaan *stakeholder* mampu terbentuk akibat dari program program yang mengacu pada kemandirian.

4) Membangun Kepercayaan melaui Komunikasi visual dan verbal

a) Komunikasi visual dan verbal merupakan ujung tombak humas dalam membangun kepercayaan *stakeholder*,

b) Dengan komunikasi visual, mulai dari pakaian yang dikenakan tentunya

c) Dengan komunikasi verbal yang baik, rasional dan meyakinkan pada *stakeholder*

d) Pemahaman *stakeholder* akan komunikasi visual dan verbal menimbulkan kepercayaan *stakeholder*

b. Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* dalam Membangun Citra Lembaga

1) Mempertahankan Kepercayaan melalui Edukasi

a) Melakukan serangkaian edukasi pada *stakeholder* terkait sejauhmana perkembangan lembaga,

b) Mampu menggunakan kesempatan dalam memperkenalkan lembaganya pada setiap kegiatan yang diselenggarakan *stakeholder*

c) Mampu mengintegrasikan kegiatan edukasi *Stakeholder* pada kegiatan edukasi lembaga

d) Edukasi yang berpengaruh dapat memberikan dampak pada pembangunan citra lembaga

2) Mempertahankan Kepercayaan melalui Peluncuran Karya

a) Menunjukkan produk produk baru yang dihasilkan oleh peserta didik

b) Dengan adanya hal yang baru *stakeholder* mampu menilai dan memberikan apresiasi,

c) Dengan adanya apresiasi yang baik dari *stakeholder* kepercayaan *stakeholder* pada lembaga akan mampu bertahan

3) Mempertahankan Kepercayaan melaui Even

a) Humas melakukan serangkain even yang rutin dan

b) Menunjukkan karakteristik, perkembangan dan keunikan lembaga,

c) Dengan mengundang beberapa *stakeholder* yang mampu memberikan pengaruh besar, beberapa diantaranya adalah tokoh masyarakat, DPRD Komisi Pendidikan, Walikota, Kepala Sekolah tingkat SMP dan Kepala Polres Blitar.

d) Tokoh tokoh yang hadir tersebut secara tidak langsung akan memmabantu dalam proses mempertahankan kepercayaan *stakeholder*

4) Mempertahankan Kepercayaan melaui Pelayanan Publik

a) Salah satu langkah humas dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* adalah memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk *stakeholder*,

b) Pelayanan yang diberikan adalah berupa layanan transaksi barang dan jasa yang dilaksanakan pada gerai gerai milik SMK Negeri 3 Blitar,

c) Dengan adanya control humas pada gerai gerai tersebut akhirnya mampu membentuk konsistensi produk SMK Negeri 3 Blitar,

d) Dari konsistenya pelayanan pada gerai, *stakeholder* merasakan kenyamanan dan

e) Kenyamanan memberikan dampaknya bertahannya kepercayaan *stakeholder*

5) Mempertahankan Kepercayaan melaui tes karya dengan bantuan media
   a) Melakukan serangkaian tes produk yang disaksikan oleh media,
   b) Humas mampu membantu mengkomunikasikan produk lembaga pada media sehingga penilain yang baikpun tercipta dan
   c) Citra lembaga mampu terbangun dari penilain yang baik dari media.
6) Mempertahankan Kepercayaan *stakeholder* melalui Pemasaran dengan Teknik Layanan
   a) Pelayanan prima yang diberikan oleh humas mampu menhindari kesalahan informasi,
   b) Dengan adanya pelayanan yang prima dan ditangani oleh tim tersendiri yang beranggotakan Kepala Seolah, Waka, Humas, Waka. Sarana dan Prasarana, Waka, Kesiswaan, dan Waka Kurikulum yang juga merupakan tim pengembang lembaga yang menjadi *costumer service*, maka informasi dan layanan akan semakin baik
   c) Dapat mempercepat proses pelayanan dan mampu meminimalisir kesalahan informasi dan pelayanan pada *stakeholder*.
   d) Dengan adanya pelayanan yang demikian kepercayaan *stakeholder* akan tetap bertahan.
7) Membangun Kepercayaan melalui Pemenuhan Kebutuan

a) *Stakeholder* perlu mendapatkan perhatian agar kepercayaan yang telah terbentuk menjadi tetap terjaga,

b) Salah satu langkah humas adalah memperhatikan, mempertimbangkan dan memenuhi kebutuhan *stakeholder* yang beragam kepentingannya,

c) Jika humas mampu memenuhi kebuthan *stakeholder* maka kepercayaan akan mampu bertahan dan citra yang baik akan terbangun

8) Membangun Kepercayaan melalui Komunitas

a) Kepercayaan *stakeholder* mampu dipertahankan melaui komunitas pelanggan,

b) Humas mengambil langkah sebagai penyambung komunikasi dari seorang guru yang menjadi perwakilan PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia)

c) Dengan tidak tergabungnya humas secara langsung akan memudahkan pengelolaan humas dalam memenuhi harapan dan menjaga kepercayaan PHRI pada lembaga.

c. Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* untuk Mengangkat Citra Lembaga

1) Meningkatkan Kepercayaan melalui Identitas Lembaga

a) Menunjukkan identitas

b) Ditunjukkan melalui bentuk bangunan dan

c) Seragam yang dikenakan siswa

2) Meningkatkan Keprercayaan dengan Mengkomunikasikan Identitas
   a) Melalui melalui media TV, Radio, dan Media cetak lainnya
3) Meningkatkan Kepercayaan melaui Slogan
   a) Langkah lembaga untuk mengangkat citra adalah melalui slogan yang dibuat,
   b) Slogan tersebut mengandung semangat untuk terus eksis mengikuti perkembangan zaman,
   c) Slogan mampu memicu prestasi, dan menumbuhkan kreatifitas
4) Meningkatkan Kepercayaan melalui Pengaplikasian Slogan
   a) Slogan diaplikasikan pada setiap kegiatan
   b) Mungkinkan *stakeholder* mendengar slogan
   c) Semangat dari kata kata slogan yang disemarakkan akan mampu melekat pada ingatan *stakeholder*
   d) Dengan tersimpannya slogan dalam ingatan, dimungkinkan mempunyai tempat tersendiri di hati *stakeholder*
5) Meningkatkan Kepercayaan Melalui Pasar
   a) Menentukan potensi daerah yang menjadi pasar lembaga,
   b) Dengan adanya beberapa objek wisata di kota blitar smk negeri 3 blitar lebih cepat beradaptasi karena memiliki jurusan/program rumpun ekonomi kreatif dan pariwisata yang sangat cocok dengan potensi daerah,

c) Dengan berkesinambungannya potensi daerah dan jurusan/program yang dimiliki sehingga citra lembaga lebih cepat terangkat

6) Meningkatkan Kepercayaan melaui Persaingan

a) Menetukan pesaing lembaga sebagai pembanding

b) Selalu mengamati potensi yang dapat dilakukan pesaing

c) Menjadi terdepan, hal tersebut dilakukan agar tidak mengalami kekalahan bersaing

7) Meningkatkan Kepercayaan melalui Produk Baru

a) Produk baru hasil kreatifitas siswa terus diluncurkan

b) Peluncuran produk ini bertujuan agar *stakeholder* dapat melihat prestasi dari karya siswa,

c) Dengan produk baru akan mampu meningkatkan citra lembaga dimata *stakeholder*

8) Meningkatkan Kepercayaan melalui Pendekatan Persuasif

a) Pendekatan dengan media ceramah dan pidato pada siswa,

b) Melalui pengaruh guru pada siswanya akan lebih cepat tertanam,

c) Tertanamnya pemahaman lembaga pada siswa harapannya akan membentuk citra di lingkungan siswa bertempat tinggal.

Tabel 4.2
Matriks Temuan Penelitian Kasus I di SMK Negeri 3 Blitar

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
1.	Bagaimana cara Humas dalam membangun kepercayaan *Stakeholder* untuk membentuk citra lembaga	1) Membangun Kepercayaan melaui landasan Filosofi (a). Humas membangun kepercayaan *stakeholder* didadasarkan filosofi berdirinya lembaga (b). Dengan adanya filosofi bagi lembaga, secara umum akan membentuk kepercayaan internal lembaga, (c). setelah kepercayaan ini terbentuk didalam lembaga maka kepercayaan tersebut akan dapat dibentuk pada *stakeholder*	Humas menggunakan landasan filosofi dalam membangun keprcayaan dari dalam lembaga kemudian kepercayaan akan filosofi tersebut dibangun melalui serangkaian kegiatan agar mampu dibentuk pada *stakeholder*.
		2) Membangun Kepercayaan melalui Alumni (a). Alumni tersebut mempunyai keterikatan secara emosional (b). Dalam benak alumni dalam bekerja selalu membawa nama lembaga sekolahnya dulu (c). Kinerja yang baik dari alumni membuat *stakeholder* dari tempat mereka bekerja menjadi lebih bersimpati sehingga lembaga lebih mudah dalam menjalin kerjasama (d). Kepercayaan *stakeholder* tumbuh melalui alumni dan membentuk citra yang baik untuk lembaga	Humas menggunakan Alumni dengan kinerja yang bagus yang terikat secara emosional dengan lembaga sebagai alumni yang mencerminkan kinerja lembaga pada *stakeholder*
		3) Membangun Kepercayaan melaui Program Keahlian yang ditawarkan (a). sosialisasi jurusan/program yang ditawarkan, (b). jurusan/ program yang ditawarkan memilikki daya tarik tersendiri, (c). adanya kesinambungan program nawacita pemerintah dan	Humas menggunakan Program keahlian yang ditawarkan dengan merujuk pada kesinambungan program pemerintah pada program keahlian lembaga, dan menjadikan potensi daerah sebagai acuan dasar pembuatan program keahlian

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		program keahlian lembaga (d). pengintegrasian potensi daerah dengan program keahlian lembaga (e). kepercayaan *stakeholder* mampu terbentuk akibat dari program program yang mengacu pada kemandirian.	
		4) Membangun Kepercayaan melaui Komunikasi visual dan verbal (a). Komunikasi visual dan verbal merupakan ujung tombak humas dalam membangun kepercayaan *stakeholder*, (b). Dengan komunikasi visual, mulai dari pakaian yang dikenakan tentunya (c). Dengan komunikasi verbal yang baik, rasional dan meyakinkan pada *stakeholder* (d). Pemahaman *stakeholder* akan komunikasi visual dan verbal menimbulkan kepercayaan *stakeholder*	Humas menggunakan komunikasi visual dan verbal melalui cara berpakaian dan komunikasi yang baik, rasional untuk meyakinkan *stakeholder*.
2.	Bagaimana cara Humas dalam mempertahankan kepercayaan *Stakeholder* dalam membangun citra lembaga	1) Mempertahankan Kepercayaan melalui edukasi (a). Melakukan serangkaian edukasi pada *stakeholder* terkait sejauhmana perkembangan lembaga (b). mampu menggunakan kesempatan dalam memperkenalkan lembaganya pada setiap kegiatan yang diselenggarakan *stakeholder* (c). mampu mengintegrasikan kegiatan edukasi *stakeholder* pada kegiatan edukasi lembaga (d). edukasi yang berpengaruh dapat memberikan dampak pada pembangunan citra lembaga	Humas memberikan edukasi pada *stakeholder*, edukasi yang diberikan dapat dilakukan melalui kegiatan yang diselenggarakan oleh *stakeholder* di lembaga, dengan bertempatnya kegiatan tersebut lembaga harus mampu mengintegrasikan kegiatan *stakeholder* dengan kegiatan edukasi lembaga.

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		2) Mempertahankan Kepercayaan melalui Peluncuran Karya (a). Menunjukkan produk produk baru yang dihasilkan oleh peserta didik (b). dengan adanya hal yang baru *stakeholder* mampu menilai dan memberikan apresiasi, (c). dengan adanya apresiasi yang baik dari *stakeholder* kepercayaan *stakeholder* pada lembaga akan mampu bertahan	Humas meluncurkan karya baru kreativitas siswa, dengan ditunjukkannya karya tersebut apresiasi dari *stakeholder*pun akan diperoleh sehingga kepercayaan *stakeholder* akan mampu bertahan
		3) Mempertahankan Kepercayaan melaui Even (a). Humas melakukan serangkain even yang rutin dan (b). Menunjukkan karakteristik, perkembangan dan keunikan lembaga, (c). Dengan mengundang beberapa *stakeholder* yang mampu memberikan pengaruh besar, beberapa diantaranya adalah tokoh masyarakat, DPRD Komisi Pendidikan, Walikota, Kepala Sekolah tingkat SMP dan Kepala Polres Blitar. (d). Tokoh tokoh yang hadir tersebut secara tidak langsung akan memmabantu dalam proses mempertahankan kepercayaan *stakeholder*	Humas membangun serangkain even rutin yang menunjukkan karakteristik lembaga, dengan mengundang tokoh dimasyarakat, denga adanya tokoh yang diundang akan mampu memberikan pengaruh terhadap *stakeholder* dan berdampak pad bertahannya kepercayaan *stakeholder* pada lembaga.
		4) Mempertahankan Kepercayaan melaui Pelayanan Publik (a). Salah satu langkah humas dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* adalah memberikan pelayanan sebaik mungkin untuk *stakeholder*, (b). Pelayanan yang diberikan adalah berupa layanan transaksi barang dan jasa yang dilaksanakan pada gerai gerai milik SMK Negeri 3 Blitar, (c). Dengan adanya kontrol humas pada gerai gerai tersebut	Humas menkoordinasikan serangkaian pelayanan publik pada gerai yang dimiliki lembaga, dari proses transaksi antara publik dan siswa, *stakeholder* akan mampu memberikan penilaian pada lembaga yang didasarkan pada produk siswa dan layanan yang

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		akhirnya mampu membentuk konsistensi produk SMK Negeri 3 Blitar, (d). Dari konsistenya pelayanan pada gerai, *stakeholder* merasakan kenyamanan dan (e). Kenyamanan memberikan dampaknya bertahannya kepercayaan *stakeholder*	konsisten. Dari penilain yang baik kepercayaan *stakeholder* dapat bertahan pada lembaga
		5) Mempertahankan kepercayaan melaui tes karya dengan bantuan media (a). Melakukan serangkaian tes produk yang disaksikan oleh media, (b). Humas mampu membantu mengkomunikasikan produk lembaga pada media sehingga penilain yang baikpun tercipta dan (c). Citra lembaga mampu terbangun dari penilain yang baik dari media.	Humas mengajak media dalam meliput karya peserta didik, dengan adanya karya yang ditunjukkan pada media, humas harus mampu membantu dalam mengkomunikasikan karya sehingga terciptalah penilaian yang baik pada media
		6) Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui pemasaran dengan teknik layanan (a). Pelayanan prima yang diberikan oleh humas mampu menhindari kesalahan informasi, (b). Dengan adanya pelayanan yang prima dan ditangani oleh tim tersendiri yang beranggotakan *Kepala Seolah, Waka, Humas, Waka. Sarana dan Prasarana, Waka, Kesiswaan, dan Waka Kurikulum* yang juga merupakan tim pengembang lembaga yang menjadi costumer service, maka informasi dan layanan akan semakin baik (c). Dapat mempercepat proses pelayanan dan mampu meminimalisir kesalahan informasi dan pelayanan pada	Humas menggunkan teknik pelayanan prima dengan ditangani tim khusus dalam melayani *Stakeholder*, dengan pelayanan prima mampu meminimalisir kesalahan informasi, dan proses pelayanan dapat dilakukan dengan cepat.

