

## PROFESI *PUBLIC RELATIONS* DALAM PERSEPSI SISWA SMA DI JAKARTA

Pijar Suciati<sup>1</sup>, Mareta Maulidiyanti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Laboratorium Hubungan Masyarakat, Program Pendidikan Vokasi, Universitas Indonesia

<sup>2</sup>Laboratorium Hubungan Masyarakat, Program Pendidikan Vokasi, Universitas Indonesia

[suciati.pijar@ui.ac.id](mailto:suciati.pijar@ui.ac.id), [mareta20@ui.ac.id](mailto:mareta20@ui.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana siswa Sekolah Menengah Atas memahami profesi *Public Relations* dan bagaimana persepsi mereka tentang profesi tersebut. Metodologi dalam penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif, menggunakan survey kuesioner terhadap sampel 2 SMA di Jakarta, yaitu SMA 66 (mewakili sekolah negeri) dan SMA Pangudi Luhur (mewakili sekolah swasta). Dengan sampel sebagai berikut: siswa kelas 11 SMAN 66 sebanyak 272 orang dan siswa kelas 11 SMAS pangudi luhur sebanyak 162 orang. Temuan dari penelitian ini adalah lebih dari 50% responden mengetahui dan memahami mengenai profesi *Public Relations*. Sebagai siswa yang sebentar lagi memasuki dunia perkuliahan, mereka tertarik, serta mempunyai kemauan lebih untuk tahu lebih banyak tentang profesi *Public Relations*. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan positif bagi praktisi Humas di organisasi, perusahaan, atau pun dunia pendidikan. Selain itu, dari sisi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian persepsi profesi dalam ilmu komunikasi, khususnya kajian ilmu *Public Relations*.

**Kata Kunci:** *Public Relations*, Persepsi, Profesi

### PENDAHULUAN

Menurut Kunandar (2007), profesi adalah suatu bidang pekerjaan yang ingin atau akan ditekuni oleh seseorang. Profesi juga diartikan sebagai suatu jabatan atau pekerjaan tertentu yang mensyaratkan pengetahuan dan keterampilan khusus yang diperoleh dari pendidikan akademis yang intensif. Jadi, Profesi berarti suatu bidang pekerjaan yang berdasarkan pendidikan keahlian tertentu (Salim, 1991: 1192).

Pada umumnya istilah profesi dimaksudkan sebagai suatu keahlian mengenai bidang tertentu, di mana perolehannya didahului oleh pendidikan dengan penguasaan pengetahuan, ilmu dan ketrampilan. Dalam hal ini, suatu profesi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh nafkah dengan

suatu keahlian tertentu, bukan sekedar menyalurkan kesenangan atau hobi dan bukan pula sekedar kegiatan awam atau kuli.

Profesi *Public Relations* adalah kegiatan atau aktivitas yang proses kegiatannya melalui empat tahap, yaitu penelitian yang didahului penemuan, analisis, pengolahan data dan sebagainya; perencanaan yang direncanakan; pelaksanaan yang tepat; evaluasi, penilaian setiap tahap dan evaluasi keseluruhan (Rumanti, 2005:7-8).

*Public Relations* atau Hubungan Masyarakat (HUMAS) merupakan hal yang masih terdengar asing dikalangan siswa sekolah menengah atas (SMA) karena pada dasarnya HUMAS dikalangan siswa SMA hanyalah sebuah divisi di suatu organisasi yang berfungsi untuk melakukan publisitas namun sebenarnya

tidak hanya itu. Profesi Humas ialah profesi yang sangat menarik karena pada profesi ini para profesional ditantang untuk menampilkan segala hal positif dari barang atau jasa yang ditawarkan serta para praktisi humas juga harus mampu dan siap untuk menghadapi segala masalah yang menerpa perusahaan dimana praktisi humas tersebut berkerja.

Perkembangan kualitas pendidikan menengah SMA, SMK, MA belum menunjukkan kemajuan signifikan. Kondisi tersebut banyak disebabkan selain jumlah guru yang kompeten terbatas, anggaran minim, terbatasnya kemampuan sekolah melakukan komunikasi intensif memperkenalkan potensi dan prestasi sekolah ke publik. Sekolah Menengah di Indonesia belum banyak melakukan terobosan komunikasi melalui *Public Relations* (PR) dengan baik. Institusi pendidikan menengah khususnya swasta lebih sibuk melakukan promosi mendapatkan murid, melalui propaganda iklan dan memanipulasi fakta. Sementara sekolah negeri lebih fokus pada peningkatan kemampuan akademik murid, memaksa murid mengikuti kelas tambahan untuk meraih prestise agar lulusan bisa diterima di PTN. Pendidikan menengah negeri maupun swasta belum menyadari *Public Relations* mempunyai peran penting bagi pengembangan dan keberlanjutan sekolah.

## METODE

### 1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian kuantitatif. Paradigma kuantitatif sendiri memiliki pendekatan khas yang patut untuk diperhatikan. Dengan memahami sifat dari penelitian kuantitatif, peneliti akan lebih mudah mengambil arah yang benar dalam menentukan topik penelitian, menyusun data, membuat analisis dan laporan penelitian.

Menurut sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode

penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (sugiyono, 2012: 7). Metode kuantitatif sering juga disebut metode tradisional, positivistik, ilmiah/*scientific* dan metode *discovery*. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery* karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Penelitian kuantitatif merupakan studi yang diposisikan sebagai bebas nilai (*value free*). Dengan kata lain, penelitian kuantitatif sangat ketat menerapkan prinsip-prinsip objektivitas. Objektivitas itu diperoleh antara lain melalui penggunaan instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Peneliti yang melakukan studi kuantitatif mereduksi sedemikian rupa hal-hal yang dapat membuat bias, misalnya akibat masuknya persepsi dan nilai-nilai pribadi. Jika dalam penelaahan muncul adanya bias itu maka penelitian kuantitatif akan jauh dari kaidah-kaidah teknik ilmiah yang sesungguhnya (danim, 2002: 35).

Menurut nazir (1988: 63), jenis penelitian deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa

sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki

Sugiyono (2005: 21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Menurut whitney (1960: 160) metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Dapat dikatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa yang terjadi pada saat sekarang atau masalah aktual.

Terdapat ciri-ciri yang pokok pada metode deskriptif, antara lain adalah: 1) Memusatkan perhatian pada permasalahan yang ada pada saat penelitian dilakukan atau permasalahan yang bersifat actual; 2) Menggambarkan fakta tentang permasalahan yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional yang seimbang.

Pekerjaan peneliti bukan saja memberika gambaran terhadap fenomena-fenomena, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji hipotesis, membuat prediksi, serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah

**2. Populasi Dan Sampel**

Sugiyono (2008: 115-116), populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sedangkan sampel sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Populasi penelitian ini adalah siswa sekolah menengah atas yang bertempat di daerah jakarta selatan, yaitu sman 66 dan smas pangudi luhur. Sampel penelitian ini adalah siswa sekolah menengah atas kelas 11 sman 66 dan

siswa sekolah menengah atas kelas 11 smas pangudi luhur. Berdasarkan data pokok pendidikan (dapodik), siswa kelas 11 sman 66 sebanyak 272 orang dan siswa kelas 11 smas pangudi luhur sebanyak 162 orang.

Dalam penentuan sampel, penulis menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Dimana rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{349}{1 + 349(0,03^2)}$$

$n = 111$  sampel yang akan di teliti.

Populasi penelitian ini adalah siswa Sekolah Menengah Atas yang bertempat di daerah Jakarta Selatan, yaitu SMAN 66 dan SMAS Pangudi Luhur. Sampel penelitian ini adalah siswa Sekolah Menengah Atas Kelas 11 SMAN 66 dan siswa Sekolah Menengah Atas kelas 11 SMAS Pangudi Luhur. Berdasarkan Data Pokok Pendidikan (Dapodik), siswa kelas 11 SMAN 66 sebanyak 272 orang dan siswa kelas 11 SMAS Pangudi Luhur sebanyak 77 orang.

Tabel 1  
 Sampel Penelitian

| No | Sampel                       | Jumlah |
|----|------------------------------|--------|
| 1. | Siswa kelas 11 SMAN 66       | 241    |
| 2. | Siswa kelas 11 Pangudi Luhur | 77     |
|    | Jumlah sampel                | 318    |

**4. Teknik Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, dimana metode survei merupakan penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu

kelompok ataupun suatu daerah. (nazir, 1988: 65)

Kerlinger mengemukakan bahwa metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi, dan hubungan antar variabel. Sosiologi, maupun psikologis.