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		Stakeholder. (d). Dengan adanya pelayanan yang demikian kepercayaan *Stakeholder* akan tetap bertahan.	
		7) Mempertahankan Kepercayaan melalui Pemenuhan Kebutuan (a). *Stakeholder* perlu mendapatkan perhatian agar kepercayaan yang telah terbentuk menjadi tetap terjaga, (b). Salah satu langkah humas adalah memperhatikan, mempertimbangkan dan memenuhi kebutuhan *Stakeholder* yang beragam kepentingannya, (c). Jika humas mampu memenuhi kebuthan *Stakeholder* maka kepercayaan akan mampu bertahan dan citra yang baik akan terbangun	Humas memenuhi kebutuhan *Stakeholder*, melalui pertimbangan dan memperhatikan sejauhmana kebutuhan dapat dipenuhi.
		8) Mempertahankan Kepercayaan melalui Komunitas (a). Kepercayaan *Stakeholder* mampu dipertahankan melaui komunitas pelanggan, (b). Humas mengambil langkah sebagai penyambung komunikasi dari seorang guru yang menjadi perwakilan PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia) (c). Dengan tidak tergabungnya humas secara langsung akan memudahkan pengelolaan humas dalam memenuhi harapan dan menjaga kepercayaan PHRI pada lembaga.	Humas berperan sebagai komunikator antara Komunitas dengan lembaga, dengan tidak bergabungnya humas secara langsung, pergerakan humas akan lebih baik lagi sehinggga dapat memenuhi harapan komuntas
3.	Bagaimana cara Humas untuk Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* dalam Mengangkat Citra	1) Meningkatkan Kepercayaan melalui Identitas Lembaga (a). Menunjukkan identitas (b). Ditunjukkan melalui bentuk bangunan dan (c). Seragam yang dikenakan siswa	Humas meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dengan meberikan penjelasan dan menunjukkan identitas lembaga melaui bentuk bangunan, dan seragam yang digunakan

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
	Lembaga		
		2) Meningkatkan Keprercayaan dengan Mengkomunikasikan Identitas (a). Melalui melalui media TV, radio, dan media cetak lainnya	Humas mengkomunikasikan identitas tersebut melalui media, sehingga *stakeholder* mampu menjangkau informasi yang disampaikan.
		3) Meningkatkan Kepercayaan melaui Slogan (a). Langkah lembaga untuk mengangkat citra adalah melalui slogan yang dibuat, (b). Slogan tersebut mengandung semangat untuk terus eksis mengikuti perkembangan zaman, (c). Slogan mampu memicu prestasi, dan menumbuhkan kreatifitas	Humas membentuk slogan yang mampu menumbuhkan semangat, terus eksis dan mampu memicu prestasi dan kreatifitas siswa
		4) Meningkatkan Kepercayaan melalui Pengaplikasian Slogan (a). Slogan diaplikasikan pada setiap kegiatan (b). Mungkinkan *stakeholder* mendengar slogan (c). Semangat dari kata kata slogan yang disemarakkan akan mampu melekat pada ingatan *stakeholder* (d). Dengan tersimpannya slogan dalam ingatan, dimungkinkan mempunyai tempat tersendiri di hati *stakeholder* .	Humas mengkoordinasikan slogan agar mampu terdengan oleh *stakeholder*, dengan terdengarnya slogan yang disenarakkan akan mampu melekat pada ingatan *stakeholder* sehingga slogan memiliki ruang tersendiri dihati *stakeholder*.
		5) Meningkatkan Kepercayaan Melalui Pasar (a). Menentukan potensi daerah yang menjadi pasar lembaga, (b). Dengan adanya beberapa objek wisata di kota blitar smk negeri 3 blitar lebih cepat beradaptasi karena memiliki jurusan/program rumpun ekonomi kreatif dan pariwisata	Humas melihata potensi pasar, dengan adanya kesesuaian program keahlian dan potensi daerah, maka akan terbentuk integrasi keperayaan pada potensi daerah dengan program keahlian.

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		yang sangat cocok dengan potensi daerah, (c). Dengan berkesinambungannya potensi daerah dan jurusan/program yang dimiliki sehingga citra lembaga lebih cepat terangkat	
		6) Meningkatkan Kepercayaan melaui Persaingan (a). Menetukan pesaing lembaga sebagai pembanding (b). Selalu mengamati potensi yang dapat dilakukan pesaing (c). Menjadi terdepan, hal tersebut dilakukan agar tidak mengalami kekalahan bersaing	Humas menentukan pesaing, mengamati potensi persaingan agar *stakeholder* dapat melihat kemauan lembaga untuk bersaing
		7) Meningkatkan Kepercayaan melalui produk Baru (a). Produk baru hasil kreatifitas siswa terus (b). Peluncuran produk ini bertujuan agar *stakeholder* dapat melihat prestasi dari karya siswa, (c). Dengan produk baru akan mampu meningkatkan citra lembaga dimata *stakeholder*	Humas meluncurkan produk kreatifitas siswa, dengan adanya peluncuran produk tersebut *stakeholder* dapat melihat prestasi dari karya siswa.
		8) Meningkatkan Kepercayaan melalui Pendekatan Persuasif (a). Pendekatan dengan media ceramah dan pidato pada siswa, (b). Melalui pengaruh guru pada siswanya akan lebih cepat tertanam, (c). Dari tertanamnya pemahaman lembaga pada siswa harapannya akan membentuk citra di lingkungan siswa bertempat tinggal.	Humas memberikan pengaruh melaui pendekatan persuasive dengan menggunakan media ceramah dari guru pada siswanya, dari informasi yang diterima akan berpengaruh pada *stakeholder* dilingkungan tempat tinggal siswa.

Berdasarkan analisis temuan penelitian kasus I diatas, dapat dirarik benang merah sebagai berikut,

a. Humas membangun kepercayaan *stakeholder* melalui landasan filosofi yang dibangun dalam diri lembaga kemudian kepercayaan akan filosofi tersebut dibangun melalui serangkaian kegiatan agar mampu dibentuk pada *stakeholder*, memberdayakab alumni dengan kinerja yang bagus yang terikat secara emosional dengan lembaga sehingga mampu menjaga nama baik lembaga dan mencerminkan karakter lembaga, mengintegrasikan program keahlian yang ditawarkan dengan merujuk pada kesinambungan program pemerintah pada program keahlian lembaga, dan menjadikan potensi daerah sebagai acuan dasar pembuatan program keahlian, selain itu untuk mendukung hal tersebut diperlukan komunikasi visual dan verbal melalui cara berpakaian dan komunikasi yang baik dan rasional untuk meyakinkan *stakeholder*.
b. Humas mempertahankan kepercayaan dengan memberikan edukasi pada *stakeholder*, edukasi yang diberikan dapat dilakukan melalui kegiatan yang diselenggarakan oleh *stakeholder* di lembaga sehingga terbentuk integrasikan kegiatan *stakeholder* dengan kegiatan edukasi lembaga, meluncurkan karya baru kreativitas siswa, dengan ditunjukkannya karya tersebut apresiasi baik akan diberikan oleh *stakeholder*, membangun serangkain even rutin yang mengundang tokoh dimasyarakat, denga adanya tokoh yang diundang akan mampu memberikan pengaruh terhadap *stakeholder* lain, menkoordinasikan serangkaian pelayanan

public pada gerai sehingga terjalin proses transaksi antara public dan siswa, dengan adanya pelayanan yang konsisten akan membentuk persepsi baik dari *stakeholder*, selain itu dalam memberikan pelayan perlu adanyat teknik pelayanan prima dengan tim khusus yang mampu meminimalisir kesalahan komunikasi sehingga *stakeholder* dapat terlayani dengan baik, mengajak media dalam meliput karya peserta didik dari segi proses hingga hasil akan membantu dalam memberikan pemahaman public dari publikasi media, mempertimbangkan dan meperhatikan sejauhmana kebutuhan *stakeholder* hinga mampu dipenuhi oleh lembaga, berperan aktif pada komunitas yang mampu memberikan keuntungan bagi lembaga.

c. Humas meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dengan meberikan penjelasan dan menunjukkan identitas lembaga melaui bentuk bangunan, dan seragam yang digunakan, mengkomunikasikan identitas tersebut melalui media, sehingga *stakeholder* mampu menjangkau informasi yang disampaikan, membentuk slogan yang mampu menumbuhkan semangat, terus eksis dan mampu memicu prestasi dan kreatifitas siswa, mengkoordinasikan slogan agar mampu terdengan oleh *stakeholder* sehingga mampu melekat pada ingatan *stakeholder*, menganalisa potensi pasar sebagai acuan pengintegrasian program keahlian dan potensi daerah, menentukan pesaing, mengamati potensi pesaingan daerah dan luar daerah dan menunjukkan keberhasilan dalam bersaing, meluncurkan

produk kreatifitas siswa yang mampu menunjukkan prestasi, melakukan serangkaian pendekatan persuasive baik secara internal maupun eksternal

berdasarkan analisis temuan penelitian kasus diatas, maka dapat ditarik proposisi sebagai berikut:

a. Proposisi I

P.1.1 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Landasan Filosofi maka Terbentuk Citra lembaga

P.1.2 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Program Keahlian maka Terbentuk Citra lembaga

P.1.3 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunikasi Visual maka terbentuk Citra lembaga

P.1.4 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunikasi Verbal maka terbentuk Citra lembaga

b. Proposisi II

P.2.1 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pemberian Edukasi maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.2 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Peluncuran Karya maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.3 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Even maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.4 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pelayanan Publik maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.5 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Tes Produk Bersama Media maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.6 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Tehnik Layanan maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.7 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pemenuhan Kebutuhan maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.8 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunitas maka Terbangun Citra Lembaga

c. Proposisi III

P.3.1 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Identitas Lembaga maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.2 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Mengkomunikasikan Identitas Lembaga maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.3 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Slogan maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.4 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Mengaplikasikan Slogan maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.5 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Potensi Pasar maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.6 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Kemauan Bersaing maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.7 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Peluncuran Produk maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.8 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pendekatan Persuasif maka Terangkat Citra lembaga

2. Temuan Penelitian Kasus II (SMK Islam Blitar)

a. Cara Humas dalam Membangun Kepercayaan Stakehlder untuk Membentuk Citra

1) Membangun Kepercayaan melalui Figur Pemimpin

a) Figure seorang kepala sekolah haruslah memiliki rekam jejak yang bagus,

b) Memiliki kepribadian yang ramah dan berwibawa

c) Memiliki relasi yang tidak sedikit,

d) Kepercayaan *stakeholder* akan terbangun melalui karakteristik figur yang demikian

2) Membangun Kepercayaan melalui Figur Humas

a) Humas merupakan peran yang cukup vital dalam lembaga kejuruhan,

b) Peran sebagai penghubung antara kurikulum sekolah dengan kompetensi keahlian,

c) Figur humas haruslah orang yang suple dalam bergaul, dan memiliki banyak relasi, dengan

d) Adanya teman yang memiliki jabatan dalam perusahaan akan membantu membuka gerbang kerjasama antara lembaga dan perusahaan.

e) Sikap figur humas tersebut mencerminkan visi dan misi lembaga

3) Membangun Kepercayaan melaui Figur Karyawan

a) Karyawan memiliki potensi sebagai figur yang berpengaruh dilingkungan masyarakat,

b) Dengan adanya figur tokoh masyarakat dalam diri karyawan maka masyarakat akan menaruh keprcayaan pada lembaga

c) Kepribadian figur mewakili karakteristik dan kepribadian lembaga.

4) Membangun Kepercayaan melaui Alumni

a) Alumni yang sudah bekerja diperusahaan mampu menunjukkan kualitas dan kuantitasnya,

b) Banyak prestasi yang dicapai oleh alumni,

c) Selain itu alumni yang telah sukses mampu menarik tenaga kerja,

d) Alumni yang telah sukses memiliki keterikatan emosional dengan lembaga, dengan demikian kepercayaan *stakeholder* dapat dibangun.

5) Membangun Kepercayaan melalui Komunikasi Verbal

a) Kepercayaan *stakeholder* mampu dibangun melalui informasi lisan

b) Informasi lisan yang disampaikan oleh lembaga haruslah mampu melekat dalam diri seluruh karyawan,

c) Dengan melekatnya informasi mampu mencukupi ketersediaan informasi lembaga,

d) Dengan adanya *stakeholder* yang berkunjung mampu diajak untuk berbincang bincang mengenai perkembangan lembaga,

e) Selain itu informasi baru dapat cepat tersampaikan.

6) Membangun kepercayaan melalui Komunikasi Visual

a) Lembaga melayani *stakeholder* yang berkunjung maupun meninjau,

b) Lembaga mampu membuktikan kondisi sebenarnya,

c) berdirinya layanan pondok pesantren, menjadikan daya tarik tersendiri bagi *stakeholder*,

d) Selain itu budaya tidak membatasai aktifitas siswa dilingkungan mampu membuktikan kultur budaya yang baik dengan lingkungan masyarakat

e) Persepsi baik *stakeholder* akan terbangun dengan melihat keadaan sesungguhnya dengan tumbuhnya persepsi baik terbangunlah kepercayaan *stakeholder* pada lembaga

b. Cara Humas dalam Mempertahankan Kepercayaan untuk Membangun Citra

1) Mempertahankan kepercayaan melaui ceramah dan sosialisasi

a) Dengan adanaya kegiatan yang mampu memberikan edukasi ketertarikan *stakeholder* akan semakin besar,
b) Dengan adanya ketertarikan perwakilan lembaga mampu menyelipkan pengedukasian dalam mengenali lebih dalam lembaga,
c) Selain itu pengedukasian dalam bentuk sosialisasi mampu membantu lembaga dalam menarik minat siswa untuk belajar pada lembaga,
d) Dari kegiatan kegiatan tersebut *stakeholder* dapat menilai lembaga,
e) Dengan penlain yang baik dari *stakeholder* kepercayaan akan senantiasa terjaga

2) Mempertahankan Kepercayaan melalui Even
a) Kepercayaan *stakeholder* mampu dipertahankan ketika lembaga mampu menggelar beberapa even yang bermakna,
b) Mengundang keramain public dan bersifat competitor,
c) Dengan demikian akan membantu *stakeholder* dalam menambahkan penilaian pada diri *stakeholder*,
d) Dengan penilain dan apresiasi baik kepercayaan *stakeholder* akan mampu bertahan.

3) Mempertahankan Kepercayaan melalui Pengembangan Pelayanan Publik

a) Kepercayaan mampu dipertahankan dengan mengembangkan pelayanan publik
b) Melalui mempertemukan para pencari tenaga kerja dan pencari kerja,
c) Informasi yang tersampaikan sampaikan akan berpengaruh mempengaruhi *stakeholder* lain,
d) Dengan pemberian layanan gratis, pelayan akan memberikan dampak jangka panjang untuk lembaga,
e) Program PKL yang ditangani oleh serius dan dilakukannya pendampingan maka akan memberikan dampak hubungan yang lebih baik,
f) Selain itu pemetaan informasi pada setiap ruang mempermudah *stakeholder* dalam menggali informasi.
g) Dari pengembang pelayanan yang dilakukan tersebut mampu membentuk persepsi *stakeholder* sehingga kepercayaan *stakeholder* mampu bertahan

4) Mempertahankan Kepercayaan dengan Tes Keterampilan melalui Media
   a) Kepercayaan *stakeholder* akan mampu bertahan ketika lembaga mampu menunjukkan kualitas dari peserta didik pada media
   b) Dengan adanya kualitas peserta didik mampu membentuk persepsi pada media

c) Dengan adanya publikasi media, mampu menjangkau *stakeholder* yang jauh,

d) Selain itu karakter yang ditunjukkan siswa mampu menunjukkan keberhasilan lembaga dalam mendidik,

e) sehingga kepercayaan *stakeholder* mampu bertahan dengan adanya bantuan media.

7) Mempertahankan Kepercayaan melaui Layanan

a) Layanan merupakan prioritas utama lembaga,

b) Layanan yang diprioritaskan meliputi layanan yang berupa sarana prasarana dan layanan berkomunikasi,

c) dengan adanya kemudahan pada duahal tersebu mampu menjaga kepercayaaan *stakeholder* yang diberikan pada lembaga.

8) Mempertahankan Kepercayaan melalui Pemenuhan Kebutuhan

a) Lembaga melakukan serangkaian kegiatan pembelajaran yang didasarkan pada kebutuhan *stakeholder*,

b) Dengan adanya kesinambungan antara lembaga dengan perusahaan

c) Secara langsung terjadi hubungan saling menguntungan pada keduanya,

d) Dengan adanya hubungan tersebut kepercayaan mampu tetap terjaga.

9) Mempertahankan Kepercayaan melalui Komunitas

a) Komitas *stakeholder* dibangun melalui *job maching*,

b) Kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa bertahan jika *stakeholder* terlibat langsung dalam kegiatan tersebut,

c) Selain itu dengan penempatan lokasi yang tepat mampu membetuk persepsi *stakeholder*,

d) Dari persepsi akan menumbuhkan penilaian pada benak *stakeholder*

e) Kepercayaan pada lembaga mampu dipertahankan oleh *stakeholder* meelalui komunitas tersebut

c. Cara Humas dalam Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* untuk Mengangkat Citra Lembaga

1) Meningkatkan Kepercayaan melalui Identitas Lembaga

a) Meningkatkan kepercayaan *stakeholder* perlu adanya pembuktian identitas,

b) Pembuktian identitas tersebut dapat dilakukan melalui bangunan baru dan program baru,

c) Selain itu program dan bangunan baru tersebut haruslah mampu memberikan daya tarik bagi *stakeholder*

2) Meningkatkan Kepercayaan melalui Mengkomunikasikan Identitas Lembaga

a) Identitas lembaga perlu dikomunikasikan dan senantiasa diperbaharui agar

b) *Stakeholder* dapat melihat sejauhmana pergerakan lembaga dalam mengembang label islam yang melekat pada lembaga,

c) Selain itu makna dalam dokumentasi harus benar benar tepat dengan bahasa deskripsi yang jelas dan mudah dipahami,

d) Dengan adanya makna pada setiap dokumentasi kegiatan akan membentuk penilain pada diri *stakeholder*,

e) Dari penilaian tersebut kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa meningkat.

3) Meningkatkan Kepercayaan melaui Kesediaan Berkompetitor

a) Kondisi yang menguntungkan lembaga dapat berubah dengan seiring berjalannya waktu,

b) Kondisi yang menguntungkan suatu saat dapat berubah menjadi ancaman kelangsungan lembaga,

c) Pengembangan harus senantiasa dilakukan agar lembaga tidak menglami kegagalan,

d) Sepertihalnya mendirikan pondok pesantren, mengembangkan proses maupun fasilitas,

e) Selain itu lembaga tidak boleh terpaku pada competitor didaerah,

f) Dengan adanya kepribadian yang mau berkompetitor lembaga akan mendapatkan apresiasi baik,

g) Belum lagi ditambah dengan prestasi prestasi yang dicapai,

h) Dengan adanya hal tersebut kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa dapat ditingkatkan.

4) Meningkatkan Kepercayaan melaui Peluncurkan Produk Baru

a) Peluncuran produk baru mampu memberikan daya tarik tersendiri,
b) Produk baru yang diluncurkan lembaga adalah pondok pesantren dan kelas industri,
c) Mengembangkan program keahlian perlu adanya keselarasan dengan karakteristik *stakeholder*,
d) Sehingga lebih berdayaguna,
e) Selain itu dengan hal baru masyarakat akan senantiasa ingin mengetahui hal baru apa yang diberikan,
f) Dengan adanya rasa ingin tau tersebut kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa meningkat,
g) Dengan demikian dapat dikatakan bahwa produk baru tersebut mampu meningkatkan kepercayaan

5) Meningkatkan Kepercayaan melalui Pendekatan
a) Berinteraksi dengan *stakeholder* yang berkunjung dapat digunakan sebagai langkah pendekatan,
b) Lakukan pendekatan secara personal,
c) Budayakan santun dan ramah,
d) Dengan adanya pendekatan secara personal akan membuat *stakeholder* ini merasa dipedulikan dan lebih bersimpati pada lembaga,
e) Dengan adanya simpati maka dimungkinkan terjadi peningkatan kepercayaan *stakeholder* pada lembaga

Tabel 4.3
Matriks Temuan Penelitian Kasus II di SMK Islam Blitar

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
1.	Bagaimana cara Humas dalam membangun kepercayaan *Stakeholder* dalam membentuk citra lembaga	1) Membangun Kepercayaan Melalui Figur Pemimpin (a). Figure seorang kepala sekolah haruslah memiliki rekam jejak yang bagus, (b). Memiliki kepribadian yang ramah dan berwibawa (c). Memiliki relasi yang tidak sedikit, (d). Kepercayaan *stakeholder* akan terbangun melalui karakteristik figure yang demikian	Humas mampu mengkomunikasikan rekam jejak, keepribaadian, serta jaringan yang dimiliki kepala sekolah, dengan baik pada *stakeholder*
		2) Membangun Kepercayaan melalui Figur Humas (a). Humas Merupakan Peran Yang Cukup Vital Dalam Lembaga Kejuruhan, (b). Peran Sebagai Penghubung Antara Kurikulum Sekolah Dengan Kompetensi Keahlian, (c). Figur Humas Haruslah Orang Yang Suple Dalam Bergaul, Dan Memiliki Banyak Relasi, Dengan (d). Adanya Teman Yang Memiliki Jabatan Dalam Perusahaan Akan Membantu Membuka Gerbang Kerjasama Antara Lembaga Dan Perusahaan. (e). Sikap Figur Humas Tersebut Mencerminkan Visi Dan Misi Lembaga	Humas mampu menunjukkan kepribadian yang supel dalam bergaul, memiliki banyak relasi dan mampu mebuka kerjasama dengan *stakeholder*, dari kerjasama tersebut mampu membentuk koordinasi dengan kurikulum sehingga menhasilkan kurikulum sekolah dengan kopetensi keahlian yang professional
		3) Membangun Kepercayaan melaui Figur Karyawan (a). Karyawan memiliki potensi sebagai figur yang berpengaruh dilingkungan masyarakat, (b). Dengan adanya figur tokoh masyarakat dalam diri karyawan maka masyarakat akan menaruh keprcayaan	Humas mampu mengkoordinasikan potensi figure karyawan yang berpengaruh pada masyarakat, dengan ditokohkannya figur

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		pada lembaga (c). Kepribadian figur mewakili karakteristik dan kepribadian lembaga.	karyawan tersebut, karakter lembaga mampu diwakili oleh karateristik figure tersebut.
		4) Membangun Kepercayaan melaui Alumni (a). Alumni yang sudah bekerja diperusahaan mampu menunjukkan kualitas dan kuantitasnya, (b). Banyak prestasi yang dicapai oleh alumni, (c). Selain itu alumni yang telah sukses mampu menarik tenaga kerja, (d). Alumni yang telah sukses memiliki keterikatan emosional dengan lembaga, dengan demikian kepercayaan *stakeholder* dapat dibangun.	Humas mampu menkomunikasikan alumni dengan lembaga, sehingga prestasi yang ditunjukkan alumni mampu berpengaruh pada *stakeholder*, dengan adanya alumni yang telah sukses humas mampu membentuk kepercayaan pada *stakeholder*, selain itu adanya keterikatan secara emosional alumni membantu lembaga dalam berkembang.
		5) Membangun Kepercayaan melalui Komunikasi Verbal (a). Kepercayaan *stakeholder* mampu dibangun melalui informasi lisan (b). Informasi lisan yang disampaikan oleh lembaga haruslah mampu melekat dalam diri seluruh karyawan, (c). Dengan melekatnya informasi mampu mencukupi ketersediaan informasi lembaga, (d). Dengan adanya *stakeholder* yang berkunjung mampu diajak untuk berbincang bincang mengenai perkembangan lembaga, (e). Selain itu informasi baru dapat cepat tersampaikan.	Humas mampu membentuk informasi pada seluruh karyawan, sehingga tercukupinya sumber informasi untuk *stakeholder*, dengan ketersediaan informasi yang cukup informasi dapat lebih cepat diterima *stakeholder*
		6) Membangun Kepercayaan melalui Komunikasi Visual (a). Lembaga melayani *stakeholder* yang berkunjung maupun meninjau,	Humas mampu menunjukkan realita sebenarnya pada *stakeholder*, selain itu humas mampu mengkoordinasikan

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		(b). Lembaga mampu membuktikan kondisi sebenarnya, (c). berdirinya layanan pondok pesantren, menjadikan daya tarik tersendiri bagi *stakeholder*, (d). Selain itu budaya tidak membatasai aktifitas siswa dilingkungan mampu membuktikan kultur budaya yang baik dengan lingkungan masyarakat (e). Persepsi baik *stakeholder* akan terbangun dengan melihat keadaan sesungguhnya (f). Dengan tumbuhnya persepsi baik terbangunlah kepercayaan *stakeholder* pada lembaga	aktifitas siswa dengan kehidupan dimasyarakat, sehingga menumbuhkan persepsi baik dilingkungan masyarakat, dengan adanya kondisi demikiankepercayaan *stakeholder* mampu dibangun
2.	Bagaimana Strategi Humas dalam mempertahankan kepercayaan *Stakeholder* dalam membangun citra lembaga	1) Mempertahankan Kepercayaan melaui Ceramah dan Sosialisasi (a). Dengan adanaya kegiatan yang mampu memberikan edukasi ketertarikan *stakeholder* akan semakin besar, (b). Dengan adanya ketertarikan perwakilan lembaga mampu menyelipkan pengedukasian dalam mengenali lebih dalam lembaga, (c). Selain itu pengedukasian dalam bentuk sosialisasi mampu membantu lembaga dalam menarik minat siswa untuk belajar pada lembaga, (d). Dari kegiatan kegiatan tersebut *stakeholder* dapat menilai lembaga, (e). Dengan penlain yang baik dari *stakeholder* kepercayaan akan senantiasa terjaga	Humas mampu mengkoordinasikan serangkaian kegiatan karyawan dengan media ceramah dan sosialisasi pada *stakeholder* sehingga lembaga dapat dikenali lebih dalam.
		2) Mempertahankan Kepercayaan melalui even (a). Kepercayaan *stakeholder* mampu dipertahankan ketika lembaga mampu menggelar beberapa even yang	Humas membangun serangkaian even yang bermakna sehingga dimungkinkan *stakeholder* memberikan apresiasi pada