Survei pada dasarnya tidak berbeda dengan research (penelitian). Pemakaian kedua istilah ini kerap kali hanya dimaksudkan untuk memberikan penekanan mengenai ruang lingkup. Research memusatkan diri pada salah satu atau beberapa aspek dari objeknya. Sedangkan survei bersifat menyeluruh yang kemudian akan dilanjutkan secara khusus pada aspek tertentu bilamana diperlukan studi yang lebih mendalam (zulnaidi, 2007: 11)

Lebih lanjut lagi zulnaidi (2007: 11-12) mengemukakan beberapa studi yang termasuk dalam metode survei yakni:

- Survei kelembagaan (*institutional survey*)
- Analisis jabatan/ pekerjaan (*job analysis*)
- Analisis dokumen (*documentary analysis*)
- Analisis isi (*content analysis*)
- Survei pendapat umum (*public opinion survey*)
- Survey kemasyarakatan (*community survey*)

Nazir (1988: 65) dalam bukunya metode penelitian, mengemukakan terdapat banyak sekali penelitian yang dapat dilakukan dengan menggunakan metode survei, diantaranya adalah survei masalah kemasyarakatan, survei komunikasi dan pendapat umum, survei masalah politik, survei masalah pendidikan, dan lain sebagainya.

Pengumpulan data dilakukan di SMAN 66 Jakarta pada tanggal 23 April 2018 pukul

13.00–15.00, SMAN 66 Jakarta pada tanggal 27 April 2018 pukul 13.00–15.00 dan SMA Pangudi Luhur pada tanggal 18 Mei 2018 pukul 13.00–15.00

## HASIL DAN PEMBAHASAN

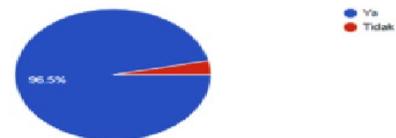
### 1. Profesi *Public Relations*

#### 1.1. Dimensi Definisi Komunikasi Dan *Public Relations*

Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 96,5 menjawab bahwa ilmu komunikasi adalah ilmu yang penting dan 3,5% menjawab ilmu komunikasi tidak penting

Apakah Ilmu Komunikasi Penting?

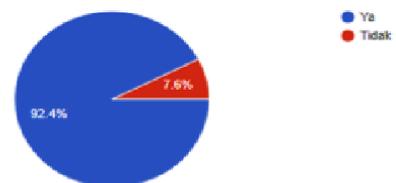
318 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 92,4% pernah mendengar istilah *Public Relations* dan 7,6% lainnya belum pernah mendengar istilah *Public Relations*.

Apakah Anda pernah mendengar istilah *Public Relations*?

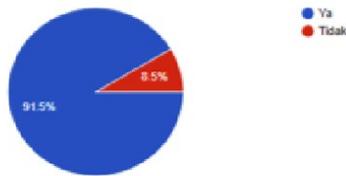
318 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 91,5% menganggap bahwa *Public Relations* mempunyai hubungan dengan ilmu komunikasi dan 8,5% lainnya beranggapan bahwa *Public Relations* tidak mempunyai hubungan dengan ilmu komunikasi.

Apakah Public Relations berhubungan dengan ilmu komunikasi?

317 responses



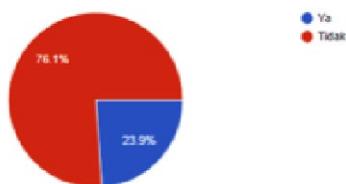
Dapat disimpulkan bahwa responden sangat paham dengan pengertian tentang ilmu komunikasi dan juga *public relations* namun pada pertanyaan ke 3 masih ada yang beranggapan bahwa tidak ada hubungan antara ilmu komunikasi dengan *public relations* padahal pada kenyataannya ilmu komunikasi dan *Public Relations* sangat berhubungan dengan erat.