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		bermakna, (b). Mengundang keramain public dan bersifat competitor, (c). Dengan demikian akan membantu *stakeholder* dalam menambahkan penilaian pada diri *stakeholder*, (d). Dengan penilain dan apresiasi baik kepercayaan *stakeholder* akan mampu bertahan.	lembaga
		3) Mempertahankan Kepercayaan melalui Pengembangan Pelayanan Publik (a). Kepercayaan mampu dipertahankan dengan mengembangkan pelayanan publik (b). Melalui mempertemukan para pencari tenaga kerja dan pencari kerja, (c). Informasi yang tersampaikan sampaikan akan berpengaruh mempengaruhi *stakeholder* lain, (d). Dengan pemberian layanan gratis, pelayan akan memberikan dampak jangka panjang untuk lembaga, (e). Program pkl yang ditangani oleh serius dan dilakukannya pendampingan maka akan memberikan dampak hubungan yang lebih baik, (f). Selain itu pemetaan informasi pada setiap ruang mempermudah *stakeholder* dalam menggali informasi. (g). dari pengembang pelayanan yang dilakukan tersebut mampu membentuk persepsi *stakeholder* sehingga kepercayaan *stakeholder* mampu bertahan	Humas mampu mengkoordinasikan pelayanan public, pengembangan pelayanan didasarkan pada pemetaan ruang yang didasarkan pada ketersediaan informasi, menfasilitasi *stakeholder* dengan *stakeholder* lain dan memberikan pendampingan untuk mengkontrol segala kemungkinan yang terjadi dalam memberikan pelayanan.
		4) Mempertahankan Kepercayaan dengan tes keterampilan melalui media (a). Kepercayaan *stakeholder* akan mampu bertahan ketika	Humas mampu menjalin komunikasi yang baik dengan media, media

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		lembaga mampu menunjukkan kualitas dari peserta didik pada media (b). Dengan adanya kualitas peserta didik mampu membentuk persepsi pada media (c). Dengan adanya publikasi media, mampu menjangkau *stakeholder* yang jauh, (d). Selain itu karakter yang ditunjukkan siswa mampu menunjukkan keberhasilan lembaga dalam mendidik, (e). Sehingga kepercayaan *stakeholder* mampu bertahan dengan adanya bantuan media.	digunakan sebgai wadah publikasi kualitas peserta didik, dengan adanya publikasi pada media mampu menjangkau *stakeholder* tanpa keterbatasan ruang dan waktu.
		7) Mempertahankan Kepercayaan melaui Layanan (a). Layanan merupakan prioritas utama lembaga, (b). Layanan yang diprioritaskan meliputi layanan yang berupa sarana prasarana dan layanan berkomunikasi, (c). Dengan adanya kemudahan pada duahal tersebu mampu menjaga kepercayaaan *stakeholder* yang diberikan pada lembaga.	Humas mampu menunjukkan prioritas layanan pada *stakeholder* yang meipiuti layanan saranana dan prasarana dan layanan berkomunikasi
		8) Mempertahankan Kepercayaan melalui Pemenuhan Kebutuhan (a). Lembaga melakukan serangkaian kegiatan pembelajaran yang didasarkan pada kebutuhan *stakeholder*, (b). Dengan adanya kesinambungan antara lembaga dengan perusahaan (c). Secara langsung terjadi hubungan saling menguntungan pada keduanya, (d). Dengan adanya hubungan tersebut kepercayaan mampu tetap terjaga.	Humas mampu mengkoordinasikan kebebutuhan *stakeholder* pada program belajar siswa, selain itu humas mampu menciptakan hubungan simbiosis mutualisme antara lembaga dengan *stakeholder*

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		9) Mempertahankan Kepercayaan melalui Komunitas (a). Komitas *stakeholder* dibangun melalui job maching, (b). Kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa bertahan jika *stakeholder* terlibat langsung dalam kegiatan tersebut, (c). Selain itu dengan penempatan lokasi yang tepat mampu membetuk persepsi *stakeholder*, (d). Dari persepsi akan menumbuhkan penilaian pada beanak *stakeholder* (e). Kepercayaan pada lembaga mampu dipertahankan oleh *stakeholder* meelalui komunitas tersebut	Humas mampu mengkoordinasika *stakeholder* dalam sebuah komunitas, dari komunitas tersebut akan terjalin hubungan antara lembaga dan *stakeholder* sehingga terjad ikatan saling menjaga kepercayaan antara lembaga dan *stakeholder*
3.	Bagaimana Strategi Humas untuk Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* dalam Mengangkat Citra Lembaga	1) Meningkatkan Kepercayaan melalui Identitas Lembaga (a). Meningkatkan kepercayaan *stakeholder* perlu adanya pembuktian identitas, (b). Pembuktian identitas tersebut dapat dilakukan melalui bangunan baru dan program baru, (c). Selain itu program dan bangunan baru tersebut haruslah mampu memberikan daya tarik bagi *stakeholder*	Humas mampu mengkoordinasikan dalam membenttuk identitas lembaga, membantu dalam proses pembetukan bangunan dan program baru, mengacu pada daya tarik *stakeholder* dalam proses pembentukannya.
		2) Meningkatkan Kepercayaan melalui mengkomunikasikan Identitas Lembaga (a). Identitas lembaga perlu dikomunikasikan dan senantiasa diperbaharui agar (b). *Stakeholder* dapat melihat sejauhmana pergerakan lembaga dalam mengembang label islam yang melekat pada lembaga, (c). Selain itu makna dalam dokumentasi harus benar benar tepat dengan bahasa deskripsi yang jelas dan mudah dipahami,	Humas mampu menkomunikasikan identitas lembaaga dengan cara memberikan makna yang tepat sehingga dari makna tersebut mampu menghasilkan peningkatan penilain pada *stakeholder*

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		(d). Dengan adanya makna pada setiap dokumentasi kegiatan akan membentuk penilain pada diri *stakeholder*, (e). Dari penilaian tersebut kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa meningkat.	
		3) Meningkatkan Kepercayaan melaui Kesediaan Berkompetitor (a). Kondisi yang menguntungkan lembaga dapat berubah dengan seiring berjalannya waktu, (b). Kondisi yang menguntungkan suatu saat dapat berubah menjadi ancaman kelangsungan lembaga, (c). Pengembangan harus senantiasa dilakukan agar lembaga tidak menglami kegagalan, (d). sepertihalnya mendirikan pondok pesantren, mengembangkan proses maupun fasilitas, (e). Selain itu lembaga tidak boleh terpaku pada competitor didaerah, (f). Dengan adanya kepribadian yang mau berkompetitor lembaga akan mendapatkan apresiasi baik, (g). Belum lagi ditambah dengan prestasi prestasi yang dicapai, (h). Dengan adanya hal tersebut kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa dapat ditingkatkan.	Humas mampu memprediksi segala kemungkinan yang terjadi dilingkungan lembaga, baik anacaman maupun keuntungan, berkontribusi dalam program sekolah dengan melihat kondisi lingkungan, jiwa berkompetitor harus tetap dibangun untuk kelangsungan lembaga, tidak terpaku pada pesaing daerah, menunjukkan keberhasilan peserta dididk pada *stakeholder*
		4) Meningkatkan Kepercayaan melaui Peluncurkan Produk baru (a). Peluncuran produk baru mampu memberikan daya tarik tersendiri, (b). Produk baru yang diluncurkan lembaga adalah pondok pesantren dan kelas industry, (c). Mengembangkan program keahlian perlu adanya	Humas sebagai suksesor dalam meluncurkan produk baru lembaga, adanya kesesuaian roduk dengan kebutuhan *stakeholder*, peluncuran produk mampu memicu rasa ingin tahu *stakeholder*, selain itu produk harus memiliki dayaguna lebih

No.	Fokus	Temuan Penelitian	Keterangan
		keselarasan dengan karakteristik *stakeholder*, (d). Sehingga lebih berdayaguna, (e). Selain itu dengan hal baru masyarakat akan senantiasa ingin mengetahui hal baru apa yang diberikan, (f). Dengan adanya rasa ingin tau tersebut kepercayaan *stakeholder* akan senantiasa meningkat, (g). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa produk baru tersebut mampu meningkatkan kepercayaan	bagi *stakeholder*.
		5) Meningkatkan Kepercayaan melalui Pendekatan (a). Berinteraksi dengan *stakeholder* yang berkunjung dapat digunakan sebagai langkah pendekatan, (b). Lakukan pendekatan secara personal, (c). Budayakan santun dan ramah, (d). Dengan adanya pendekatan secara personal akan membuat *stakeholder* ini merasa dipedulikan dan lebih bersimpati pada lembaga, (e). Dengan adanya simpati maka dimungkinkan terjadi peningkatan kepercayaan *stakeholder* pada lembaga	Humas melakukan serangkaia pendekatan persuasive melaui kepribadan yang ramah, dan mampu masuk dalam kehidupan personal, sehingga akan membentuk kepedulian *stakeholder* pada lembaga, dengan adanya kepedulian humas mampu melakukan pendektan persuasive guna peningkatan kepercayaan *stakeholder*

Berdasarkan analisis temuan penelitian kasus II diatas, dapat dirarik benang merah sebagai berikut,

1. Humas membangun kepercayaan *stakeholder* dengan mengkomunikasikan rekam jejak, serta jaringan yang dimiliki kepala sekolah dengan baik pada *stakeholder*, menunjukkan kepribadian humas yang supel dalam bergaul, memiliki banyak relasi, mampu membuka kerjasama dengan *stakeholder*, mampu mengintegrasikan hasil kerjasama dengan wakil kepala kurikulum sehingga menhasilkan kurikulum sekolah dengan kopetensi keahlian yang professional, memberdayakan potensi figure karyawan yang ditokohkan dimasyarakat, mampu menunjukkan kinerja baik, prestasi alumni dan kesuksesan alumni pada *stakeholder*, membangun sumber informasi pada seluruh karyawan, sehingga tercukupinya sumber informasi untuk *stakeholder* yang berkunjung, mengkomunikasikan aktifitas siswa dengan kehidupan dimasyarakat dan mengkomunikasikan realita sebenarnya pada *stakeholder* dan mengkoordiasikan serangkain visual yang bermakna bagi *stakeholder* .
2. Humas mempertahankan kepercayaan dengan mengkoordinasikan serangkaian kegiatan edukasi dengan media ceramah dan sosialisasi pada *stakeholder* sehingga lembaga dapat dikenali lebih dalam, membangun serangkaian even yang bermakna sehingga dimungkinkan *stakeholder* memberikan apresiasi pada lembaga, mengkoordinasikan pelayanan public melalui pemetaan ruang informasi dan memberikan pendampingan pada kegiatan siswa untuk mengkontrol segala

kemungkinan yang terjadi dalam memberikan pelayanan, menjalin komunikasi yang baik dengan media dan menjadikan media sebagai wadah publikasi untuk mengekspos kualitas peserta didik, memprioritaskan layanan pada *stakeholder* yang meipiuti layanan saranana dan prasarana dan layanan berkomunikasi, mengintegrasikan kebebutuhan *stakeholder* pada program belajar siswa dan menciptakan hubungan simbiosis mutualisme antara lembaga dengan *stakeholder,* membangun komunitas melalui serangkaian kegiatan yang saling menguntungkan, sehingga terjad ikatan saling menjaga kepercayaan antara lembaga dan *stakeholder*.

3. Humas mempertahankan kepercayaan dengan membentuk daya tarik *stakeholder* melalui identitas lembaga dengan bangunan dan program baru, menkomunikasikan identitas lembaaga dengan cara memberikan makna yang tepat sehingga dari makna tersebut mampu menghasilkan peningkatan penilain pada *stakeholder,* memprediksi segala kemungkinan yang terjadi dilingkungan lembaga baik ancaman maupun keuntungan dan memberikan kontribusi dalam program sekolah dengan melihat kondisi lingkungan, menunjukkan kemauan kuat dalam berkompetitor dengan menunjukkan keberhasilan peserta dididk pada *stakeholder,* meluncurkan produk baru yang memicu rasa ingin tahu *stakeholder*, menjadi suksesor dalam meluncurkan produk baru lembaga yang berdayaguna dan sesuai dengan kebutuhan *stakeholder,* menggunakan serangkaian pendekatan persuasive dengan

menunjukkan kepribadan yang ramah, dan mampu masuk dalam kehidupan personal *stakeholder* sehingga timbul rasa saling peduli antara lembaga dan *stakeholder*.

Berdasarkan analisis temuan penelitian kasus ii diatas, maka dapat ditarik proposisi sebagai berikut,

a) Proposisi I

P.1.1 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Pememimpin maka Terbentuk Citra lembaga

P.1.2 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Humas maka Terbentuk Citra lembaga

P.1.3 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Karyawan maka Terbentuk Citra lembaga

P.1.4 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Alumni maka terbentuk Citra lembaga

P.1.5 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunikasi Visual maka terbentuk Citra lembaga

P.1.6 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunikasi Verbal maka terbentuk Citra lembaga

b) Proposisi II

P.2.1 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pemberian Edukasi maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.2 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Peluncuran Karya maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.3 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Even maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.4 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pelayanan Publik maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.5 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Tes Produk Bersama Media maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.6 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pemenuhan Kebutuhan maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.7 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunitas maka Terbangun Citra Lembaga

c) Proposisi III

P.3.1 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Identitas Lembaga maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.2 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Mengkomunikasikan Identitas Lembaga maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.3 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Kemauan Bersaing maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.4 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Peluncuran Produk maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.5 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pendekatan Persuasif maka Terangkat Citra Lembaga

C. Analisis Data Penelitian Lintas Kasus

Temuan dari penelitian kasus satu dan kasus dua telah dipaparkan, dari kedua temuan tersebut kemudian dilakukan analisis untuk menemukan temuan lintas kasus manajemen humas dalam membanguun citra lembaga di SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar yang berfokus pada membangun kepercayaan *stakeholder* dalam membentuk citra lembaga, mempertahankan kepercayaan *stakeholder* dalam membangun citra lembaga dan langkah langkah pihak sekolah dalam mengangkat citra lembaga, adapun analisisnya dengan menarik kesimpulan dari ketiga focus tersebut dengan membandingkan sehingga diperoleh persamaan dan perbedaan kedua kasus, adapun persamaan dan perbedaan kedua kasus sebagai berikut :

1. Persamaan Temuan Lintas Kasus
   a. Cara Humas dalam Membangun Kepercayaan *Stakeholder* untuk Membentuk Citra lembaga
      1) Membangun Kepercayaan melalui Alumni
         a) Alumni memiliki keterikatan secara emosional dengan lembaga
         b) Adanya Kualitas dan Kuantitas dari alumni dalam bekerja
      2) Membangun Kepercayaan melalui Komunikasi Visual
         a) Komunikasi dengan melihat kondisi sebenarnya
      3) Membangun Kepercayaan melalui Komunikasi Verbal,
         a) Menggunakan komunikasi lisan,
         b) Menggunakan bahasa yang bermakna bagi responden,
         c) Menggunakan bahasa yang rasional

d) Bahasa yang merujuk pada kondisi sebenarnya

b. Cara Humas dalam Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* untuk Membangun Citra lembaga

1) Mempertahankan Kepercayaan melalui Pemberian Edukasi

a) Menggunakan kegiatan *stakeholder* sebagai wadah pemberian edukasi

b) Bentuk sosialisasi

c) Pemberian pengaruh

d) Membentuk nilai pada responden

2) Mempertahankan Kepercayaan melalui Even

a) Adanya serangkaian even yang bermakan

b) Even yang menunjukkan karateristik lembaga

3) Mempertahankan Kepercayaan melalui Pelayanan Publik

a) Adanya pelayanan sebaik mungkin

b) Pelayanan memberikan rasa nyaman

4) Mempertahankan Kepercayaan melalui Tes Produk Bersama Media

a) Produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan kuantitas

b) Adanya media yang meliput kegiatan dalam membuat produk

c) Adanya publikasi media mampu menjangkau *stakeholder* yang jauh

5) Mempertahankan Kepercayaan melalui Pemenuhan Kebutuhan

a) Pemberian perhatian pada *stakeholder*,

b) Adanya pemenuhan harapan *stakeholder*

c) Harapan yang terpenuhi akan membentuk penilain pada lembaga

6) Mempertahankan Kepercayaan melalui Komunitas

a) Memiliki komunitas

b) Berperan aktif pada komunitas,

c) Terlibat pada aktifitas komunitas

d) Komunitas mampu memberikan keuntungan untuk kelangsungan lembaga

c. Cara Humas dalam Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* untuk Mengangkat Citra Lembaga

1) Meningkatkan Kepercayaan melalui Identitas Lembaga

a) Menunjukkan identitas

b) Ditunjukan dengan bangunan lembaga

2) Meningkatkan Kepercayaan melalui Mengkomunikasikan Identitas

a) Melalui media TV, radio, dan media cetak lainnya

3) Meningkatkan Kepercayaan melalui Kemauan Bersaing

a) Humas menentukan pesaing

b) mengamati potensi persaingan

c) Menunjukkan prestasi Siwa

4) Meningkatkan Kepercayaan melalui Meluncurkan Produk Baru

a) Meluncurkan produk baru karya siswa

5) Meningkatkan Kepercayaan melalui Pendekatan

a) Memberikan pengaruh melalui pendekatan persuasif

2. Perbedaan Temuan Lintas Kasus

a. Cara Humas dalam Membangun Kepercayaan untuk Membentuk Citra Lembaga

1) Membangun Kepercayaan melalui Figur Pemimpin

a) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Memiliki rakam jejak yang bagus,

(2) Kepribadian ramah dan berwibawa,

(3) Memiliki banyak relasi,

(4) Memiliki karakteristik tersendiri

2) Membangun Kepercayaan melalui Figur Humas

a) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Berperan vital bagi lembaga

(2) Mampu menghubungan kopentensi keahlian dengan kurikulum

(3) Pribadi supel dalam bergaul

(4) Memiliki banyak relasi

(5) Sikap yang mencermikan visi dan misi lembaga

3) Membangun Kepercayaan melalui Figur Karyawan

a) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Memiliki potensi tokoh dimasyarakat

(2) Memiliki pengaruh dilingkungan

(3) Memiliki karakteristik yang mencerminkan lembaga

4) Membangun Kepercayaan melalui Landasan Filosofi

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Memiliki filosofi berdirinya lembaga

(2) Membumikan filosofi didalam lembaga

(3) Mensyiarkan filosofi diluar lembaga

5) Membangun Kepercayaan melalui Alumni

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Bekerja selalu menjaga nama baik lembaga

b) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Alumni yang telah sukses mampu menarik tenaga kerja dari sekolahnya dulu

(2) Prestasi alumni

6) Membangun Kepercayaan melalui Program Keahlian yang Ditawarkan

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Sosialisasi program keahlian

(2) Daya tarik

(3) Kesesuaian programkeahlian dengan program yang digagas pemerintah

(4) Sesuai dengan potensi daerah

(5) Mengacu pada kemandirian

(6) Sosialisasi program keahlian

(7) Daya tarik

(8) Kesesuaian programkeahlian dengan program yang digagas pemerintah

(9) Sesuai dengan potensi daerah

(10) Mengacu pada kemandirian

7) Membangun Kepercayaan melalui Komunikasi Visual

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Kerapian berpakaian perwakilan lembaga

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Pemberian layanan kunjung yang nyaman

(2) Adanya dayan tarik visual

(3) Adanya budaya yang baik antara lembaga dan masyarakat

8) Membangun Kepercayaan melalui Komunikasi Verbal

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Bahasa yang meyakinkan

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Penyampaian informasi terbaru

b. Cara Humas dalam Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* untuk Membangun Citra Lembaga

1) Mempertahankan Kepercayaan melalui Pemberian Edukasi

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Pelatihan yang sesuai dengan program keahlian lembaga

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Kegiatan ceramah

2) Mempertahankan kepercayaan melalui peluncuran produk baru

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Adanya produk baru yang dihasilkan

(2) Produk merupakan hasil kreatifitas siswa

(3) Produk baru mampu memberikan nilai lebih

(4) Produk baru mampu membentuk persepsi baik

3) Mempertahankan Kepercayaan melalui Even

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Adanya *stakeholder* yang mampu berpengaruh pada *stakeholder* lain

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Even yang bersifat mengundang keramaian publik

(2) Even yang bersifat kompetisi

4) Membangun Kepercayaan melalui Pelayanan Publik

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Pelayanan yang sifatnya transaksional

(2) Adanya transaksi yang saling menguntungan bagi *stakeholder* dan lembaga

(3) Layanan yang konsisten

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Pelayanan gratis

(2) Pengembangan layanan didasarkan pada keuntungan jangka panjang

(3) Pengembanganan pelayanan didasarkan pada pemetaan informasi

5) Membangun Kepercayaan melalui Tes Produk Bersama Media

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Humas mampu membantu menkomunikasikan produk siswa

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Adanya penonjolan pada karakter siswa

6) Membangun kepercayaan melalui teknik layanan

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Layanan Prima

(2) Layanan yang ditangani Tim khusus

(3) Untuk meminamilisir kesalahan

(4) Pelayanan lebih cepat dan akura

7) Membangun Kepercayaan melalui Pemenuhan Kebutuhan

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Mempertimbangkanharapan *stakeholder*

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Adanya kesinambungan kebutuhan *stakeholder* dengan pemenuhan kebutuhan lembaga

(2) Adanya hubungan saling menguntungkan

8) Membangun Kepercayaan melalui Komunitas

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Tergabungnya lenmbaga dalam komunitas

(2) Humas sebagai penyambung komunitas dengan lembaga

(3) Ketidak terlibatan langsung mampu memudahkan dalam memenuhi haraapan komunitas

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Membangun komunitas

(2) Adanya keterlibatan langsung *stakeholder*

(3) Pemelihan lokasi komunitas yang tepat

(4) Lokasi menunjukkan perkembangan lembaga

c. Cara Humas dalam Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* untuk Mengangkat Citra Lembaga

1) Meningkatkan kepercayaan melalui Identitas Lembaga

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Menunjukkan identitas melalui seragam

b) Kasus II (SMK Islam Blitar

(1) Bangunan yang memiliki daya tarik

2) Meningkatkan Kepercayaan melalui Mengkomunikasikan Identitas Lembaga

a) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Adanya pembaharuan dalam mengkomunikasikan identitas

(2) Setiap dokumentasi mengandung makna

(3) Deskripsi dalam dokumentasi mampu mengarahkan persepsi *stakeholder*

3) Meningkatkan kepercayaan melalui slogan yang dibuat

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Bentuk slogan

(2) Slogan yang dibuat harus mengadung semangat

(3) Memicu prestasi dan menumbuhkan kreatifitas

4) Meningkatkan Kepercayaan melalui Mengaplikasikan Slogan

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Slogan diaplikasikan pada seluruh kegiatan

(2) Semarakkan slogan secara serentak

(3) Mungkinkan slogan terdengan oleh *stakeholder*

(4) Pastikan slogan mampu teringat pada *stakeholder*

(5) Sehingga slogan lembaga memiliki tempat dihati *stakeholder*

5) Meningkatkan Kepercayaan melalui Mengaplikasikan Slogan

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Jadikan potensi derah sebagai pasar lembaga

(2) Program keahlian yang sesuai dengan potensi daerah akan beradaptasi dengan cepat

(3) Kepercayaan *stakeholder* pada potensi daerah akan mampu terintegrasi pada program keahlian yang serumpun

6) Meningkatkan Kepercayaan melalui Kemauan Bersaing

a) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Memprediksi kemungkinan yang terjadi dilingkungan

(2) Memiliki jiwa berkompetitor

(3) Tidak terpaku pada pesaing daerah

7) Meningkatkan Kepercayaan melalui Kemauan Bersaing

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Adanya peluncuran produk berprestasi

(2) Produk mampu dipasarkan

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Humas sebagai suksesor produk baru

(2) Kesesuaian produk dengan kebutuhan *stakeholder*,

(3) Produk mampu memicu rasa ingin tahu *stakeholder*,

(4) Produk harus memiliki dayaguna lebih bagi *stakeholder*.

8) Meningkatkan Kepercayaan melalui Kemauan Bersaing

a) Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)

(1) Media ceramah dari guru pada siswanya

(2) Pastikan informasi dapat diterima

(3) Pesan akan berpengaruh pada ilingkungan tempat tinggal siswa.

b) Kasus II (SMK Islam Blitar)

(1) Kepribadan yang ramah karyawan

(2) Peduli dengan kehidupan personal,

Berdasarkann uraian persamaan dan perbedaan lintaskasus tersebut, dapat ditarik benang merah sebagai berikut,

1. Cara humas dalam membangun kepercayaan *stakeholder* untuk meningkatkan kepercayaan pada kedua humas lembaga berbeda pada keutamaannya, pada kasus I diutamakan pada pembangunan filosofi

lembaga untuk menbangun filosofi dari dalam lembaga kemudian disyoarkan untuk dibangun pada *stakeholder*, dari filosofi tersebut mampu dibentuk program keahlian lembaga, program keahlian lembaga memiliki dayatarik, adanya kesuaian dengan program yang digagas pemerintah, dan berkesinmabungan dengan potensi daerah, dan mengacu pada kemandirian, hal ini berbeda pada kasus II. Pada kasus ini dalam membangun kepercayaan lebih diprioritaskan pada pengoptimalan potensi figur yang memiliki integritas personal sehingga mampu berpengaruh pada penilain *stakeholder*, alumni lembaga mampu memberikan dampak pada pembangunan kepercayaan *stakeholder*, hal tersebut ditunjukkan pada keteriktan secara emosional alumni pada lembaga alumni tersebut mampu menunjukkan kualitas dan kuantitasnya dalam bekerja, sehingga pada kasus I alumni dalam bekerja selalu membawa nama baik lembaga, sedangkan pada kasus II Alumni mampu menunjukkan prestasinya, kesuksesan dari prestasi alumni ini mampu memerikan pengaruh pada *stakeholder* sehingga alumni dapat menarik adek kelasnya bergabung dengannya, selain itu kedua kasus mampu mengkomunikasikan lembaga melalui komunikasi visual dan verbal untuk membangun kepercayaan *stakeholder*, dengan merujuk pada kondisi sebenarnya dan didasari pada fakta mampu membentuk persepsi *stakeholder* sehingga citra lembaga dapat terbentuk

2. Cara humas dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* dilakukan melalui aksi pada *stakeholder*, beberapa bentuknya adalah dengan pemberian edukasi,peluncuran karya, even, pelayanan publik,tes produk

bersama media,pemenuhan kebutuhan dan komunitas, hanya saja dalam mempertahankan kepercayaan memiliki perbedaan konsep dan strategi, pada kasus i pemberian edukasi mengedepan pelatihan *stakeholder* yang sesuai dengan proram keahlian yang dibidangi, peluncuran produk hasil kretifitas siswa, melakukan even dengan bantuan dari *stakeholder* yang berpengaruh pada *stakeholder* lain,meberikan pelayanan transaksional dengan konsisten, dengan mengedepankan pelayan prima yang ditangani oleh tim khusus, ,dengan adanya tim khusus mampu meberikan pelayanan baik sehingga kebutuhan *stakeholder* dapat terpenuhi, selain itu mempertahankan kepercayaan juga dibantu dengan tergabungnya lembaga pada komunitas, hal ini berbeda pada kasus II pemberian edukasi lebih cenderung digunakan melaui media ceramah, mengedapan karakter siswa dalam tes produk bersama media, mengedepankan kesinambungan dan hubungan saling menguntungkan dalam memnuhi kebutuhan dan memiliki status kepemilikan dalam komunitas sehingga citra lembaga dapat dibangun

3. Cara humas dalam meningkatkan kepercayaan *stakeholder* untuk mengangkat citra adalah dengan membangun identitas dan mengkomunikasikan, adanya kemauan untuk bersaing dan melakukan serangkaian pendekatan, dalam pelaksanaannya pada kasus I identitas ditunjukkan melalui seragam, sedangkan untuk meningkatkan semanagat, dan memicuprestasi dibentuklah slogan, dari slogan yang dikomunikasikan pada *stakeholder* harapanya mampu memilik tempat tersendiri dalam hati *stakeholder*, hal tersebut juga dibantu dengan adanya integrasi kepercayaan

potensi daerah dengan karakteristik lembaga,selain itu kemauan lembaga dalam bersaing yang ditunjukkan dengan prestasi yang diraih mampu memberikan pengaruh pada penilaian *stakeholder*, peluncuran produk baru dan dibantu dengan pendekatan persuasive yang memanfaatkan kedekatan guru dan siswa dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder*, sedangkan pada kasus II mempertahankan kepercayaan ditingkatkan melaui identitas lembaga yang ditonjolkan melalui bentuk bangunan yang bermakna diikuti dengan pembaharuan pada pengkomunikasian identitas, tidak terpaku pada pesaing daerah dalam berkompetitor dan mengedepankan pendekatan persuasive dengan memanfaatkan kedekatan peersonal sehingga citra lembaga dapat terangkat.