### 1.2. Dimensi Sejarah Dan Relasi *Public Relations*

Dari 318 responden yang telah menjawab kuesioner dari kami, 23,9% mengetahui tentang sejarah *public relations* di dunia dan 76,1 % lainnya tidak mengetahui tentang sejarah *public relations* di dunia.

Apakah Anda mengetahui sejarah Public Relations di Dunia?

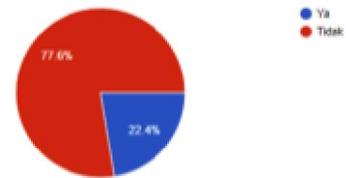
318 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 22,4% mengetahui sejarah *public relations* di Indonesia dan 77,6% tidak mengetahui sejarah *public relations* di Indonesia.

Apakah Anda mengetahui sejarah Public Relations di Indonesia?

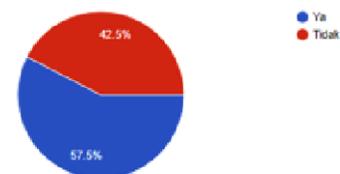
317 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 57,5% mengetahui bidang/perusahaan/organisasi/institusi/yayasan apa saja yang membutuhkan seorang *Public Relations* dan 42,5% tidak mengetahui bidang/perusahaan/organisasi/institusi/yayasan apa saja yang membutuhkan seorang *Public Relations*

Apakah Anda mengetahui bidang/perusahaan/organisasi/institusi/yayasan apa yang membutuhkan Public Relations?

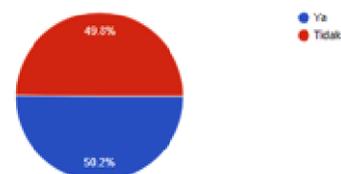
318 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 50,2% menjawab telah mengetahui organisasi PERHUMAS namun 49,8% belum mengetahui.

Apakah Anda mengetahui organisasi PERHUMAS?

317 responses

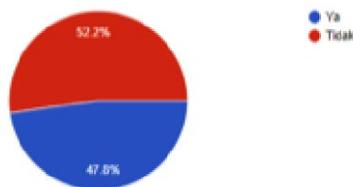


Dapat disimpulkan bahwa para responden sebagian besar belum mengetahui tentang sejarah *public relations* di dunia maupun Indonesia. namun setengah dari responden mengetahui relasi dari seorang *public relations*.

### 1.3. Dimensi Proses *Public Relation*

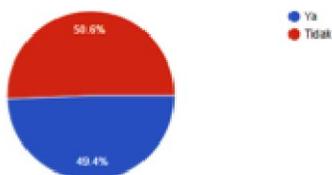
Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 47,8% menjawab telah mengetahui proses pekerjaan dari seorang *public relations* dan 52,2% tidak mengetahui tidak mengetahui proses pekerjaan seorang *public relations*

Apakah Anda mengetahui proses pekerjaan Public Relations?  
 316 responses



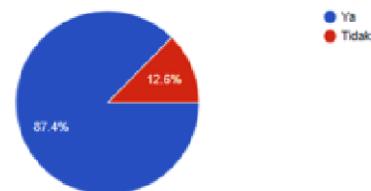
Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 49,4% mengetahui keahlian apa saja yang harus dimiliki seorang *public relations* dan 50,6% tidak mengetahui keahlian apa saja yang harus dimiliki seorang *public relation*.

Apakah Anda tahu keahlian apa saja yang harus dimiliki seorang Public Relations?  
 318 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 87,4% beranggapan bahwa seorang *public relations* perlu memiliki kemampuan untuk berkomunikasi yang baik dan 12,6% beranggapan seorang *public relations* tidak perlu memiliki kemampuan komunikasi yang baik

Apakah seorang Public Relations perlu memiliki kemampuan Communication (Komunikasi)?  
 317 responses

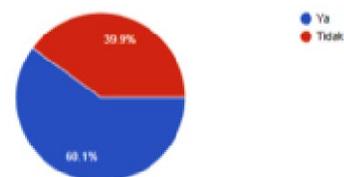


Dapat disimpulkan bahwa para responden belum mengetahui proses – proses pekerjaan dari seorang *public relations* namun mereka mengetahui dan mengerti bahwa seorang *public relations* perlu memiliki kemampuan komunikasi yang baik.