Tabel 4.4
Matriks Temuan Lintas Kasus

NO	FOKUS	KASUS I (SMK Negeri 3 Blitar)	KASUS II (SMK Islam Blitar)	KESIMPULAN
1	Cara Humas dalam Membangun Kepercayaan *Stakeholder* untuk Meningkatkan Citra Lembaga	**Landasan Filosofi** 1. Memiliki filosofi berdirinya lembaga 2. Membumikan filosofi didalam lembaga 3. Mensyiarkan filosofi diluarlembaga **Program Keahlian** 1. Sosialisasi Program keahlian Daya tarik 2. Kesesuaian programkeahlian dengan program yang digagas pemerintah 3. Sesuai dengan potensi daerah 4. Mengacu pada kemandirian **Alumni** 1. Keterikatan secara emosional 2. Adanya Kualitas dan Kuantitas 3. Bekerja selalu menjaga nama baik lembaga	**Figur Pemimpin** 1. Memiliki Rakam jejak yang bagus 2. Kepribadian ramah dan berwibawa 3. Memiliki banyak relasi 4. Memiliki karakteristik tersendiri **Figur Humas** 1. Berperan vital bagi lembaga 2. Mampu menghubungan kopentensi keahlian dengan kurikulum 3. Pribadi supel dalam bergaul 4. Memiliki banyak relasi 5. Sikap yang mencermikan visi dan misi lembaga **Figur Karyawan** 1. Memiliki potensi tokoh dimasyarakat 2. Memiliki pengaruh dilingkungan 3. Memiliki karakteristik yang	Cara humas dalam membangun kepercayaan *stakeholder* untuk meningkatkan kepercayaan pada kedua humas lembaga berbeda pada keutamaannya, pada kasus I diutamakan pada pembangunan filosofi lembaga untuk menbangun filosofi dari dalam lembaga kemudian disyoarkan untuk dibangun pada *stakeholder*, dari filosofi tersebut mampu dibentuk program keahlian lembaga, program keahlian lembaga memiliki dayatarik, adanya kesuaian dengan program yang digagas pemerintah, dan berkesinmabungan dengan potensi daerah, dan mengacu pada kemandirian, hal ini berbeda pada kasus II. Pada kasus ini dalam membangun kepercayaan lebih diprioritaskan pada pengoptimalan potensi figur yang memiliki integritas personal sehingga mampu berpengaruh pada penilain

NO	FOKUS	KASUS I (SMK Negeri 3 Blitar)	KASUS II (SMK Islam Blitar)	KESIMPULAN
		Komunikasi Visual 1. Kondisi sebenarnya 2. Kerapian berpakaian perwakilan lembaga **Komunikasi Verbal** 1. komunikasi lisan 2. bermakna bagi responden 3. Bahasa yang Rasional 4. Merujuk pada kondisi sebenarnya 5. Bahasa yang meyakinkan	mencerminkan lembaga **Alumni** 1. Keterikatan secara emosional 2. Adanya Kualitas dan Kuantitas 3. Alumni Sukses mampu menarik tenaga kerja dari sekolahnya dulu 4. Prestasi Alumni **Komunikasi Visual** 1. Kondisi sebenarnya 2. Pemberian layanan kunjung yang nyaman 3. Adanya dayan tarik visual 4. Adanya budaya yang baik antara lembaga dan masyarakat **Komunikasi Verbal** 1. komunikasi lisan 2. bermakna bagi responden 3. Bahasa yang Rasional 4. Merujuk pada kondisi sebenarnya 5. Informasi terbaru	*stakeholder*, alumni lembaga mampu memberikan dampak pada pembangunan kepercayaan *stakeholder*, hal tersebut ditunjukkan pada keteriktan secara emosional alumni pada lembaga alumni tersebut mampu menunjukkan kualitas dan kuantitasnya dalam bekerja, sehingga pada kasus I alumni dalam bekerja selalu membawa nama baik lembaga, sedangkan pada kasus II Alumni mampu menunjukkan prestasinya, kesuksesan dari prestasi alumni ini mampu memerikan pengaruh pada *stakeholder* sehingga alumni dapat menarik adek kelasnya bergabung dengannya, selain itu kedua kasus mampu mengkomunikasikan lembaga melalui komunikasi visual dan verbal untuk membangun kepercayaan *stakeholder*, dengan merujuk pada kondisi sebenarnya dan didasari pada fakta mampu membentuk persepsi *stakeholder* sehingga citra lembaga dapat terbentuk

NO	FOKUS	KASUS I (SMK Negeri 3 Blitar)	KASUS II (SMK Islam Blitar)	KESIMPULAN
2	Cara Humas dalam Mempertahankan Kepercayaan Stakehoder untuk Membangun Citra Lembaga	**Pemberian Edukasi** 1. menggunakan kegiatan *Stakeholder* sebagai wadah pemberian edukasi 2. bentuk sosialisasi 3. Pemberian pengaruh 4. Membentuk nilai pada responden 5. Pelatihan yang sesuai dengan program keahlian lembaga **Peluncuran Karya** 1. Adanya Produk baru yang dihasilkan 2. Produk merupakan hasil kreatifitas siswa 3. Produk baru mampu memberikan nilai lebih 4. Produk mampu membentuk persepsi baik **Even** 1. Adanya serangkaian even yang bermakan 2. Even yang menunjukkan	**Pemberian Edukasi** 1. menggunakan kegiatan *Stakeholder* sebagai wadah pemberian edukasi 2. bentuk sosialisasi 3. Pemberian pengaruh 4. Membentuk nilai pada responden 5. Kegiatan ceramah **Even** 1. Adanya serangkaian even yang bermakan 2. Even yang menunjukkan karateristik lembaga 3. Even yang bersifat mengundang keramaian public 4. Even yang bersifat kompetisi **Pelayanan Publik** 1. Adanya Pelayanan sebaik mungkin 2. Pelayanan memberikan rasa nyaman 3. Pelayanan gratis	cara humas dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder* dilakukan melalui aksi pada *stakeholder*, beberapa bentuknya adalah dengan pemberian edukasi,peluncuran karya, even, pelayanan public,tes produk bersama media,pemenuhan kebutuhan dan komunitas, hanya saja dalam mempertahankan kepercayaan memiliki perbedaan konsep dan strategi, pada kasus I pemberian edukasi mengedepan pelatihan *stakeholder* yang sesuai dengan proram keahlian yang dibidangi, peluncuran produk hasil kretifitas siswa, melakukan even dengan bantuan dari *stakeholder* yang berpengaruh pada *stakeholder* lain,meberikan pelayanan transaksional dengan konsisten, dengan mengedepankan pelayan prima yang ditangani oleh tim khusus, ,dengan adanya tim khusus mampu meberikan pelayanan baik sehingga kebutuhan *stakeholder* dapat terpenuhi, selain itu mempertahankan kepercayaan juga

NO	FOKUS	KASUS I (SMK Negeri 3 Blitar)	KASUS II (SMK Islam Blitar)	KESIMPULAN
		karateristik lembaga 3. adanya *Stakeholder* yang mampu berpengaruh pada *Stakeholder* lain **Pelayanan Publik** 1. Adanya Pelayanan sebaik mungkin 2. Pelayanan memberikan rasa nyaman 3. pelayanan yang sifatnya transaksional 4. adanya transaksi yang saling menguntungan bagi *Stakeholder* dan lembaga 5. layanan yang konsisten **Teknik Layanan** 1. Layanan Prima 2. Layanan yang ditangani Tim khusus 3. Untuk meminamilisir kesalahan 4. Pelayanan lebih cepat dan akurat	4. Pengembangan layanan didasarkan pada keuntungan jangka panjang 5. Pengembanganan pelayanan didasarkan pada pemetaan informasi **Tes Produk Bersama Media** 1. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan kuantitas 2. Adanya media yang meliput kegiatan dalam membuat produk 3. Adanya Publikasi media mampu menjangkau *Stakeholder* yang sering menggunakan media tersebut **Pemenuhan Kebutuhan** 1. Pemberian perhatian pada *Stakeholder* 2. Adanya pemenuhan harapan *Stakeholder* 3. Harapan yang terpenuhi akan membentuk penilain pada lembaga	dibantu dengan tergabungnya lembaga pada komunitas, hal ini berbeda pada kasus II pemberian edukasi lebih cenderung digunakan melaui media ceramah, mengedapan karakter siswa dalam tes produk bersama media, mengedepankan kesinambungan dan hubungan saling menguntungkan dalam memnuhi kebutuhan dan memiliki status kepemilikan dalam komunitas sehingga citra lembaga dapat dibangun

NO	FOKUS	KASUS I (SMK Negeri 3 Blitar)	KASUS II (SMK Islam Blitar)	KESIMPULAN
		Tes Produk Bersama Media 1. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan kuantitas 2. Adanya media yang meliput kegiatan dalam membuat produk 3. Adanya Publikasi media mampu menjangkau *Stakeholder* yang sering menggunakan media tersebut 4. Humas mampu membantu menkomunikasikan produk siswa	4. Adanya kesinambungan kebutuhan *Stakeholder* dengan pemenuhan kebutuhan lembaga 5. Adanya hubungan saling menguntungkan **Komunitas** 1. Memiliki Komunitas 2. Berperan aktif pada komunitas 3. Terlibat pada aktifitas komunitas 4. Komunitas Mampu Memberikan keuntungan untuk kelangsungan lembaga 5. Membangun komunitas 6. Adanya keterlibatan langsung *Stakeholder* 7. Pemelihan lokasi komunitas yang tepat 8. Lokasi menunjukkan perkembangan lembaga	
		Pemenuhan Kebutuhan 1. Pemberian perhatian pada *Stakeholder* 2. Adanya pemenuhan harapan *Stakeholder* 3. Harapan yang terpenuhi akan membentuk penilain pada lembaga 4. Mempertimbangkan harapan *Stakeholder*		

NO	FOKUS	KASUS I (SMK Negeri 3 Blitar)	KASUS II (SMK Islam Blitar)	KESIMPULAN
		Komunitas 1. Memiliki Komunitas 2. Berperan aktif pada komunitas 3. Terlibat pada aktifitas komunitas 4. Komunitas Mampu Memberikan keuntungan untuk kelangsungan 5. Tergabungnya lenmbaga dalam komunitas 6. Humas sebagai penyambung komunitas dengan lembaga 7. Ketidak terlibatan langsung mampu memudahkan dalam memenuhi haraapan komunitas		
3	Cara Humas dalam Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* untuk Mengangkat Citra Lembaga	**Identitas Lembaga** 1. Menunjukkan Identitas 2. Ditunjukan dengan bangunan lembaga 3. Menunjukkan Identitas melalui Seragam **Mengkomunikasikan Identitas** 1. Melalui media TV, Radio, dan Media cetak lainnya	**Identitas Lembaga** 1. Menunjukkan Identitas 2. Ditunjukan dengan bangunan lembaga 3. Bangunan yang memiliki daya tarik **Mengkomunikasikan Identitas** 1. Melalui media TV, Radio, dan Media cetak lainnya	Cara humas dalam meningkatkan kepercayaan *stakeholder* untuk mengangkat citra adalah dengan membangun identitas dan mengkomunikasikan, adanya kemauan untuk bersaing dan melakukan serangkaian pendekatan, dalam pelaksanaannya pada kasus I identitas ditunjukkan melalui seragam, sedangkan untuk meningkatkan semanagat, dan memicuprestasi dibentuklah slogan,

NO	FOKUS	KASUS I (SMK Negeri 3 Blitar)	KASUS II (SMK Islam Blitar)	KESIMPULAN
		Slogan 1. Bentuk slogan 2. Slogan yang dibuat harus mengadung semangat 3. Memicu prestasi dan menumbuhkan kreatifitas **Mengaplikasikan Slogan** 1. Slogan diaplikasikan pada seluruh kegiatan 2. Semarakkan slogan secara serentak 3. Mungkinkan slogan terdengan oleh *Stakeholder* 4. Pastikan slogan mampu teringat pada *Stakeholder* 5. Sehingga slogan lembaga memiliki tempat dihati *Stakeholder*	2. Adanya pembaharuan dalam mengkomunikasikan identitas 3. Setiap dokumentasi mengandung makna 4. Deskripsi dalam dokumentasi mampu mengarahkan persepsi *Stakeholder* **Kemauan Bersaing** 1. Humas menentukan pesaing, 2. mengamati potensi persaingan 3. Menunjukkan Prestasi Siwa 4. Memprediksi kemungkinan yang terjadi dilingkungan 5. Memiliki jiwa berkompetitor tidak terpaku pada pesaing daerah,	dari slogan yang dikomunikasikan pada *stakeholder* harapanya mampu memiliki tempat tersendiri di hati *stakeholder*, hal tersebut juga dibanttu dengan adanya integrasi kepercayaan potensi daerah dengan karakteristik lembaga,selain itu kemauan lembaga dalam bersaing yang ditunjukkan dengan prestasi yang diraih mampu memberikan pengaruh pada penilaian *stakeholder*, meluncurkan produk baru yang tentunya dibantu dengan pendekatan persuasif yang memanfaatkan kedekatan guru dan siswa dalam mempertahankan kepercayaan *stakeholder*, sedangkan pada kasus II mempertahankan kepercayaan ditingkatkan melaui identitas lembaga yang ditonjolkan melalui bentuk bangunan yang bermakna diikuti dengan pembaharuan pada pengkomunikasian identitas, tidak terpaku pada pesaing daerah dalam berkompetitor dan mengedepankan pendekatan persuasif dengan memanfaatkan kedekatan personal
		Potensi Pasar 1. Jadikan potensi derah sebagai pasar lembaga 2. Program keahlian yang sesuai dengan potensi daerah akan beradaptasi dengan cepat 3. Kepercayaan *Stakeholder* pada potensi daerah akan mampu	**Meluncurkan Produk Baru** 1. meluncurkan produk baru 2. Humas sebagai suksesor produk baru 3. kesesuaian produk dengan kebutuhan *Stakeholder*, 4. produk mampu memicu rasa ingin tahu *Stakeholder*,	

NO	FOKUS	KASUS I (SMK Negeri 3 Blitar)	KASUS II (SMK Islam Blitar)	KESIMPULAN
		terintegrasi pada program keahlian yang serumpun	5. produk harus memiliki dayaguna lebih bagi *Stakeholder*.	sehingga citra lembaga dapat terangkat.
		Kemauan Bersaing 1. Humas menentukan pesaing, 2. mengamati potensi persaingan 3. Menunjukkan Prestasi Siwa	**Pendekatan Persuasif** 1. Memberikan pengaruh melalui pendekatan persuasive 2. kepribadan yang ramah karyawan 3. peduli dengan kehidupan personal,	
		Peluncuran Produk Baru 1. meluncurkan produk baru 2. adanya peluncuran produk berprestasi 3. Produk mampu dipasarkan		
		Pendekatan Persuasif 1. Memberikan pengaruh melalui pendekatan persuasive 2. media ceramah dari guru pada siswanya 3. pastikan informasi dapat diterima 4. pesan akan berpengaruh pada ilingkungan tempat tinggal siswa.		

Berdasarkan analisis temuan penelitian lintaskasus diatas, maka dapat ditarik proposisi sebagai berikut:

1. Proposisi I

   P.1.1 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Landasan Filosofi maka Terbentuk Citra lembaga

   P.1.2 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Program Keahlian maka Terbentuk Citra lembaga

   P.1.3 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Pememimpin maka Terbentuk Citra lembaga

   P.1.4 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Humas maka Terbentuk Citra lembaga

   P.1.5 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Karyawan maka Terbentuk Citra lembaga

   P.1.6 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Alumni maka terbentuk Citra lembaga

   P.1.7 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunikasi Visual maka terbentuk Citra lembaga

   P.1.8 Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunikasi Verbal maka terbentuk Citra lembaga

2. Proposisi II

   P.2.1 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pemberian Edukasi maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.2 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Peluncuran Karya maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.3 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Even maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.4 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pelayanan Publik maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.5 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Tes Produk Bersama Media maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.6 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Tehnik Layanan maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.7 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pemenuhan Kebutuhan maka Terbangun Citra Lembaga

P.2.8 Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunitas maka Terbangun Citra Lembaga

3. Proposisi III

P.3.1 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Identitas Lembaga maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.2 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Mengkomunikasikan Identitas Lembaga maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.3 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Slogan maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.4 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Mengaplikasikan Slogan maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.5 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Potensi Pasar maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.6 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Kemauan Bersaing maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.7 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Peluncuran Produk maka Terangkat Citra Lembaga

P.3.8 Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pendekatan Persuasif maka Terangkat Citra Lembaga

Berdasarkan Paparan data kasus I dan kasus II, Temuan penelitian kasus I dan kasus II, Proposisi kasus I dan kasus II, Analisi Data Lintaskasus dan Proposisi Lintaskasus dapat disusun, 1) Tabel relasi yang didasarkan pada fokus masalah, prespektif teori, temuan kasus I dan kasus II dan proposisi lintaskasus, 2) Diagram konteks tiga dimensi mewujudkan citra lembaga melaui keprcayaan dengan pemberian stimulus humas dan 3) Diagram konteks tiga dimensi mewujudkan citra lembaga melaui keprcayaan dengan pengberian respon *stakeholder*

Berikut deskripsi table relasi, dan diagram konteks dapat digambarkan sebagai berikut,

Tabel 4.5

Matrik Relasi Fokus Masalah, Teori, Temuan dan Proposisi

No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
1.	Cara humas dalam membangun kepercayaan *Stakeholder* untuk membentuk citra lembaga	Proses *image building* ditentukan oleh latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yang dianut lembaga yang dapat mempengaruhi persepsi public ›sikap ›opini › konsensus ›opini publik ›terbangun citra lembaga (Rosady Ruslan, 2001) Perenungan kefilsafatan ialah percobaan untuk menyusun suatu sistem pengetahuan yang rasional, yang memadai untuk memahami dunia tempat kita hidup, maupun untuk memahami diri kita sendiri.(Muchsin,, 2004:3) filsafat sebagai "pandangan hidup" atau *weltanschauung*(Sutrisno, 2006:19) pertama, filsafat sebagai metode dan kedua, filsafat sebagai suatu pandangan	**Landasan Filosofi** 1. Memiliki filosofi berdirinya lembaga 2. Membumikan filosofi didalam lembaga 3. Mensyiarkan filosofi diluarlembaga **Program Keahlian** 1. Sosialisasi Program keahlianDaya tarik 2. Kesesuaian programkeahlian dengan program yang digagas pemerintah 3. Sesuai dengan potensi daerah 4. Mengacu pada kemandirian **Alumni** 1. Keterikatan secara emosional	**Figur Pemimpin** 1. Memiliki Rakam jejak yang bagus 2. Kepribadian ramah dan berwibawa 3. Memiliki banyak relasi 4. Memiliki karakteristik tersendiri **Figur Humas** 1. Berperan vital bagi lembaga 2. Mampu menghubungan kopentensi keahlian dengan kurikulum 3. Pribadi supel dalam bergaul 4. Memiliki banyak relasi 5. Sikap yang mencermikan visi dan misi lembaga	**Proposisi I** **P.1.1** Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Landasan Filosofi maka Terbentuk Citra lembaga **P.1.2** Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Program Keahlian maka Terbentuk Citra lembaga **P.1.3** Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Pememimpin

No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
		(Hadi,1994:19) *"Education is a process of living and not a preparation for future living. The school must therefore represent real life and as an institution should simplify existing social life" (Schilpp, 1951: 462).* Paradigma pendidikan berubah dari masa ke masa, begitu pun dengan kurikulum. Dinamika perkembangan kurikulum sejalan dengan perkembangan akademik, industri, dan sosial budaya yang membutuhkan Sumber Daya Manusia yang kompeten dalam bidang pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Pernyataan undang-undang tersebut jelas dinyatakan bahwa SMK memang dipersiapkan untuk bekerja sesuai dengan ilmu yang ditekuninya selama sekolah di SMK (Sukadir, 2014). faktor masyarakat yang meliputi kegiatan siswa dalam masyarakat, media massa, teman	4. Adanya Kualitas dan Kuantitas 5. Bekerja selalu menjaga nama baik lembaga **Komunikasi Visual** 1. Kondisi sebenarnya 2. Kerapian berpakaian perwakilan lembaga **Komunikasi Verbal** 1. komunikasi lisan 2. bermakna bagi responden 3. Bahasa yang Rasional 4. Merujuk pada kondisi sebenarnya 5. Bahasa yang meyakinkan	**Figur Karyawan** 1. Memiliki potensi tokoh dimasyarakat 2. Memiliki pengaruh dilingkungan 3. Memiliki karakteristik yang mencerminkan lembaga **Alumni** 1. Keterikatan secara emosional 2. Adanya Kualitas dan Kuantitas 3. Alumni Sukses mampu menarik tenaga kerja dari sekolahnya dulu 4. Prestasi Alumni **Komunikasi Visual** 1. Kondisi sebenarnya 2. Pemberian layanan kunjung yang nyaman 3. Adanya dayan tarik visual 4. Adanya budaya yang baik antara lembaga dan masyarakat	maka Terbentuk Citra lembaga **P.1.4** Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Humas maka Terbentuk Citra lembaga **P.1.5** Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Karyawan maka Terbentuk Citra lembaga **P.1.6** Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Figur Alumni maka terbentuk Citra lembaga **P.1.7** Jika Humas Membangun

No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
		bergaul, dan bentuk kehidupan di masyarakat Lestari, 2013);. untuk siapapun yang tertarik untuk mempersiapkan diri bekerja sendiri, atau untuk bekerja sebagai bagian dari suatu grup kerja (Soeharto 1988:1). Keunggulan lokal adalah segala sesuatu yang merupakan ciri khas kedaerahan yang mencakup aspek ekonomi, budaya, teknologi informasi dan komunikasi, ekologi, dan lain-lain. Sumber lain mengatakan bahwa Keunggulan lokal adalah hasil bumi, kreasi seni, tradisi, budaya, pelayanan, jasa, sumber daya alam, sumber daya manusia atau lainnya yang menjadi keunggulan suatu daerah (Dedidwitagama, 2007). Integritas merujuk pada masalah kejujuran dan kebenaran (Robbins, Stephen P., 2003) Keterbukaan berhubungan dengan keinginan untuk membagi ide dan informasi dengan bebas. (Robbins, Stephen P., 2003)		**Komunikasi Verbal** 1. komunikasi lisan 2. bermakna bagi responden 3. Bahasa yang Rasional 4. Merujuk pada kondisi sebenarnya 5. Informasi terbaru	Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunikasi Visual maka terbentuk Citra lembaga **P.1.8** Jika Humas Membangun Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunikasi Verbal maka terbentuk Citra lembaga

No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
		Sepuluh cakupan dalam proses koomunikasi 1) Someone (komunikator dan komunikan), 2) Perceives an event (persepsi), 3) And reacts (reaksi), 4) In a situation (situasi fisik/psikologis/ sosial), 5) Through some means (saluran/media), 6) To make availablematerials (distribusi/ administrasi), 7) In some form (bentuk, struktur, pola), 8) And contex (konteks), 9) Conveying content (makna pesan), 10) Of some consequence (akibat/hasil), (Gerbner's, 1956)			
2.	Cara humas untuk mempertahankan kepercayaan *Stakeholder* untuk membangun citra lembaga	Media massa memiliki kekuatan dalam hal apa saja yang perlu dipikirkan masyarakat. *Media may not tell us what to think, but media tell us what to think about*. (Teori agenda setting, Max McCombs and Donald Shaw, 1968) "*Public Relations is the art of bringing about a better public understanding which breeds greater public confidence for any*	**Pemberian Edukasi** 1. menggunakan kegiatan *Stakeholder* sebagai wadah pemberian edukasi 2. bentuk sosialisasi 3. Pemberian pengaruh 4. Membentuk nilai pada responden 5. Pelatihan yang sesuai dengan program keahlian lembaga	**Pemberian Edukasi** 1. menggunakan kegiatan *Stakeholder* sebagai wadah pemberian edukasi 2. bentuk sosialisasi 3. Pemberian pengaruh 4. Membentuk nilai pada responden 5. Kegiatan ceramah **Even** 1. Adanya serangkaian	**Proposisi II** **P.2.1** Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pemberian Edukasi maka Terbangun Citra Lembaga **P.2.2** Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan

No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
		individual or organization''. Public Relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertianpublik yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi/badan. Howard Bonham (Abdurrachman, 2001:25) Membangkitkan opini public yang positif terhadap suatu badan, publik harus diberi penerangan-penerangan yang lengkap dan obyektif mengenai kegiatan-kegiatan yang menyangkut kepentingan mereka, sehingga dengan demikian akan timbul pengertian daripadanya". (Abdurrachman, 2001:26) Menciptakan hubungan komunikasi yang baik dan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak (*investor relationship*). (Ruslan, 2003:47) *"A situation in which two*	**Peluncuran Karya** 1. Adanya Produk baru yang dihasilkan 2. Produk merupakan hasil kreatifitas siswa 3. Produk baru mampu memberikan nilai lebih 4. Produk Baru mampu membentuk persepsi baik **Even** 1. Adanya serangkaian even yang bermakan 2. Even yang menunjukkan karateristik lembaga 3. adanya *Stakeholder* yang mampu berpengaruh pada *Stakeholder* lain **Pelayanan Publik** 1. Adanya Pelayanan sebaik mungkin 2. Pelayanan memberikan rasa nyaman 3. pelayanan yang sifatnya transaksional 4. adanya transaksi yang saling menguntungan bagi *Stakeholder* dan	even yang bermakan 2. Even yang menunjukkan karateristik lembaga 3. Even yang bersifat mengundang keramaian public 4. Even yang bersifat kompetisi **Pelayanan Publik** 1. Adanya Pelayanan sebaik mungkin 2. Pelayanan memberikan rasa nyaman 3. Pelayanan gratis 4. Pengembangan layanan didasarkan pada keuntungan jangka panjang 5. Pengembanganan pelayanan didasarkan pada pemetaan informasi **Tes Produk Bersama Media** 1. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan kuantitas	*Stakeholder* melalui Peluncuran Karya maka Terbangun Citra Lembaga **P.2.3** Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Even maka Terbangun Citra Lembaga **P.2.4** Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pelayanan Publik maka Terbangun Citra Lembaga **P.2.5** Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Tes Produk Bersama Media maka Terbangun Citra Lembaga **P.2.6** Jika Humas

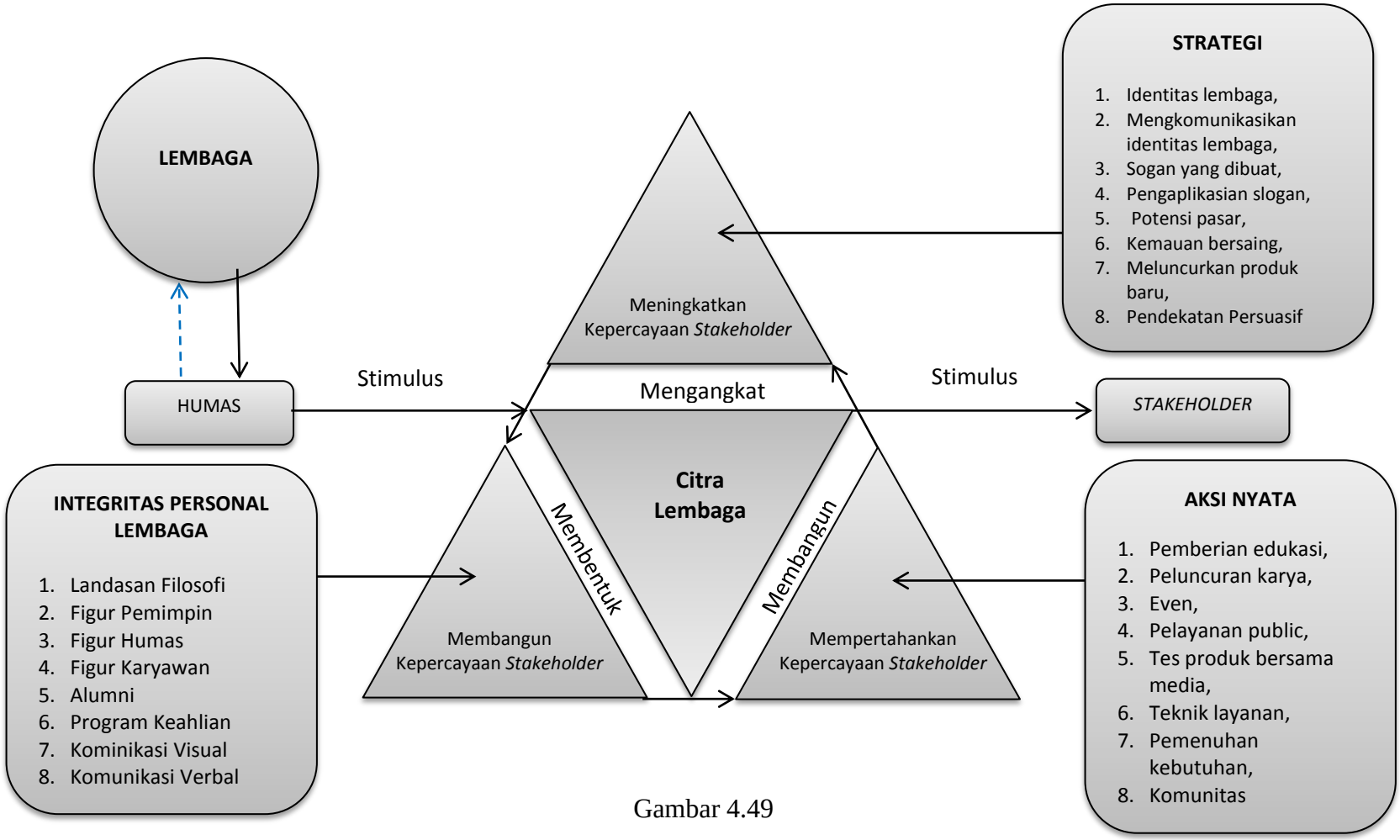
No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
		people, countries, etc. Provide the same help or advantages to each other" (A.S. Hornby dalam Darmastuti, 2012 : 170). Defenisi ini menunjukkan bahwa hubungan yang terjalin dalam pengertian reciprocity ini adalah hubungan yang saling menguntungkan antara satu pihak dengan pihak lain dalam nuansa altruism. Pengertian kecenderungan berperilaku menunjukkan bahwa komponen konatif melipuiti bentuk perilaku yang yang tidak hanya bisa dilihat secara langsung saja, akan tetapi meliputi pula bentuk-bentuk perilaku yang berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan oleh seseorang. (Azwar, 1995: 24-28) Coulson dalam bukunya *Public Relations is Your Business, A Guide for Every Manager* menyatakan bahwa : "Dengan senantiasa memenuhi kebutuhan informasi investor, perusahaan dapat meningkatkan	lembaga 6. layanan yang konsisten **Teknik Layanan** 1. Layanan Prima 2. Layanan yang ditangani Tim khusus 3. Untuk meminamilisir kesalahan 4. Pelayanan lebih cepat dan akurat **Tes Produk Bersama Media** 1. Produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan kuantitas 2. Adanya media yang meliput kegiatan dalam membuat produk 3. Adanya Publikasi media mampu menjangkau *Stakeholder* yang sering menggunakan media tersebut 4. Humas mampu membantu menkomunikasikan produk siswa	2. Adanya media yang meliput kegiatan dalam membuat produk 3. Adanya Publikasi media mampu menjangkau *Stakeholder* yang sering menggunakan media tersebut **Pemenuhan Kebutuhan** 1. Pemberian perhatian pada *Stakeholder* 2. Adanya pemenuhan harapan *Stakeholder* 3. Harapan yang terpenuhi akan membentuk penilain pada lembaga 4. Adanya kesinambungan kebutuhan *Stakeholder* dengan pemenuhan kebutuhan lembaga 5. Adanya hubungan saling menguntungkan **Komunitas** 1. Memiliki Komunitas 2. Berperan aktif pada komunitas 3. Terlibat pada aktifitas	Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Tehnik Layanan maka Terbangun Citra Lembaga **P.2.7** Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pemenuhan Kebutuhan maka Terbangun Citra Lembaga **P.2.8** Jika Humas Mempertahankan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Komunitas maka Terbangun Citra Lembaga

No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
		reputasinya, meningkatkan partisipasi investor dan juga menumbuhkan kepercayaan investor kepada perusahaan ".(Coulson, 1981:167) Anggota komunitas membantu menyebarkan informasi, memperbaiki, dan mempromosikan produk, merekomendasikan merek, Muniz dan O'quinn (2001, 425) Pemasaran public relation 1) Memberikan edukasi 2) Meluncurkan merk, 3) Membangun even, 4) Mengembangkan pelayanan public, 5) Membantu media melakukan tes produk, 6) Menngajak media dan masyarakat melihat proses produk. Silih Agung Wasesa (2005: 87-89) Pengelolaan public relation, 1) Costemer service, 2) Frequency/loyalty, 3) Customization, 4) Community Building. Russel S. Winner (2001: 16-17)	**Pemenuhan Kebutuhan** 1. Pemberian perhatian pada *Stakeholder* 2. Adanya pemenuhan harapan *Stakeholder* 3. Harapan yang terpenuhi akan membentuk penilain pada lembaga 4. Mempertimbangkan harapan *Stakeholder* **Komunitas** 1. Memiliki Komunitas 2. Berperan aktif pada komunitas 3. Terlibat pada aktifitas komunitas 4. Komunitas Mampu Memberikan keuntungan untuk kelangsungan 5. Tergabungnya lenmbaga dalam komunitas 6. Humas sebagai penyambung komunitas dengan lembaga 7. Ketidak terlibatan langsung mampu memudahkan dalam	komunitas 4. Komunitas Mampu Memberikan keuntungan untuk kelangsungan lembaga 5. Membangun komunitas 6. Adanya keterlibatan langsung *Stakeholder* 7. Pemelihan lokasi komunitas yang tepat 8. Lokasi menunjukkan perkembangan lembaga	

No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
			memenuhi haraapan komunitas		
3.	Cara humas dalam meningkatkan kepercayaan *Stakeholder* untuk mengangkat citra lembaga	Pendidikan sistem ganda hanya mungkin dapat dilaksanakan jika ada kesediaan dan kemauan dunia industri/perusahaan yang menjadi institusi pasangan sekolah kejuruan melaksanakan bersama program pendidikan kejuruan. Oleh karena itu, pihak lembaga pendidikan/sekolah dituntut untuk mampu menjalin kerjasama dengan dunia industri/usaha. Wena (1997:47) Pemegang jabatan harus bersedia menghadapi apa yang disebut sebagai *Public scrutiny* terutama yang dilakukan media massa yang ada (*Goog Govermen*) (Joko W., 2001: 104) Slogan merupakan kalimat singkat dan bersifat persuasi, serta susunan dalam kalimat tidak seperti biasa. Sukini (2005:162) Tiga langkah strategis membangun *image*, yaitu:	**Identitas Lembaga** 1. Menunjukkan Identitas 2. Ditunjukan dengan bangunan lembaga 3. Menunjukkan Identitas melalui Seragam **Mengkomunikasikan Identitas** 1. Melalui media TV, Radio, dan Media cetak lainnya **Slogan** 1. Bentuk slogan 2. Slogan yang dibuat harus mengadung semangat 3. Memicu prestasi dan menumbuhkan kreatifitas **Mengaplikasikan Slogan** 1. Slogan diaplikasikan pada seluruh kegiatan 2. Semarakkan slogan secara serentak 3. Mungkinkan slogan	**Identitas Lembaga** 1. Menunjukkan Identitas 2. Ditunjukan dengan bangunan lembaga 3. Bangunan yang memiliki daya tarik **Mengkomunikasikan Identitas** 1. Melalui media TV, Radio, dan Media cetak lainnya 2. Adanya pembaharuan dalam mengkomunikasikan identitas 3. Setiap dokumentasi mengandung makna 4. Deskripsi dalam dokumentasi mampu mengarahkan persepsi *Stakeholder* **Kemauan Bersaing** 1. Humas menentukan pesaing,	**Proposisi III** **P.3.1** Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Identitas Lembaga maka Terangkat Citra Lembaga **P.3.2** Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Mengkomunikasikan Identitas Lembaga maka Terangkat Citra Lembaga **P.3.3** Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Slogan maka Terangkat Citra Lembaga

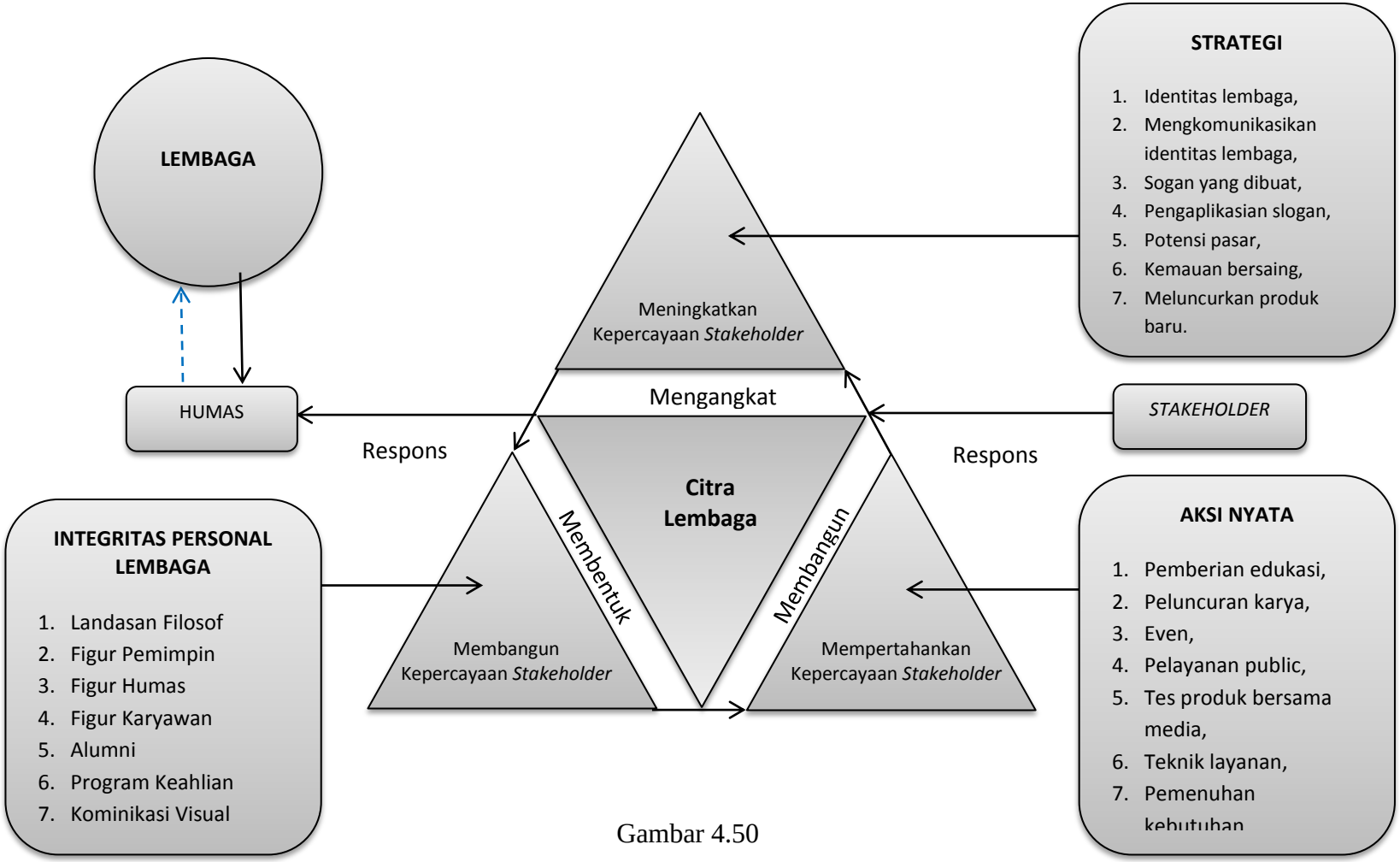
No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
		branding, position, dan *differentition*. (Faradillah, 2005)	terdengan oleh *Stakeholder* 4. Pastikan slogan mampu teringat pada *Stakeholder* 5. Sehingga slogan lembaga memiliki tempat dihati *Stakeholder* **Potensi Pasar** 1. Jadikan potensi derah sebagai pasar lembaga 2. Program keahlian yang sesuai dengan potensi daerah akan beradaptasi dengan cepat 3. Kepercayaan *Stakeholder* pada potensi daerah akan mampu terintegrasi pada program keahlian yang serumpun **Kemauan Bersaing** 1. Humas menentukan pesaing, 2. mengamati potensi persaingan 3. Menunjukkan Prestasi Siwa	2. mengamati potensi persaingan 3. Menunjukkan Prestasi Siwa 4. Memprediksi kemungkinan yang terjadi dilingkungan 5. Memiliki jiwa berkompetitor tidak terpaku pada pesaing daerah, **Meluncurkan Produk Baru** 1. meluncurkan produk baru 2. Humas sebagai suksesor produk baru 3. kesesuaian produk dengan kebutuhan *Stakeholder*, 4. produk mampu memicu rasa ingin tahu *Stakeholder*, 5. produk harus memiliki dayaguna lebih bagi *Stakeholder*.	**P.3.4** Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Mengaplikasikan Slogan maka Terangkat Citra Lembaga **P.3.5** Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Potensi Pasar maka Terangkat Citra Lembaga **P.3.6** Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Kemauan Bersaing maka Terangkat Citra Lembaga **P.3.7** Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui

No	Fokus Penelitian	Prespektif Teori	Temuan Kasus I (SMK Negeri 3 Blitar)	Temuan Kasus II (SMK Islam Blitar)	Proposisi
			Peluncuran Produk Baru 1. meluncurkan produk baru 2. adanya peluncuran produk berprestasi 3. Produk mampu dipasarkan **Pendekatan Persuasif** 1. Memberikan pengaruh melalui pendekatan persuasive 2. media ceramah dari guru pada siswanya 3. pastikan informasi dapat diterima 4. pesan akan berpengaruh pada ilingkungan tempat tinggal siswa.	**Pendekatan Persuasif** 1. Memberikan pengaruh melalui pendekatan persuasive 2. kepribadan yang ramah karyawan 3. peduli dengan kehidupan personal,	Peluncuran Produk maka Terangkat Citra Lembaga **P.3.8** Jika Humas Meningkatkan Kepercayaan *Stakeholder* melalui Pendekatan Persuasif maka Terangkat Citra Lembaga



Gambar 4.49

Tiga Dimensi Mewujudkan Citra Lembaga melaui Keprcayaan dengan Pemberian Stimulus



Gambar 4.50

Tiga Dimensi Mewujudkan Citra Lembaga melaui Keprcayaan dengan Pemberian Respon