### 1.4. Dimensi Fungsi *Public Relations*

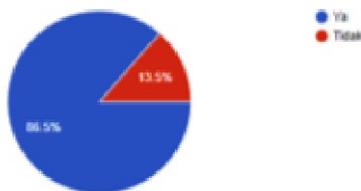
Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 60,1% mengetahui fungsi seorang *public relations* dalam sebuah perusahaan dan 39,9% belum mengetahui fungsi seorang *public relations* dalam sebuah perusahaan

Apakah Anda mengetahui fungsi dari Public Relations dalam sebuah perusahaan?  
 318 responses



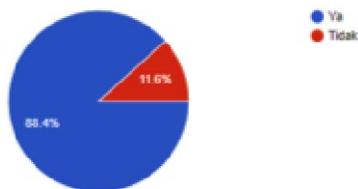
Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 86,5% beranggapan bahwa seorang *public relations* berfungsi untuk membangun hubungan dengan public namun 13,5% lainnya beranggapan bahwa *public relations* tidak berfungsi untuk membangun hubungan dengan public.

Apakah Public Relations berfungsi untuk membangun hubungan dengan publik?  
 318 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 88,4% beranggapan bahwa terdapat ada korelasi antara *public relations* dengan opini publik namun 11,6% beranggapan bahwa tidak ada korelasi antara *public relations* dengan opini publik.

Apakah ada korelasi antara Public Relations dengan opini publik?  
 318 responses

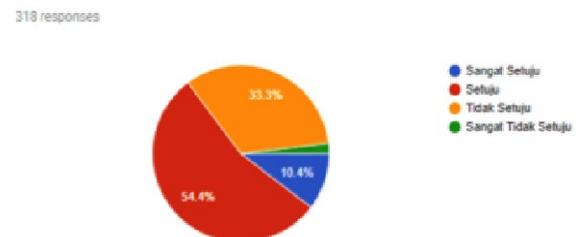


Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden telah menyadari fungsi dari seorang *public relations* yang dimana fungsi tersebut sangat terkait dengan public dan juga dapat membentuk opini publik.

## 2. Persepsi Terhadap *Public Relations* 2.1 Dimensi Fisik

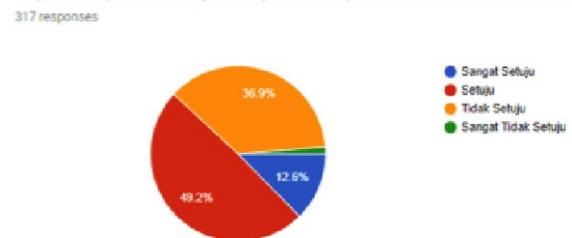
Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 10,4% sangat setuju bahwa mereka bertemu dengan seorang *public relations*. 54,4% setuju bahwa mereka bertemu dengan seorang *public relations*. 33,3% tidak setuju bahwa mereka bertemu dengan seorang *public relations* dan sisanya sangat tidak setuju bertemu dengan seorang *public relations*.

Saya bertemu seorang Public Relations  
 318 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 12,6% mengaku sangat setuju memperhatikan penampilan dan pakaian dari seorang *public relations* lalu 49,2% setuju bahwa mereka memperhatikan penampilan dan pakaian seorang *public relations* dan 36,9% mengaku tidak setuju bahwa mereka memperhatikan penampilan dan pakaian seorang *public relations*

Saya memperhatikan penampilan dan pakaian dari Public Relations  
 317 responses

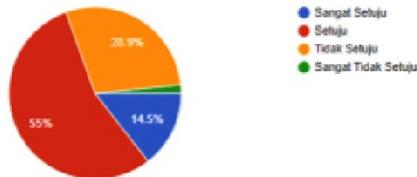


Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 69,5% mengaku setuju apabila mendengarkan seorang *public relation*

berbicara, 30,5% lainnya tidak setuju apabila mendengar seorang *public relations* berbicara

Saya mendengarkan seorang Public Relations berbicara

318 responses



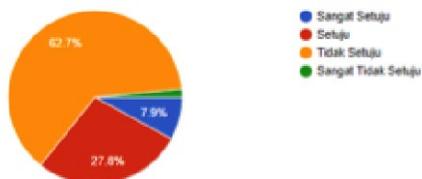
Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar para responden sangat memperhatikan penampilan fisik dari seorang *public relations*. Penampilan fisik merupakan bagian yang sangat penting bagi seorang *public relations* karena penampilan seorang *public relations* merupakan gambar dari organisasi atau institusi yang dibawanya.

## 2.2. Dimensi Fisiologis

Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 35,7% mengaku setuju dan senang dengan penampilan dan pakaian dari seorang *public relations* dan 64,3% mengaku tidak senang dengan penampilan dan pakaian seorang

Saya senang dengan penampilan dan pakaian dari Public Relations

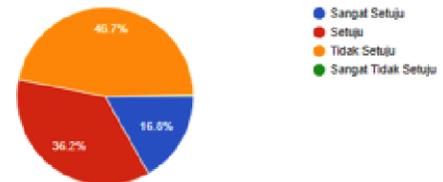
316 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 53% mengaku bahwa mereka setuju dan senang mendengarkan seorang *public relations* berbicara dan 47% mengaku tidak setuju dan tidak senang mendengar seorang *public relations* berbicara.

Saya senang mendengarkan seorang Public Relations berbicara

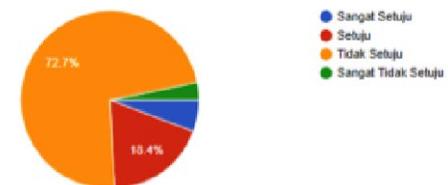
315 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 27,3% setuju dan senang apabila mengikuti sosialisasi tentang profesi *public relations* dan 72,7% mengaku tidak setuju dan tidak senang apabila mengikuti sosialisasi tentang profesi *public relations*.

Saya senang mengikuti sosialisasi tentang profesi Public Relations

315 responses



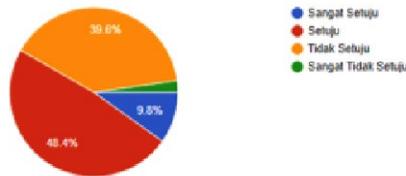
Dapat disimpulkan para responden tidak menyukai profesi *public relations* secara fisiologis itu dapat dilihat dari bahwa mereka tidak senang mengikuti sosialisasi tentang profesi *public relations* dan berpakaian seperti seorang *public relations*.

## 2.3. Dimensi Psikologis

Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 58,2% menganggap bahwa profesi *public relations* adalah profesi yang menarik namun 41,8% lainnya menganggap profesi *public relations* bukan profesi yang menarik.

Profesi Public Relations adalah profesi yang menarik

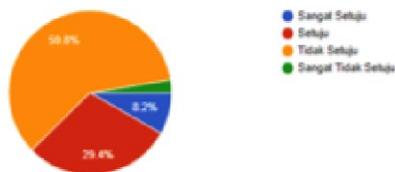
316 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 37,6% menjawab mereka setuju dan tertarik untuk mempelajari ilmu tentang profesi *public relations* lebih jauh namun 63,4% tidak setuju dan tidak tertarik untuk mempelajari ilmu tentang *public relations* lebih jauh.

Saya tertarik untuk mempelajari ilmu tentang Public Relations lebih jauh

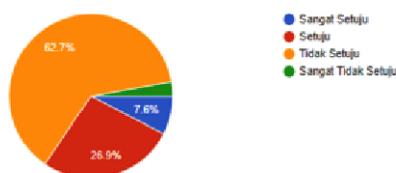
316 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 34,5% setuju dan tertarik untuk kuliah di jurusan *public relations* dan 65,5% lainnya tidak tertarik untuk kuliah di jurusan *public relations*.

Saya tertarik untuk berkuliah di jurusan Public Relations

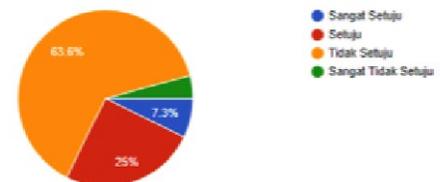
316 responses



Dari 318 responden yang telah mengisi kuesioner dari kami, 32,3% mengaku setuju dan bercita – cita menjadi seorang *public relations* namun 67,7% lainnya tidak setuju dan tidak mempunyai cita – cita sebagai seorang *public relations*.

Saya bercita-cita untuk menjadi seorang Public Relations

316 responses



Dapat disimpulkan bahwa para responden sebagian besar secara psikologis tidak terlalu menyukai *public relations* dan itu dapat dilihat dari kurang persentase para responden yang ingin berkuliah di jurusan *public relations* dan bercita-cita menjadi seorang *public relations*.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil riset yang telah kami lakukan pada siswa menengah atas SMA di Jakarta Selatan kami dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, siswa sekolah menengah atas di Jakarta Selatan memahami adanya profesi *public relations* dimana para siswa sekolah menengah atas tersebut terbukti mengetahui adanya *public relations* atau hubungan masyarakat terdapat pada suatu organisasi atau institusi. Para siswa juga mengerti bahwa seorang *public relations* harus memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi karena mereka menyadari bahwa *public relations* merupakan bagian dari ilmu komunikasi.

Kedua, siswa sekolah menengah atas mempunyai persepsi yang baik terhadap profesi *Public Relations* dimana secara fisiologis mereka suka bertemu dan melihat penampilan

seseorang public relations dan juga mereka suka mendengar ketika seorang *public relations* berbicara karena dapat dipastikan apa yang disampaikan oleh seorang *public relations* itu dengan Bahasa yang baik dan juga isi yang penuh makna. Namun hanya sedikit dari para siswa yang bercita-cita menjadi seorang *public relations*.

Ketiga, terdapat perbedaan persepsi antara *public relations* yang siswa sekolah menengah atas tahu dengan profesi *public relations*, mereka mengetahui bahwa seorang *public relations* merupakan hanya seseorang yang menyebarkan informasi tentang organisasi atau institusi yang sedang dipegangnya namun pada kenyataannya pekerjaan seorang *public relations* tidak hanya itu saja dan banyak jenisnya.

Keempat, tingkat pengetahuan tentang profesi *public relations* di kalangan siswa Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) dan siswa Sekolah Menengah Atas Swasta (SMAS) mempunyai tingkat pengetahuan yang hampir sama dimana mereka mempunyai pengetahuan yang rendah terhadap pengetahuan tersebut karena memang tidak banyak informasi yang mereka dapatkan tentang profesi *public relations* sendiri.

## SARAN

Sebagai calon praktisi *public relations* hal ini menjadi hal yang sangat memprihatinkan bagi kami karena tingkat pengetahuan siswa sekolah menengah atas terhadap profesi *public relations* sangat rendah. Kami berharap nantinya informasi tentang *public relations* harus diperbanyak kepada para siswa baik melalui pelajaran, seminar, ataupun hal lainnya yang dapat menyampaikan pengetahuan dasar seorang *public relations*. Kami juga berharap adanya sekolah khusus profesi *public relations* sejak sekolah menengah atas karena apabila itu sudah ditanamkan sejak sekolah maka mereka

akan lebih siap pada saat masuk dunia perkuliahan. Apabila mereka sudah siap maka akan lahir para praktisi praktisi *public relations* yang cerdas dan juga dapat menunjang majunya dunia *public relations* di Indonesia.

## REFERENSI

- Abdurachman (2001) . *Dasar-dasar Public Relations*. Jakarta : Citra Aditya
- Ardianto, Soemirat. (2010). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT. Remaja Rosda
- Cutlip, Center, Broom. (2009). *Effective Public Relations*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Gibson. (1990). *Principles of Nutritional Assessment*. New York: Oxford University
- Kunandar. (2007). *Guru Profesional :Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP) dan Sukses dalam Sertifikasi Guru*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Kemendikbud. (2017). *Data Referensi Kementerian Pendidikan & Kebudayaan*. Jakarta
- Muthmainnah. (1997). *Hubungan Persepsi Keselamatan Kerja*. Jakarta
- Ralph Currier, Filley. (1973). *Principles Of Management*. New York : Alexander Institute
- Rumanti, (2005). *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta : Grasindo
- Salim, (1991). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press
- Saputra,Nasrullah. (2011). *Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Jakarta
- Sunaryo. (2004). *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: Penerbit buku Kedokteran EGC
- Sungkowo, M. (2008). *Panduan Penyelenggaraan Progam Rintisan SMA Bertaraf Internasional*. Jakarta
- Walgito, Bimo. (2002). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset