

PENGARUH SPECIAL EVENT PL FAIR 2010 TERHADAP PENCITRAAN SMA PANGUDI LUHUR 1 JAKARTA

Heinrichus J Rhamadhitya S.K

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta
heri_karsono@moestopo.ac.id

Abstract

This study is to find out how special relationship PL Fair 2010 event with high image Pangudi Luhur 1 Jakarta, to know how special nature of the relationship between PL Fair 2010 event with high image Pangudi Luhur 1 Jakarta, and to find out how strong the influence of PL Fair 2010 special event the SMA image Pangudi Luhur 1 Jakarta. Location of the research conducted in the high school environment Pangudi 1 Luhur Jakarta. The population in this study is the first high school alumni Pangudi Luhur Jakarta class of 2007, amounting to as much as 90 and as many as 40 samples taken respondents. Variable in this study is the PL Fair 2010 special event as the independent variable and the image of SMA 1 Pangudi Luhur Jakarta so dependent variable. The results showed that there is significant influence between PL Fair 2010 special event with high image 1 Pangudi Luhur Jakarta.

KeyWords: Special Event, Image

Latar Belakang Masalah

Dalam memperoleh citra positif dari masyarakat peran seorang staff humas sangat dibutuhkan. Dan semua itu dapat diwujudkan melalui produk – produk dalam bidang public relations. Dalam penelitian ini penulis akan membahas salah satu produk humas yaitu special event. Special event merupakan salah satu program kerja yang diselenggarakan oleh humas sebagai upaya untuk mempromosikan kegiatan atau produk yang dihasilkan perusahaan/organisasi dalam menarik minat khalayak untuk berpartisipasi dalam kegiatan acara tersebut. (Ruslan, 2007 : 232-233)

Sedangkan menurut Rusady Ruslan dalam buku “Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi” mengatakan bahwa fungsi special event kegiatan humas salah satunya adalah sebagai media komunikasi dan pada akhirnya media massa atau publik sebagai target sarannya akan memperoleh pengenalan, pengetahuan, pengertian yang mendalam dan diharapkan dari ajang khusus tersebut dapat menciptakan citra positif terhadap perusahaan atau lembaga produk yang diwakilinya. (Ruslan 2008 : 234)

Citra positif dari khalayak atau public terhadap sebuah organisasi atau perusahaan sangatlah berarti. Citra menurut Soleh Soemirat dalam buku “Dasar Dasar Public Relations” adalah kesan yang diperoleh

seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta- fakta atau kenyataan. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi – informasi yang diterima seseorang.

Dalam hal ini Sekolah Menengah Atas (SMA) Pangudi Luhur 1 Jakarta tak hanya memperhatikan di bidang akademik melainkan non-akademik. Hal ini dibuktikan dengan diadakannya special event “ PL Fair “ yang sudah terselenggara sejak tahun 1989 dan selalu diadakan setiap tahunnya atau sudah menjadi tradisi tahunan.

Special event yang diadakan oleh SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta setiap tahunnya dinamakan “ PL Fair “ dan memiliki konsep yang berbeda-beda dan bervariasi di setiap tahunnya. PL Fair pada awalnya adalah sebuah ajang kreativitas dan seni siswa – siswa SMA Pangudi Luhur yang diselenggarakan sebagai wadah untuk menyalurkan kekreatifitasan siswa-siswa Pangudi Luhur 1 Jakarta. Special event yang sudah terselenggara sejak tahun 1989 ini menyajikan perpaduan antara, festival (pentas seni), promosi kegiatan ekstrakurikuler, kegiatan sosial yang dikemas secara menarik didasari kekreativitasan siswa SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta sehingga dapat menimbulkan dampak yang positif bagi masyarakat.

Dasar permasalahan dari penelitian ini adalah sema-

kin meningkatnya persaingan sekolah swasta dimana setiap sekolah swasta memberikan sarana dan fasilitas yang berbeda satu sama lain, dalam hal ini SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta memiliki kompetitor antara lain Sekolah Menengah Atas (SMA) Kolese Gonzaga dan Sekolah Menengah Atas (SMA) Kolese Kanisius yang memiliki kesamaan sekolah swasta dengan latar belakang Katolik. Persaingan yang semakin ketat itulah yang membuat SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta mengadakan media promosi, diantaranya dengan dilakukan sarana promosi seperti penyelenggaraan special event.

Dengan adanya special event yang dilakukan oleh seluruh siswa SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta beserta seluruh staff terutama bidang Humas diharapkan dapat meningkatkan pencitraan yang baik serta positif terhadap SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Pembahasan ini menjadi penting karena dengan adanya special event PL Fair 2010 yang diadakan setiap tahun sejak 1989 oleh SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta, dapat memberikan pengaruh terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Adapun kaitan kegiatan humas eksternal dan juga termasuk dalam program Marketing Public Relations guna mempromosikan program-program yang dihasilkan oleh sebuah organisasi/perusahaan dalam menarik minat khalayak untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang dipromosikan oleh humas.

Penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta dapat meningkatkan pencitraannya di mata khalayak umum melalui salah satu produk kegiatan humas yaitu special event, karena dalam konteks sekolah swasta dengan pembiayaan internal sekolah dan didukung beberapa sponsor sekolah mampu mengadakan suatu special event yang bertujuan untuk meningkatkan pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori-teori komunikasi seperti teori pembentukan citra yang menjelaskan bagaimana proses pembentukan citra itu sendiri serta model S-M-C-R-E yang dapat menjelaskan variabel-variabel penelitian dan didukung model komunikasi untuk mengetahui sampai dimana kegiatan yang dilakukan oleh siswa-siswa dan sekolah mempengaruhi pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang dimaksudkan penulis adalah pembatasan dalam ruang lingkup, sehingga materi yang dibahas menjadi lebih fokus dan tidak menyenggung hal-hal yang tidak relevan dengan penelitian.

Selain itu juga untuk menghindari kesalahan dalam penafsiran, maka penulis juga merasa perlu membuat batasan masalah penelitian, antara lain :

Batasan Materi

Dalam penelitian ini, penulis membatasi materi penelitiannya dengan memfokuskan kegiatan special event PL Fair 2010 yang merupakan strategi terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta dengan melakukan survei terhadap alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007 yang selalu mengikuti special event PL Fair, terutama PL Fair 2010.

Pengaruh

Pengaruh adalah salah satu elemen komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil tidaknya komunikasi yang kita inginkan. Semua peristiwa komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai tujuan, yakni mempengaruhi khalayak atau penerima, pengaruh juga dapat terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (knowledge), sikap (attitude), perilaku (behaviour).

Menurut Onong Efendy definisi pengaruh adalah “ daya yang timbul pada khalayak sebagai akibat dari pesan komunikasi yang mampu membuat mereka melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu “. (Effendi,1989 : hal 176)

Dari pernyataan diatas bisa ditarik kesimpulan yaitu dalam penelitian ini pengaruh merupakan dampak pesan komunikasi yang dihasilkan special event PL Fair 2010 yang memiliki kemampuan dalam merubah suatu hal.

Special event PL Fair 2010

Special event adalah kegiatan dengan menyusun acara atau peristiwa khusus yang merupakan pengembangan lebih canggih dari kegiatan public relations dalam menarik perhatian publik dan pada akhirnya memperoleh publisitas tinggi. Special event yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi guna mendapatkan awareness atau perhatian dari masyarakat.

Special event PL Fair 2010 adalah suatu acara atau kegiatan yang dibuat oleh SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta sebagai media promosi sekolah yang diadakan di Bengkel Night Park, kawasan bisnis Sudirman, Jakarta.

Pencitraan

Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Citra merupakan suatu istilah baru dan menarik serta banyak diperbincangkan oleh masyarakat

terutama dalam kegiatan humas.

Menurut Frans Jefkins, dalam bukunya *Public Relations Technique* menyimpulkan secara umum bahwa, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Frans Jefkins juga mengemukakan dalam bukunya *Public Relations (1984)* dan *Essential of Public Relations (1998)* mengenai jenis-jenis citra antara lain :

The mirror image (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.

The current image (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat dalam publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan mirror image.

The wish image (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap.

The multiple image (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan perusahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan.

Citra juga memiliki proses pembentukannya yang terdiri dari empat komponen yaitu persepsi – kognisi – motivasi – sikap, yang diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. Ini disebut sebagai “ picture in our head “ oleh Walter Lipman.

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan.

Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus.

Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan – kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. (Ardianto,2008 : hal 116).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pencitraan merupakan suatu usaha yang memerlukan proses dalam pencapaiannya serta tantangan dan perjuangan yang harus dihadapi.

Batasan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan Juni 2011 sampai dengan September 2011. Lokasi penelitian dilakukan di SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta Jl. Brawijaya 4 Kebayoran Baru.

Perumusan Masalah

Permasalahan penelitian pada hakikatnya merupakan bentuk lain dari pernyataan-permasalahan seperti yang terdapat dalam latar belakang permasalahan. Istilah permasalahan di sini berarti sesuatu yang belum diketahui, sesuatu yang ingin diketahui dari suatu fenomena komunikasi. Merumuskan permasalahan penelitian harus konsisten dengan pernyataan-permasalahan.

Franken dan Wallen mengemukakan bahwa masalah penelitian yang baik adalah:

Masalah harus feasible, dalam arti masalah tersebut harus dapat dicarikan jawabannya melalui sumber yang jelas, tidak banyak menghabiskan dana, tenaga, dan waktu.

Masalah harus jelas, yaitu semua orang memberikan persepsi yang sama terhadap permasalahan tersebut.

Masalah harus signifikan, dalam arti jawaban atas masalah itu harus memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu dan pemecahan masalah kehidupan manusia.

Masalah bersifat etis, yaitu penelitian tidak berkenaan dengan hal – hal yang bersifat etika, moral, nilai-nilai keyakinan dan agama (ini hanya berlaku untuk penelitian kuantitatif karena sulit mengukurnya, untuk penelitian kualitatif tidak harus seperti ini) (Sugiyono, 2008 : 52-53)

Rumusan masalah juga berbeda dengan masalah. Masalah itu merupakan kesenjangan antara yang diharapkan dengan yang terjadi, maka rumusan masalah itu merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Namun demikian terdapat kaitan erat antara masalah dengan rumusan masalah, karena setiap rumusan masalah penelitian harus didasarkan pada masalah.

Rumusan masalah juga merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Bentuk rumusan masalah penelitian ini dikembangkan berdasarkan penelitian menurut tingkat eksplanasi.

Menurut Tuckman yang dikutip oleh Prof. Dr . Sugiyono dalam buku *Metode Penelitian Administrasi* rumusan masalah yang baik adalah yang menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih, dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya, atau alternatif yang secara implisit mengandung pertanyaan (Sugiyono, 2007: 34)

Misalnya tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan apakah ada hubungan antara special event PL Fair 2010 dengan pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Menurut Nabuko, “ yang dimaksud dengan perumusan masalah adalah untuk membatasi masalah peneli-

tion yang telah ditetapkan, perumusan masalah ini pada umumnya dituliskan atau dinyatakan dalam kalimat pertanyaan untuk menambah ketajaman perumusan” (Narbuko, 2002 : hal 162).

Rumusan masalah dalam penelitian juga memiliki bentuk-bentuknya. Bentuk-bentuk masalah penelitian dikembangkan berdasarkan penelitian menurut tingkat eksplanasi yang dikemukakan. Hal ini disebabkan oleh karena pada dasarnya hasil penelitian nanti digunakan untuk menjelaskan fenomena berdasarkan data yang terkumpul. Berdasarkan hal tersebut maka bentuk masalah dapat di kelompokkan ke dalam bentuk rumusan masalah deskriptif, komparatif, dan asosiatif.

Didalam penelitian ini rumusan masalah yang digunakan lebih mengarah kepada rumusan masalah asosiatif. Menurut Prof. Dr. Sugiyono rumusan masalah asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2008 : 55).

Di dalam rumusan masalah asosiatif itu sendiri masih terdapat tiga bentuk hubungan yaitu :

Hubungan simetris; Hubungan simetris adalah suatu hubungan antara dua variabel atau lebih yang kebetulan munculnya bersama. Jadi bukan hubungan kausal maupun interaktif.

Hubungan Kausal; Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi ada variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

Hubungan interaktif; Hubungan interaktif adalah hubungan yang saling mempengaruhi. Di dalam hubungan ini tidak diketahui mana variabel independen dan dependen.

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumusan masalah asosiatif dengan bentuk hubungan kausal dikarenakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi ada variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

Sesuai dengan judul penelitian yaitu “ Pengaruh Special Event PL Fair 2010 terhadap Pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta (Survey terhadap alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007), oleh karena itu maka masalah dirumuskan menjadi: Apakah terdapat pengaruh antara special event PL Fair 2010 terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta?

Adapun rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut :

Adakah hubungan antara pengaruh special event PL Fair 2010 dengan pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta ? Bagaimana sifat hubungan antara special event PL Fair 2010 dengan pencitraan SMA Pangudi Luhur

1 Jakarta ? dan Seberapa kuat pengaruh antara special event PL Fair 2010 terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :Special event “ PL Fair 2010 “ yang diadakan oleh SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Pencitraan terhadap alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007 dan Pengaruh special event “ PL Fair 2010 “ terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Kegunaan Penelitian

Untuk mengembangkan dan mengimplementasikan teori-teori di bidang komunikasi, khususnya yang menyangkut bidang humas dalam bentuk dasar atau data bagi penelitian berikutnya mengenai topik yang sama.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atau acuan bagi penelitian sejenis lainnya dan dapat memberikan masukan terhadap SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta khususnya terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Mengukur tingkat keberhasilan atau pengaruh kegiatan special event PL Fair 2010 dalam pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Hakikat Komunikasi

Di dalam kehidupan bermasyarakat, manusia pasti memerlukan orang lain karena pada hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial yang pasti melakukan kegiatan komunikasi. Banyak orang menyadari bahwa komunikasi merupakan bagian integral guna mencapai tujuan, organisasi akan memfungsikan secara optimal bagian-bagian yang diberi otoritas menangani masalah-masalah komunikasi, seperti bagian humas untuk melakukan kegiatan perencanaan, riset, implementasi, maupun evaluasi komunikasi.

Komunikasi menurut Diana K. Ivy dan Phil Backlund yang dikutip oleh Prof. Deddy Mulyana, M.A.,Ph.D dalam buku Ilmu Komunikasi adalah :

“komunikasi merupakan proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna”.

Definisi lain menurut Donald Byker dan Loren J. Anderson bahwa komunikasi adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih.

Para pakar komunikasi tersebut mendefinisikan komunikasi sebagai proses karena komunikasi merupakan kegiatan yang ditandai dengan tindakan, perubahan, pertukaran, dan perpindahan (Mulyana, 2007: 76-77). Seseorang akan mengubah sikap, pendapatnya atau

perilakunya apabila komunikasinya memang berjalan efektif. Dalam komunikasi orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator dan orang yang menerima pesan dari komunikator disebut komunikan. Komunikasi akan berjalan efektif apabila komunikator terlebih dahulu mengetahui khalayak mana yang menjadi sasaran sehingga respon yang diterima oleh komunikator sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Komunikator pun harus terampil dalam membuat pesan yang akan diberikan kepada komunikan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan dapat menerima pesan dengan baik. Menurut Bernard Barelson dan Gary A. Stainer, dalam bukunya "Communication and Public Opinion", menjelaskan tentang komunikasi sebagai berikut: "Communication : the transmission of information ideas, emotions, skill, etc. By the use of symbols-words pictures, figures, graphs, etc. Is the act of process, of transmission that is usually called communication" (Berelson, 1972)

Berdasarkan kedua definisi tersebut bahwa komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non-verbal antara komunikator (pengirim) dan komunikan (penerima) dengan tujuan dapat memberi perubahan secara kognitif (pikiran), afektif (emosi atau perasaan), dan konatif (perilaku/tindakan) kepada komunikan. Ada beberapa tingkatan dalam proses komunikasi, menurut Denis McQuail yang dikutip oleh Sasa Djuarsa dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi menjelaskan 6 (enam) bentuk tersebut, yaitu :

Komunikasi intra pribadi, merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang, berupa proses pengolahan komunikasi melalui panca indra dan sistem sarafa.

Komunikasi antar pribadi, merupakan proses komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lain

Komunikasi dalam kelompok, merupakan proses komunikasi yang berlangsung diantara anggota dalam suatu kelompok sesuai dengan peran dan kedudukannya masing-masing dalam kelompok tersebut.

Komunikasi antar kelompok, merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara suatu kelompok dengan kelompok lain antara suatu asosiasi dengan suatu asosiasi lainnya dimana pelaku komunikasi jenis ini boleh hanya dua orang atau beberapa orang saja.

Komunikasi organisasi, merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi atau antar organisasi dimana beda komunikasi organisasi dengan komunikasi kelompok ini adalah bahwa sifat komunikasi organisasi lebih frontal dan lebih mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi dalam melakukan kegiatannya.

Komunikasi dengan masyarakat luas, merupakan proses komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat secara luas. Bentuk komunikasinya dapat dilakukan dengan melalui dua cara sebagai berikut : komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa seperti radio, majalah, surat kabar, dan televisi dll dan komunikasi langsung tanpa media massa, misalnya pence-ramah atau pidato dilapangan terbuka dimana sifat isi pesan kedua jenis komunikan ini menyangkut kepentingan orang banyak, tidak bersifat pribadi. (Djuarsa, 2003: 2.12 – 2.13).

Dengan adanya komunikasi manusia dapat berinteraksi dengan satu sama lainnya, baik secara verbal maupun non verbal guna mencapai tujuannya masing-masing.

Pada penelitian ini penulis ingin meneliti bagaimana komunikasi dapat berperan penting dalam sebuah kegiatan humas dalam hal ini adalah special event yang diselenggarakan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta untuk memberi citra yang baik terhadap SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Rachmadi mengatakan: "karena luas ruang lingkup komunikasi, maka komunikasi dengan pihak luar banyak di lakukan oleh bagian Public Relations bukan oleh pemimpin organisasi" (Rachmadi, 1996 : 75). Jadi menurut rachmadi, yang mengurus komunikasi eksternal sebuah perusahaan adalah Public Relations Officer.

Jika public relations officer itu didalam sebuah perusahaan di dalam lembaga pendidikan seperti SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta juga terdapat bagian humas yang berfungsi sama seperti public relations officer. Membina dan membangun citra positif dari publik terhadap lembaga atau perusahaan merupakan tugas utama dari bagian humas. Dalam hal itu staff humas pasti akan memberikan masukan – masukan dan saran untuk mengadakan kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk membangun dan memelihara citra positif sehingga dapat menguntungkan lembaga tersebut.

Citra positif dari khalayak atau publik terhadap perusahaan atau lembaga sangat berarti buat perusahaan atau lembaga itu sendiri. Membangun citra positif itu tidak mudah. SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta yang selalu mendapat perhatian khalayak karena keunikannya dan merupakan salah satu sekolah homogen dari sekian banyaknya SMA di kawasan Jakarta. Di sinilah peran public relations yang bukan menjual produk tetapi lebih kepada berkomunikasi, berhubungan dan melakukan pendekatan kepada khalayak untuk memperkenalkan dan mensosialisasikan apa saja yang berkaitan dengan perusahaan agar dapat menciptakan citra positif terhadap perusahaan.

Penulis memilih SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta karena di sekolah inilah banyak keunikan yang mungkin tidak dimiliki oleh sekolah-sekolah lain yang setara jenjang pendidikannya.

Dan penulis memilih Special Event PL Fair 2010 karena kegiatan tersebut merupakan kegiatan tahunan yang sudah terselenggara sejak tahun 1989 yang juga berperan memberikan citra positif terhadap SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Citra positif perusahaan dapat dibentuk melalui berbagai macam aspek-aspek komunikasi yang telah terkoordinir dengan baik. Dengan adanya citra yang baik maka perusahaan tersebut dapat menarik minat dan simpati masyarakat serta menjaga hubungan dengan pihak internal dan eksternal perusahaan yang merupakan salah satu kunci keberhasilan dari perusahaan. Karena dengan menjaga hubungan yang baik dengan pihak internal maupun eksternal maka akan timbul rasa saling mengikat dan saling membutuhkan satu sama lain dengan begitu maka akan timbul kepuasan dari masyarakat dan muncul sikap loyalitas terhadap perusahaan atau lembaga tersebut.

Hakikat Humas

Hubungan masyarakat itu merupakan kegiatan melaksanakan hubungan dengan publik luar dan di dalam organisasi dengan jalan berkomunikasi. Dan seiring berjalannya waktu humas sesungguhnya sebagai alat manajemen modern secara struktural dari suatu kelembagaan atau organisasi dengan arti humas merupakan fungsi kelembagaan atau organisasi yang sifatnya melekat pada manajemen perusahaan.

Hal ini terlihat dari humas dapat melaksanakan komunikasi timbal balik dua arah, baik antara organisasi atau perusahaan yang diwakilinya dengan publiknya. Dalam peranan komunikasi di suatu aktivitas itulah manajemen organisasi atau perusahaan biasanya diserahkan oleh pihak public relation atau humas.

Pengertian Humas

Dewasa ini kebutuhan akan humas semakin dirasakan sebagai sesuatu yang sangat penting, karena keberhasilan dari suatu organisasi atau perusahaan tidak terlepas dari peran humas dalam menjalin kerjasama, membina hubungan baik dan menciptakan komunikasi timbal balik dengan publiknya, baik dengan publik internal maupun publik eksternal (masyarakat). Dengan kata lain humas merupakan ujung tombak suatu perusahaan atau organisasi dalam pencapaian tujuannya.

Humas atau public relations memiliki beberapa definisi, salah satunya didefinisikan oleh “ The Inter-

national Public Relations Association “ (IPRA) yang dikutip oleh Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy , M A dalam buku Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis sebagai berikut :

“Public Relations adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang Berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien “ (Effendy, 2002 : 20 – 21).

Definisi lainnya menurut British Institute of Public Relations yang dikutip oleh Frans Jeffkins dalam bukunya Public Relations yaitu :

“Public Relations adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya” (Jeffkins, 2002 : 9).

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa humas merupakan fungsi manajemen yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan untuk mencapai niat baik dan membina pengertian, simpati dan dukungan dari khalayak dengan menyebarkan informasi secara luas dan terencana.

Sedangkan menurut Frans Jeffkins :“Public Relations adalah semua bentuk komunikasi yang terencana baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian” (Jeffkins, 2002 : 10)

Berdasarkan definisi diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa public relations memiliki pemahaman sekitar membangun hubungan yang efektif antara organisasi dengan kelompok yang menurut organisasi itu penting dan terdiri dari berbagai unsur seperti, media, investor, komunitas – komunitas tertentu, maupun lembaga-lembaga pemerintahan dan hubungan itu membawa keuntungan bagi kedua belah pihak. Humas juga harus mempunyai suatu rencana atau strategi dan mampu mengkomunikasikan serta dapat memahami setiap individu atau kelompok sehingga diharapkan dengan apa yang telah diharapkan dengan apa yang telah diterapkan dapat mengubah sikap yang ke arah lebih positif.

Fungsi Humas

Humas atau public relations memiliki fungsi dalam suatu perusahaan atau organisasi, yaitu dapat menumbuhkan dan meningkatkan hubungan baik antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, menumbuhkan motivasi dan berpartisipasi untuk menciptakan pendapat publik yang menguntungkan organisasi atau perusahaan.

Dengan menyadari fungsi humas secara keseluruhan diharapkan seorang humas dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Menurut The British Institute of Public Relations yang dikutip oleh Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M A mengemukakan tiga fungsi public relations yaitu : To ascertain and evaluate public opinion as relates to his organization (mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya). To counsel executives on ways of dealing with public opinion as it exists (menasehati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya). To use communication to influence public opinion (menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum) (Effendy, 2007 : 134-135).

Menurut Cutlip dan Centre serta Canfield yang dikutip oleh Rosady Ruslan, fungsi public relations dapat dirumuskan sebagai berikut:

“Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama.

Membina hubungan yang harmonis antara badan/ organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.

Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya.

Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran demi tujuan dan manfaat bersama.

Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya” (Ruslan, 2007 : 19)

Dari beberapa fungsi yang telah dikemukakan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa selain menyampaikan kebijaksanaan manajemen kepada publik dan menyampaikan opini publik kepada manajemen, seorang humas harus dapat membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya.

Hubungan yang perlu dibina humas mengandung makna yang luas, yakni sikap yang menyenangkan, itikad baik (good will), toleransi, saling pengertian, dan saling menghargai.

Tujuan Humas

Tujuan adalah segala sesuatu yang menjadi acuan pencapaian atau target dimana sudah direncanakan. Dalam humas terdapat beberapa definisi tujuan, diantaranya yaitu Linggar Anggoro mengungkapkan tujuan public relations, antara lain :

Menciptakan dan memelihara suatu citra yang baik atas organisasinya, baik itu berkenaan dengan kebijakan, produk, jasa, maupun dengan para personalnya.

Memantau pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan, reputasi, maupun kepentingan organisasi dan menyampaikan setiap informasi yang penting langsung kepada pihak manajemen untuk ditindak lanjuti.

Menyediakan berbagai informasi kepada khalayak perihal kebijakan organisasi, kegiatan, produk, jasa, dan personalia selengkap mungkin demi menciptakan suatu pengetahuan yang maksimum dalam rangka menjangkau pengertian khalayak (Anggoro, 2002 : 80).

Berdasarkan beberapa tujuan diatas dapat disimpulkan bahwa keberadaan humas didalam suatu perusahaan atau organisasi semakin diandalkan untuk menjadi bagian manajemen yang turut menentukan keberhasilan suatu perusahaan atau organisasi.

Special Event PL Fair 2010

Special event merupakan kegiatan humas eksternal dan juga termasuk dalam program kegiatan Marketing Public Relation (MPR) guna mempromosikan program-program kegiatan atau produk yang dihasilkan oleh sebuah organisasi/prusahaan dalam menarik minat khalayak untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang dipromosikan oleh humas. Humas eksternal yang dimaksud adalah sebutan bagi humas dalam menjalin komunikasi dalam suatu organisasi atau perusahaan yang ditujukan kepada publik eksternalnya atau sesuai dengan sasaran yang dituju misalnya masyarakat.

Marketing Public Relation (MPR)

Marketing Public Relations merupakan salah satu kegiatan lanjutan kehumasan maka untuk dapat mencapai target sasaran, salah satu kebijaksanaan kegiatan di bidang humas adalah melakukan kegiatan pemasaran melalui publikasi.

Menurut Thomas L Harris yang dikutip oleh Rosady Ruslan dalam buku Manajemen Public Relations & Media Komunikasi memiliki konsep sebagai berikut :

“MPR merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan konsumen melalui pengkomunikasian informasi yang kredibel dan melalui kesan

yang positif yang ditimbulkan dari identitas perusahaan sesuai dengan kebutuhan keinginan, perhatian dan kepentingan konsumen".(Ruslan,2007 : 244 – 245)

Dilihat dari definisi tersebut, MPR merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk meraih jumlah konsumen yang tinggi dengan menciptakan suatu program yang merupakan perencanaan dalam meningkatkan minat konsumen.

Konsep Marketing Public Relations memiliki tiga taktik untuk melaksanakan program dalam mencapai tujuan, yaitu :

"Pertama bahwa Public Relations merupakan potensi untuk menyanggah Suatu taktik pull strategy (menarik), Kedua adalah power (kekuatan) sebagai penyanggah dan push strategy (untuk mendorong) dalam hal pemasaran, dan Ketiga pass strategy sebagai upaya mempengaruhi atau menciptakan Opini publik yang menguntungkan". (Ruslan, 2007 : 246)

Jadi jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka kegiatan special event PL Fair 2010 yang dilakukan setiap tahun sejak 1989 merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh MPR SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta guna menumbuhkan pencitraan positifnya.

Special Event

Special event merupakan salah satu program kerja yang diselenggarakan atau dilakukan oleh humas sebagai upaya untuk mempromosikan program-program kegiatan atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan/ organisasi dalam menarik minat khalayak untuk berpartisipasi dalam kegiatan acara tersebut. Special event menurut istilahnya antara lain sebagai berikut :

Special berarti sesuatu yang istimewa, pengecualian dan tidak umum. Event, suatu kejadian yang penting atau peristiwa khusus, baik yang terjadi secara internal, lokal, maupun nasional dan bahkan peristiwa (event) secara internasional.

"Special event menurut pakar komunikasi/PR yang dikutip oleh McNamara dalam buku Rusady Ruslan adalah "special events is an event which usually produce to gain favourable attention in media for your client, your company or you product. It may also be designed to convey a spesific message about your company : for example the fact of your company provides equal employment oppurtunity, is a good place to work, is a sociality responsible corporate citizen, is good neighbour, is interested in progress for woman, manufactures fine products, or is a substantial taxpayer in community.

A special event might also be product launch or a product publicity event".(Ruslan, 2007 : 232 -233)

Terjemahan peneliti bahwa special event adalah sebuah event yang diadakan untuk mendapatkan perhatian pada media, mentransferkan pesan spesifik tentang produk perusahaan/organisasinya.

Special event diartikan sebagai kegiatan-kegiatan yang luar biasa dalam rangka mencapai tujuan promosi khusus". Yang dimaksud sebagai kegiatan yang luar biasa disini adalah kegiatan yang tidak dilakukan setiap saat (setiap hari) namun hanya peristiwa khusus seperti: peresmian, perayaan, ulang tahun, seminar, pertandingan/ kompetisi, festival, pentas seni.

Special event atau peristiwa khusus adalah suatu kegiatan yang mampu memuaskan minat orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan, mampu meningkatkan pengetahuan dan memberikan kesenangan bagi mereka (public) yang turut terlibat langsung dalam aktifitas/kegiatan spesial yang dilaksanakan.

Rosady Ruslan dalam kiat dan strategi kampanye PR mengungkapkan "event adalah merancang acara tertentu atau lebih dikenal dengan peristiwa khusus (special event) yang dipilih dalam jangka waktu, tempat dan objek tertentu yang khusus sifatnya untuk mempengaruhi publik" (Ruslan,1997 : 213).

Pengertian special event secara garis besar merupakan suatu kegiatan public relations yang cukup penting dan menarik perhatian dalam upaya memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan : misalnya mampu meningkatkan pengetahuan, dan memenuhi selera/kesenangan serta upaya menarik perhatian publik.

Bentuk special event, sebelum menentukan kegiatan utama dari program kerja public relations terlebih dahulu dilihat acara kalender tahunan, setelah menentukan daftar acara tetap tahunan dan melihat kalender event yang ada barulah ditetapkan special event. Adapun bentuk-bentuk special event yang telah dikenal antara lain : festival, fair, parade, seminar, open house, pameran, konferensi, pekan raya, kontes dan kompetisi.

Menurut Rosady Ruslan dalam bukunya yang berjudul Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, mengatakan bahwa dalam menyelenggarakan special event terdapat penyusunan program acara khusus antara lain :

Calendar of event : Yaitu acara rutin (regular rutin) yang dilaksanakan pada hari, bulan, tahun tertentu secara periodik dan berulang-ulang (rutin) diselenggarakan sepanjang tahun kalender.

Momentum event : Yaitu acara yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen-momen tertentu di luar acara rutin tersebut yang dianggap sebagai momen oleh pihak lembaga atau humas untuk mengadakan suatu

acara istimewa yang perlu diperingatkan dan dipublikasikan.

Special event atau ajang : Peristiwa khusus tersebut secara garis besarnya terdapat tiga jenis kegiatan dalam humas, yaitu : Acara suatu peresmian, Acara peringatan tertentu dan Acara komersial atau non komersial (social community relations) (Ruslan, 2008 : 236-237)

Fungsi special event dalam kegiatan humas adalah sebagai berikut:

Untuk memberikan informasi secara langsung (bertatap muka) dan mendapatkan hubungan timbal balik yang positif dengan publiknya melalui program kerja atau acara ajang khusus yang sengaja dirancang dan dikaitkan dengan event (peristiwa khusus) dalam kegiatan dan program kerja kehumasan tertentu.

Juga sebagai media komunikasi dan sekaligus untuk mendapatkan publikasi dan pada akhirnya media massa atau publik sebagai target sasarannya akan memperoleh pengenalan, pengetahuan, pengertian yang mendalam dan diharapkan dari ajang khusus tersebut dapat menciptakan citra positif terhadap perusahaan atau lembaga produk yang diwakilinya". (Ruslan, 2008 : 234)

Tujuan dari special event yaitu : Pengenalan (awareness) mendapat dukungan publik atau media pers, meningkatkan pengetahuan (knowledge) terhadap lembaga/perusahaan dan produk yang ditampilkan. Suatu proses publikasi melalui komunikasi timbal balik yang pada akhirnya memperoleh publisitas yang positif.

Memperlihatkan itikad baik dari lembaga atau produk yang diwakilinya, dan sekaligus memberikan kesan atau citra positif terhadap masyarakat sebagai publik sasarannya. dan upaya mempertahankan penerimaan masyarakat. dan Memperoleh rekanan atau pelanggan baru melalui acara special event yang dirancang secara menarik, inovatif dan kreatif

Prinsip-prinsip umum persiapan special event, bentuk dari sebuah special event dapat bermacam-macam bentuk. Dari semua bentuk ada beberapa prinsip yang mendasari persiapan pelaksanaan special event, antara lain :

Planning (perencanaan)

Semua unsur harus di cek kembali. Event tersebut harus dipublikasikan kepada semua orang yang seharusnya tahu tentang event tersebut. Serta penggunaan media massa akan sangat berguna dalam pelaksanaannya.

Budgetly (anggaran biaya)

Untuk semua pelaksanaan sebuah special event harus diketahui harga biaya keseluruhannya.

Purpose (tujuan)

Segala sesuatu yang diselenggarakan harus berdasarkan tujuan yang ditentukan secara jelas.

Controlling (pengawasan)

Dalam pelaksanaannya, setiap special event harus dikendalikan secara pasti oleh seseorang yang mengetahui banyak mengenai hal-hal yang mendasari pelaksanaan event tersebut. Pengawas tersebut harus tahu juga operasional kegiatan secara keseluruhan.

Responsibility (tanggung jawab)

Dalam pelaksanaan special event harus ada seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan event tersebut."

Kesuksesan penyelenggaraan PL Fair dan banyaknya manfaat yang dapat dirasakan oleh siswa – siswa SMA Pangudi Luhur maupun bagi masyarakat terutama sasaran utama PL Fair yaitu anak muda umur 14 – 25 thn untuk lebih mengetahui, menjadikan PL Fair menjadi acara tahunan yang merupakan hasil kerja keras dari panitia yang terdiri dari seluruh siswa SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta dan pencitraan sekolahnya sebagai instansi penyelenggara special event.

Kerangka Berfikir

Special event merupakan salah satu produk humas dalam mencapai tujuannya dalam sebuah perusahaan maupun lembaga. Dalam hal ini SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta memiliki sebuah program yang dapat memberikan peningkatan citra positifnya terhadap masyarakat, terutama anak – anak muda.

Selain dalam bidang pendidikan sekolah juga dapat memberikan peranannya melalui special event PL Fair 2010 sebagai media promosi kepada masyarakat dan anak – anak muda dan dengan melalui program – program acara PL Fair 2010 yang penuh kreatifitas dan semangat anak muda itulah yang dapat memberikan kesan positif terhadap masyarakat baik pengunjung maupun masyarakat sekitar lingkungan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta serta dapat mengenal lebih dalam SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta sebagai sekolah homogen yang terkenal akan kekompakan para siswa-siswa maupun alumninya dan selalu berkembang setiap tahunnya.

Melalui special event PL Fair 2010 inilah SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta dapat mengenalkan eksistensinya di dalam masyarakat serta memberikan citra positifnya.

Kerangka Teori

Penelitian ini terdiri atas dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), di dalam se-

tiap variabel harus didukung oleh sebuah teori, untuk mendapatkan korelasi antara variabel-variabel yang ada. Hal tersebut dibutuhkan guna untuk mendukung hipotesis dan argumen penelitian. Teori-teori atau model yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Model Pembentukan Citra

Teori yang relevan terhadap penelitian ini adalah model pembentukan citra. Citra terbentuk berdasarkan informasi – informasi yang diterima oleh individu atau sekelompok orang, apabila muncul citra positif tentang sebuah perusahaan atau organisasi di kalangan masyarakat luas berarti informasi yang diterima berkaitan dengan hal – hal yang positif.

Sesuai dengan pengertian sistem komunikasi yang dijelaskan oleh John S. Nimpeno dalam buku Soleh Soemirat yang berjudul Dasar – Dasar Public Relations mengatakan, “proses – proses psikodinamis yang berlangsung pada individu konsumen berkisar antara komponen – komponen persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap produk. Keempat komponen itu di artikan sebagai mental representasi (citra) dari stimulus.”

Dalam proses pembentukannya citra terdiri dari empat komponen yaitu persepsi – kognisi – motivasi – sikap , yang diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. Ini disebut sebagai “ picture in our head “ oleh Walter Lipman.

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan.

Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus.

Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan – kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Sikap adalah kecenderungan bertindak , berpersepsi , berpikir , dan merasa dalam menghadapi objek , ide , situasi , atau nilai. (Ardianto,2008 : hal 116).

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu, dan dalam penelitian ini diketahui melalui para pengunjung special event PL Fair 2010.

Pencitraan

Menurut Soleh Soemirat dan Elvinaro dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Public Relations menjelaskan mengenai citra yaitu bagaimana cara pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. (Soemirat & Adrianto, 2004 : 113)

Sedangkan menurut Frans Jefkins dalam buku yang sama menjelaskan citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Frans Jefkins juga mengemukakan dalam bukunya Public Relations (1984) dan Essential of Public Relations (1998) mengenai jenis-jenis citra antara lain :

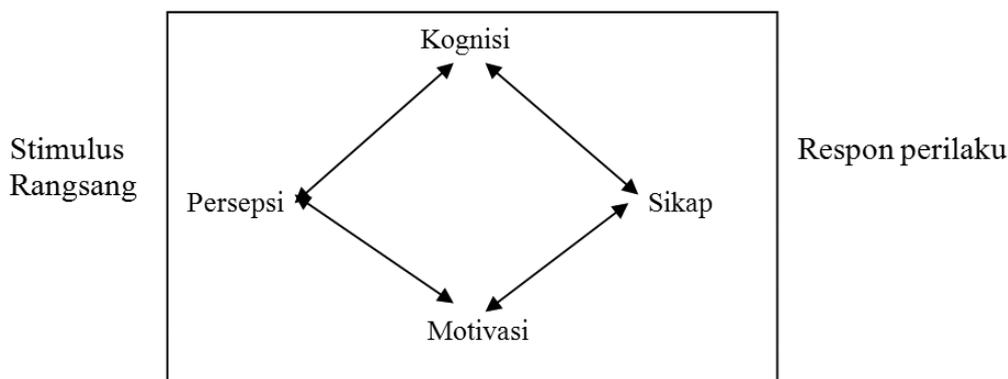
The mirror image (cerminan citra), yaitu bagaimana dugaan (citra) manajemen terhadap publik eksternal dalam melihat perusahaannya.

The current image (citra masih hangat), yaitu citra yang terdapat dalam publik eksternal, yang berdasarkan pengalaman atau menyangkut miskinnya informasi dan pemahaman publik eksternal. Citra ini bisa saja bertentangan dengan mirror image.

The wish image (citra yang diinginkan), yaitu manajemen menginginkan pencapaian prestasi tertentu. Citra ini diaplikasikan untuk sesuatu yang baru sebelum publik eksternal memperoleh informasi secara lengkap.

The multiple image (citra yang berlapis), yaitu sejumlah individu, kantor cabang atau perwakilan peru-

Proses Pembentukannya Citra



sahaan lainnya dapat membentuk citra tertentu yang belum tentu sesuai dengan keseragaman citra seluruh organisasi atau perusahaan

Pencitraan itu sendiri merupakan penggambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. (KBBI, 2007: 216) Dalam hal ini penulis membahas bagaimana alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta memberikan gambaran terhadap SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta setelah berpartisipasi dalam special event PL Fair 2010.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Maka berarti hipotesis merupakan pertanyaan terkaan tentang hubungan antar variabel yang mengandung dua atau lebih variabel-variabel yang dapat diukur maupun secara potensial dapat diukur dengan menspesifikasikan bagaimana variabel-variabel tersebut berhubungan. Dalam hal ini harus dibedakan antara pengertian hipotesis penelitian dan hipotesis statistik.

Hipotesis Penelitian

Penelitian yang merumuskan hipotesis adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian kualitatif, tidak dirumuskan hipotesis, tetapi justru diharapkan dapat ditemukan hipotesis.

“Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dari sebuah penelitian, sedangkan hipotesis statistik adalah hipotesis yang didapat dari penelitian yang menggunakan sample.

Hipotesis statistik diperlukan untuk menguji apakah hipotesis penelitian yang hanya diuji dengan data sample itu dapat diberlakukan populasi atau tidak”. (Sugiyono, 2008 : 93-94)

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : special event PL Fair 2010 berpengaruh positif terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta yang akhir-akhir ini sedikit menurun dibanding sekolah-sekolah swasta lain di tingkat yang sama.

Hipotesis Statistik

$H_0 (r_{xy} = 0)$: Tidak terdapat pengaruh special event PL Fair 2010 terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

$H_a (r_{xy} \neq 0)$: Terdapat pengaruh special event PL

Fair 2010 terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan sebuah penjabaran dari kerangka teori mengenai hubungan antara teori dan praktek di lapangan. Kerangka konsep menjabarkan mengenai apa yang akan dilakukan sehingga apa yang kita lakukan tidak menyimpang dari apa yang sudah ditetapkan dalam kerangka teori.

Menurut Kerlinger konsep adalah “Suatu pernyataan singkat tentang suatu fenomena” (Hamidi, 2010 : 3). Kerangka konsep berguna menggambarkan hubungan konsep-konsep yang berbeda dari variabel penelitian yang akan diteliti.

Kerangka konsep juga mendukung atau menjelaskan latar belakang gambaran singkat dari penelitian. Juga akan mencoba menggambarkan hubungan yang terdapat diantara variabel penelitian, termasuk didalamnya faktor-faktor yang dipengaruhi dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti.

Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam variabel juga terdapat faktor-faktor yang memiliki pengaruh dalam peristiwa yang akan diteliti. Hubungan antar variabel digambarkan dengan lebih jelas lagi, maka dua variabel tersebut di operasionalisasikan sebagai berikut :

Variabel bebas (special events PL Fair 2010 . Penelitian ini menggunakan model S – M – C – R – E menurut Rosady Ruslan :

Source (sumber) : lembaga atau individu yang berinisiatif sebagai sumber atau untuk menyampaikan pesan-pesannya.

Message (pesan) : gagasan, pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan, emosi dan lain sebagainya yang akan disampaikan komunikator kepada perorangan atau kelompok tertentu (komunikator).

Channel (media) : berupa media atau saluran yang dipergunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan-pesan kepada khalayaknya. (Ruslan, 2008 : 69)

Variabel Terikat (Citra)

Pada variabel terikat, penelitian ini menggunakan model pembentukan citra (Ardianto, 2008 : 116) , dan model S – M – C – R – E yang meliputi Receiver dan Effect, serta dimensi-dimensi dan indikator-indikator sebagai berikut :

Receiver (penerima) : sistem keanggotaan masyarakat yang ada.

Effects (efek) : konsekuensinya seperti : pengeta-

Tabel Operasional Konsep

Teori variabel	Variabel Bebas (X) <i>Special Event PL Fair 2010</i>	
	Indikator	Dimensi
Rosady Ruslan, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations , 2008 : 69	1. SUMBER (SOURCE) 2. PESAN (MESSAGE) 3. MEDIA (CHANNEL)	a. Sumber informasi dari <i>special event</i> PL Fair 2010 dapat dipercaya a. <i>Entertainment</i> b. Promosi kegiatan Ekstrakurikuler c. Promosi SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta a. Media cetak sebagai sarana promosi b. Media elektronik sebagai sarana promosi c. Media <i>audio visual</i> sebagai sarana promosi d. Sekolah sebagai media penyelenggara

huan baru, perubahan sikap, persuasif, menerima atau menolak. (Ruslan, 2008 : 69)

Kognisi : Keyakinan diri dari individu terhadap stimulus

Persepsi: Diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan

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

Sikap: Kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. (Ardianto, 2008 : 116)

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif, menurut Sanafiah Faisal, penelitian eksplanatif (*explanatory research*) adalah untuk menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan. Pada jenis penelitian ini jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. (Faisal, 1999 : 21)

Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel berasosiasi ataukah tidak dengan variabel lainnya, atau apakah suatu variabel dipengaruhi atau tidak dengan variabel lainnya.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, variabel X yang diketahui adalah *special event PL Fair 2010*

dan variabel Y yaitu pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Dan dalam penelitian ini pula dicari apakah *special event PL Fair 2010* memiliki hubungan dengan pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta dan sejauh mana variabel yang satu mempengaruhi variabel lainnya.

Hal ini sesuai dengan hipotesa yang dirumuskan, yaitu menjelaskan situasi atau kejadian melalui penjelasan yang diberikan oleh gejala lain, dalam hal ini adalah pengaruh *special event PL Fair 2010* terhadap citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta di mata alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007.

Hal ini selanjutnya akan digambarkan melalui bagaimana pengaruh yang terjadi antar variabel bebas yaitu *special event PL Fair 2010* dengan variabel terikat yaitu citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Sesuai dengan judul penelitian “Pengaruh *Special Event PL Fair 2010* Terhadap Pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta” survey dilakukan kepada alumni SMA Pangudi Luhur 1 angkatan 2007 yang selalu berpartisipasi dalam *special event PL fair* dari tahun ke tahun dan pada penelitian ini difokuskan ke *PL Fair 2010*.

Faktor lainnya, alumni SMA Pangudi Luhur angkatan 2007 pernah menjadi bagian SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta dan mengetahui berbagai macam perkembangan SMA dimana dulu mereka mengenyam pendidikan.

Teori variabel	Variabel Terikat Citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta	
	Indikator	Dimensi
Rosady Ruslan, Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations , 2008 : 69	1. PENERIMA (RECEIVER)	a. Alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta yang juga termasuk dalam kategori pengunjung <i>special event</i> PL Fair 2010 b. Masyarakat yang mengunjungi <i>special event</i> PL Fair 2010
Soleh Soemirat, dan Elvinaro Ardianto, Dasar-Dasar Public Relations, Jakarta, 2008 : 116	2. EFEK (EFFECT)	a. Respon positif dan negatif alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007 setelah mengunjungi <i>special event</i> PL Fair 2010 b. Menambah pengetahuan dan informasi setelah mengunjungi <i>special event</i> PL Fair 2010
	3. PERSEPSI	a. Pengamatan unsur lingkungan b. Memberikan makna kepada <i>special event</i> PL Fair 2010
	4. KOGNISI	a. Mengerti <i>special event</i> PL Fair 2010 b. Kebutuhan informasi terpenuhi
	5. MOTIF	a. Dorongan untuk mengunjungi PL Fair 2010 b. Keinginan untuk mengunjungi PL Fair 2010
	6. SIKAP	a. Tindakan yang dilakukan setelah mengunjungi PL Fair 2010 b. Motivasi terhadap <i>special event</i> PL Fair 2010

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Daerah Jakarta Selatan terutama di Kebayoran Baru atau lebih tepatnya di jl. Brawijaya 4 dimana para alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta sering berkumpul dan dekat dengan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Populasi

Menurut Dr. Hamidi, M.Si dalam bukunya Metode Penelitian dan Teori Komunikasi, ia mengatakan bahwa populasi adalah keseluruhan atau semua unit analisis yang diteliti atau topik penelitian. (Hamidi , 2007 : 5)

Populasi dalam penelitian ini adalah alumni SMA

Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007. Hampir semua alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007 masih berdomisili di Jakarta. Dan hampir setiap minggunya selalu berkumpul di lingkungan dekat Sekolah SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Prof. Dr Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2010 : 81) Informasi yang diperoleh kemudian diterapkan pada keseluruhan populasi.

Menurut Rosady Ruslan dalam pengambilan sampel

anggota sampel dalam penelitian tersebut adalah benar-benar representatif atau mewakili populasi yang akan diteliti dan jika sampel tersebut tidak representatif dari populasi yang dimaksud maka akan membuat suatu kesimpulan penelitian yang salah. (Ruslan, 2003 : 140)

Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh dari sampel pun harus dapat digeneralisasikan pada tingkat populasi. Walaupun generalisasi ini mengandung resiko akan terjadinya kekeliruan atau ketidaktepatan, karena sampel tidak sepenuhnya mencerminkan keadaan populasi. Dan tingkah yang diperlukan untuk menghindari terjadinya hal ini adalah dengan menggunakan suatu teknik yang tepat dalam usaha menarik sampel yang representatif.

Teknik pengambilan sampel sendiri merupakan cara yang dilakukan untuk memperkecil kekeliruan yang terjadi pada saat peneliti melakukan generalisasi terhadap populasi. Ada dua macam teknik pengambilan sampel yang dapat dilakukan, yaitu :

Probability Sampling (Sampel Probabilitas)

Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Nonprobability Sampling

Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang (kesempatan) sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih jadi sampel. (Sugiyono, 2010 : 84 – 85)

Sementara dalam penelitian ini, teknik penarikan sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling. Menurut Sugiyono Simple Random Sampling adalah cara pengambilan sampel dari semua anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono, 2010 : 82)

Sampel yang diambil adalah alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah rumus Taro Yamane. Karena dengan rumus ini kita bisa menentukan tingkat kesalahan pengambilan sampel 1% sampai dengan 10%, tingkat kesalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah 10%.

Untuk menentukan ukuran sampel dengan rumus :

Keterangan :

N = Populasi

n = Sampel

= Deviasi

Alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta memiliki jumlah 94 orang dengan rumus yamane maka diambil sampel sebanyak :

$= 47,37$ dibulatkan menjadi 48

Jadi jumlah responden yang akan diteliti adalah 48 orang. Jumlah alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007 adalah 94 orang, dan setelah terhitung didapatkan 48 orang sebagai sampel mewakili angkatan 2007 SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kuisisioner (Angket)

Menurut Sugiyono, kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2010 : 141 – 142) Dengan sejumlah responden dan secara tertulis pula, penulis akan mendapatkan jawaban, tanggapan dan juga respon tertulis lainnya dari hasil angket atau kuisisioner yang disebarakan.

Studi Kepustakaan

Yaitu meneliti dan mencari data atau bahan-bahan yang diperlukan untuk memperoleh teori yang berkaitan dengan masalah-masalah yang akan diteliti. Teknik ini diperlukan untuk kelengkapan serta perbandingan teoritis untuk menjaga validitas penelitian. Penulis mencari informasi melalui buku-buku yang ada hubungannya dengan teori-teori komunikasi.

Bahan-bahan lain untuk memperoleh teori-teori maupun data-data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan dapat digunakan sebagai analisis terhadap masalah yang diteliti.

Bahan-bahan didapatkan melalui buku-buku di perpustakaan FIKOM UPDM (B), buku-buku yang ada relevansinya terhadap penelitian dan data.

Teknik Analisis Data

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Di dalam penelitian juga terdapat berbagai macam data seperti data nominal, ordinal, interval atau ratio. Menurut Prof. Dr Sugiyono ada tiga bentuk hipotesis, hipotesis deskriptif, komparatif, dan asosiatif. Dalam hipotesis komparatif, dibedakan menjadi dua, yaitu komparatif untuk dua sampel dan lebih dari dua sampel.

Hipotesis deskriptiflah yang akan diuji dengan statistik parametris merupakan dugaan terhadap nilai

dalam satu sampel (unit sampel), dibandingkan dengan standar, sedangkan hipotesis deskriptif yang akan diuji dengan statistik non parametris merupakan dugaan ada tidaknya perbedaan secara signifikan nilai antar kelompok dalam satu sampel. Hipotesis komparatif merupakan dugaan ada tidaknya perbedaan secara signifikan nilai – nilai dua kelompok atau lebih. Hipotesis asosiatif, adalah dugaan terhadap ada tidaknya hubungan secara signifikan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2007: 172-174).

Dengan kata lain analisis penelitian ini variabel bebas dan variabel terikat di hitung secara statistik, apakah special event PL Fair 2010 mempengaruhi pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Analisis data menurut Dr. Hamidi, M.Si dalam bukunya Metode Penelitian dan Teori Komunikasi adalah langkah-langkah yang ditempuh peneliti dalam dan memilah data untuk tujuan menarik kesimpulan. (Hamidi, 2007 : 6

Maksud dari skala pengukuran untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dalam langkah penelitian. Skala Likert “digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial”.(Sunarto, 2007 : 20-21)

Dalam skala Likert variable yang diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan lagi menjadi sub dimensi sampai dijabarkan lagi menjadi indikator. Indikator ini dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan.

Teknik yang digunakan analisis ini bersifat kumulatif berdasarkan persentase menurut skor kumulatif. Untuk memeberikan kadar penilaian data jawaban responden digunakan skala Likert. Menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian Administrasi mengatakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. (Sugiyono, 2005 : 107).

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kualitatif, jawaban setiap item diberi skor :

- Sangat setuju skor 5
- Setuju skor 4
- Ragu-ragu skor 3
- Tidak setuju skor 2

Sangat tidak setuju skor 1

Selain itu peneliti menggunakan program SPSS (Statistical Package for Social Science) melalui tahap-tahap berikut :

Editing

Peneliti memisahkan jawaban dari responden antara yang eror dan yang tidak eror, juga memeriksa jawaban responden.

Coding

Peneliti memberi tanda-tanda atau kode berupa pemberian simbol atau angka pada jawaban-jawaban dari responden.

Tabulating

Data yang dibaca kemudian dimasukkan kedalam komputer dalam bentuk tabel-tabel tunggal

Interpreting

Peneliti membuat kesimpulan dari keseluruhan hasil data yang didapat.

Dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment peneliti mencari kuatnya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Korelasi ini ditemukan oleh Karl Pearson tahun 1900, kegunaannya untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas dengan variabel terikat.

Rumus korelasi Pearson Product Moment yaitu :

$$r_y = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Untuk mengukur adanya pengaruh antara variabel bebas dan terikat peneliti menggunakan regresi sederhana. Regresi sederhana dapat dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau sebab akibat variabel bebas terhadap variabel terikat. (Sunarto, 2007 : 96)

Untuk memberikan penafsiran interpretasi koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, maka berpedoman pada ketentuan yang terdapat pada tabel berikut ini :

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,01 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Persamaan regresi dirumuskan :

= Subjek variabel terikat yang di proyeksikan

X = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk memprediksikan

a = nilai harga Y jika X = 0

b = nilai arah sebagai penentu ramalan yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

Rumus diatas digunakan bila sekaligus akan menghitung persamaan regresi

t = Uji signifikan hubungan (untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang ada)

r = hitung

n = Besarnya sampel dalam penelitian

Rumus Koefisien Determinasi (KD) , (Uji Determinasi) :

$KD = r^2 \times 100$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi (untuk mengetahui besarnya nilai variabel terikat akibat pengaruh dari variabel bebas)

= Korelasi Product Moment

Analisis korelasi dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi, dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Untuk membantu dalam mengolah data dan menghitung hasil penelitian penulis menggunakan program SPSS (Statistical Package for Social Science).

Sejarah Singkat SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta

SMA Pangudi Luhur Jakarta adalah sekolah Katolik yang didirikan oleh Yayasan Pangudi Luhur yang merupakan badan pembantu para Bruder Kongregasi Santa Perawan Terkandung Tak Bernoda (FIC) dalam bidang karya Kerasulan Pendidikan.

SMA Pangudi Luhur Jakarta merupakan salah satu bagian dari Karya Pendidikan tersebut yang berada di Yayasan Pangudi Luhur Cabang Jakarta yang didirikan pada tahun 1965 atas prakarsa dan permintaan Uskup Agung Jakarta Mgr. A.Djoyoseputro. SJ. Gedung SMA Pangudi Luhur Jakarta diberkati oleh beliau pada tanggal 20 Mei 1966. Prakarsa pendirian SMA Pangudi Luhur I Jakarta dilatarbelakangi telah adanya SMA dengan peserta didiknya adalah puteri yaitu SMA Tarakanita I Pulo Raya, oleh karena itu didirikan SMA dengan peserta didik khusus putra. Sampai dengan saat ini SMA Pangudi Luhur I Jakarta tetap mempertahankan putra sebagai peserta didiknya yang memiliki ciri khas sebagai sekolah Katolik yang menekankan hidup dalam suasana saling mencintai, menghormati, meng-

hargai orang lain dan menghargai fasilitas, dan milik orang lain.

Deskripsi Hasil Penelitian

Peneliti menyajikan hasil data dari angket yang berbentuk pernyataan yang diberikan kepada responden yang telah disebar di lingkungan SMA Pangudi Luhur 1 yang terletak di Jl. Brawijaya 4 Kebayoran Baru Jakarta Selatan, lingkungan dimana alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007 sering berkumpul dan bertemu setiap minggunya.

Pembahasan dimulai dengan mengklarifikasikan hasil kuesioner yang telah disebar kepada 40 orang responden (n = 40) dan bersifat homogen atau satu jenis kelamin yaitu laki-laki, serta diuraikan jumlah persentase dari karakteristik responden berdasarkan usia dan pekerjaan.

Berdasarkan perhitungan SPSS dapat diketahui bahwa responden berjumlah 40 orang yang terdiri dari laki-laki. Peneliti mengambil satu jenis kelamin responden, yaitu laki-laki karena alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta adalah laki-laki dan merupakan sekolah homogen.

Berdasarkan perhitungan SPSS dapat diketahui bahwa responden yang bekerja adalah 11 orang (27,5%), yang sedang dalam proses studi atau kuliah 29 orang (72,5%).

Data tersebut menunjukkan bahwa alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007 merupakan responden dan mengikuti kegiatan special event PL Fair 2010.

Berdasarkan perhitungan SPSS, dapat dilihat bahwa sebagian responden menyatakan setuju bahwa sumber informasi dari special event PL Fair 2010 dapat dipercaya. Dengan rincian 3 responden (7,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 23 responden (57,5%) yang menyatakan setuju, 7 responden (17,5%) menyatakan ragu – ragu, 6 responden (15%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (2,5%) menyatakan sangat tidak setuju akan pernyataan ini. Data tersebut menunjukkan bahwa informasi-informasi dari special event PL Fair 2010 dapat dipercaya.

Berdasarkan perhitungan SPSS, dapat dilihat bahwa sebagian responden menyatakan setuju bahwa program PL Fair 2010 menarik dan menghibur. Dengan rincian 5 responden (12,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 21 responden (52,5%) yang menyatakan setuju, 9 responden (22,5%) menyatakan ragu – ragu dan 5 responden (12,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Mereka menyetujui program special event PL Fair 2010 menarik dan menghibur.

Berdasarkan perhitungan SPSS, dapat dilihat bahwa sebagian responden menyatakan setuju dan ragu-ragu bahwa kegiatan ekstrakurikuler di SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta variatif. Dengan rincian 6 responden (15%) yang menyatakan sangat setuju dan 17 responden (42,5%) yang menyatakan setuju, 12 responden (30%) menyatakan ragu – ragu, 4 responden (10%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (2,5%) menyatakan sangat tidak setuju akan pernyataan ini. Data tersebut menunjukkan sebagian besar responden menyetujui variatifnya ekstrakurikuler SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta, tetapi tetap masih ada responden yang meragukan variasi dari ekstrakurikulernya.

Berdasarkan perhitungan SPSS, dapat dilihat bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika PL Fair 2010 dapat mengenalkan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Dengan rincian 1 responden (2,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 23 responden (57,5%) yang menyatakan setuju, 12 responden (30%) menyatakan ragu – ragu, 4 responden (10%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini. Data tabel 6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa PL Fair 2010 juga berperan mengenalkan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta kepada pengunjungnya.

Berdasarkan perhitungan SPSS, dapat dilihat bahwa sebagian responden menyatakan setuju jika majalah merupakan media yang baik untuk special event PL Fair 2010. Dengan rincian 9 responden (22,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 16 responden (40%) yang menyatakan setuju, 10 responden (25%) menyatakan ragu – ragu, 3 responden (7,5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 2 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa media merupakan salah satu media promosi yang baik digunakan oleh special event PL Fair 2010.

Berdasarkan perhitungan SPSS, dapat dilihat bahwa sebagian responden menyatakan ragu-ragu dan setuju jika radio merupakan salah satu media yang baik untuk special event PL Fair 2010. Dengan rincian 4 responden (10%) yang menyatakan sangat setuju dan 13 responden (32,5%) yang menyatakan setuju, 18 responden (45%) menyatakan ragu – ragu, 2 responden (5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 3 responden (7,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari data diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden ragu-ragu jika radio digunakan sebagai media dalam PL Fair 2010.

Berdasarkan perhitungan SPSS, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden setuju jika televisi merupakan salah satu media promosi yang baik untuk spe-

cial event PL Fair 2010. Dengan rincian 1 responden (2,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 20 responden (50%) yang menyatakan setuju, 12 responden (30%) menyatakan ragu – ragu, 6 responden (15%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 1 responden (2,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari data diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden setuju jika televisi digunakan sebagai media promosi special event PL Fair 2010

Berdasarkan perhitungan SPSS, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden setuju jika sekolah merupakan sarana penyelenggaraan special event PL Fair 2010. Dengan rincian 3 responden (7,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 19 responden (47,5%) yang menyatakan setuju, 11 responden (27,5%) menyatakan ragu – ragu, dan 7 responden (17,5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini. Dari data yang diperoleh dapat menunjukkan bahwa banyak responden yang setuju jika sekolah merupakan sarana penyelenggara PL Fair 2010 yang notabene merupakan acara tahunan dari SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta sejak tahun 1989.

Berdasarkan perhitungan SPSS, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden setuju jika alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta juga ikut serta dalam kategori pengunjung special event PL Fair 2010. Dengan rincian 6 responden (15%) yang menyatakan sangat setuju dan 16 responden (40%) yang menyatakan setuju, 10 responden (25%) menyatakan ragu – ragu, 5 responden (12,5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 3 responden (7,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta masuk dalam kategori pengunjung PL Fair 2010.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa responden setuju jika banyak yang mengunjungi special event PL Fair 2010. Dengan rincian 3 responden (7,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 21 responden (52,5%) yang menyatakan setuju, 10 responden (25%) menyatakan ragu – ragu, 3 responden (7,5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 3 responden (7,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Melalui data yang diperoleh dapat diketahui bahwa sebagian besar responden setuju tentang banyaknya pengunjung special event PL Fair 2010.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa responden setuju jika special event PL Fair 2010 memperoleh respon positif dari para pengunjung. Dengan rincian 2 responden (5%) yang menyatakan sangat setuju dan 21 responden (52,5%) yang menyatakan setuju, 9 responden (22,5%) menyatakan ragu – ragu, 5 responden (12,5%) menyatakan tidak setuju akan per-

nyataan ini dan 3 responden (7,5%) menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa responden setuju jika special event PL Fair 2010 memberikan serta menambah ilmu pengetahuan dan informasi. Dengan rincian 5 responden (12,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 17 responden (42,5%) yang menyatakan setuju, 10 responden (25%) menyatakan ragu – ragu, 6 responden (15%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 2 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju. Data diatas menunjukkan bahwa special event PL Fair 2010 dapat menambah ilmu pengetahuan dan informasi terhadap pengunjungnya.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika special event PL Fair 2010 memberikan pengaruh positif terhadap citra lingkungan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Dengan rincian 6 responden (15%) yang menyatakan sangat setuju dan 15 responden (37,5%) yang menyatakan setuju, 11 responden (27,5%) menyatakan ragu – ragu, 6 responden (15%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 2 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari data yang diperoleh dapat membuktikan bahwa kegiatan special event PL Fair 2010 dapat memberikan citra positif terhadap lingkungan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju jika special event PL Fair 2010 dapat memberikan penilaian terhadap citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Dengan rincian 7 responden (17,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 19 responden (47,5%) yang menyatakan setuju, 5 responden (12,5%) menyatakan ragu – ragu, 5 responden (12,5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 4 responden (10%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari data yang terkumpul dapat membuktikan bahwa special event PL Fair 2010 memberikan penilaian terhadap citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa banyaknya responden yang setuju dan mengerti jika special event PL Fair 2010 adalah milik SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Dengan rincian 7 responden (17,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 16 responden (40%) yang menyatakan setuju, 10 responden (25%) menyatakan ragu – ragu, 4 responden (10%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 3 responden (7,5%) menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa banyaknya responden yang setuju jika special event PL Fair 2010 membantu mengenalkan profil SMA

Pangudi Luhur 1 Jakarta. Dengan rincian 8 responden (20%) yang menyatakan sangat setuju dan 16 responden (40%) yang menyatakan setuju, 8 responden (20%) menyatakan ragu – ragu dan, 8 responden (20%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini. Data tersebut menunjukkan bahwa special event PL Fair 2010 dapat membantu mengenalkan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta kepada masyarakat.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa banyaknya responden yang setuju jika program acara PL Fair 2010 dapat menarik pengunjung. Dengan rincian 10 responden (25%) yang menyatakan sangat setuju dan 16 responden (40%) yang menyatakan setuju, 9 responden (22,5%) menyatakan ragu – ragu, 2 responden (5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 3 responden (7,5%) menyatakan sangat tidak setuju. Dari data yang diperoleh dapat diketahui bahwa program acara PL Fair 2010 dapat memberikan daya tarik bagi pengunjung.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa banyaknya responden yang setuju PL Fair 2010 merupakan sarana berkumpul bagi para alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Dengan rincian 5 responden (12,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 20 responden (50%) yang menyatakan setuju, 6 responden (15%) menyatakan ragu – ragu, 7 responden (17,5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 2 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju. Data menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju jika PL Fair 2010 merupakan sarana berkumpul bagi para alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa banyaknya responden yang setuju jika pengunjung dapat menggambarkan citra positif SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta melalui cerita dari mulut ke mulut setelah mengunjungi PL Fair 2010. Dengan rincian 8 responden (20%) yang menyatakan sangat setuju dan 16 responden (40%) yang menyatakan setuju, 9 responden (22,5%) menyatakan ragu – ragu, 9 responden (22,5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 4 responden (10%) menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa banyaknya responden yang setuju jika special event PL Fair 2010 merupakan salah satu event terbaik di Jakarta. Dengan rincian 5 responden (12,5%) yang menyatakan sangat setuju dan 18 responden (45%) yang menyatakan setuju, 13 responden (32,5%) menyatakan ragu – ragu, 2 responden (5%) menyatakan tidak setuju akan pernyataan ini dan 2 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju.

Uji Validitas dan Reabilitas

Tujuannya adalah untuk mengetahui konsistensi atau keandalan alat ukur, apakah alat pengukur atau instrumen yang digunakan dapat diandalkan atau dipertanggung jawabkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode pengujian reabilitas yang digunakan adalah metode Alpha (Cronbach's). Instrumen dapat dikatakan reliable bila nilai alpha lebih besar 0,5 atau lebih besar dari r kritis product moment.

Dari reliability statistik untuk variabel bebas (X) di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's alpha adalah 0,913, yaitu lebih besar dari 0,5, maka dapat dikatakan instrumen yang digunakan reliable

Dari reliability statistik untuk variabel terikat (Y) di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's alpha adalah 0,828 yaitu lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan instrumen yang digunakan sudah reliable.

Analisis Korelasi

Untuk mengetahui tingkat hubungan atau korelasi diantara kedua variabel di gunakan Teknik Pearson Correlation. dapat dijelaskan hasil analisis sebagai berikut :

Dengan menggunakan taraf signifikan atau tingkat kesalahan (NA/nilai alpha) 1% (0,01), terlihat angka sig(2-tailed) untuk kedua variabel adalah 0,000 yang artinya pengaruh yang terjadi antara variabel X dan Y adalah pengaruh yang signifikan atau terukur.

Jadi, NS yaitu nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari NA (nilai alpha) 0,01. Karena NS<NA, maka terbukti bahwa variabel X (special event PL Fair 2010) berpengaruh signifikan secara statistik dengan variabel Y (citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta).

Dari perhitungan di atas di dapat nilai koefisien atau nilai uji korelasi pearson (r) adalah 0,655 $r_{xy} = 0,655$. Di dapatkan komunikasi linier nilai H_a lebih besar dari 0, yang artinya terdapat pengaruh positif antara special event PL Fair 2010 dengan pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Maka, H_0 ditolak, H_a diterima, dengan demikian terdapat pengaruh.

Tingkat pengaruh, Model Summary, Determinasi Variabel dan Uji Signifikansi

Nilai r hitung 0,655 adalah tingkat pengaruh yang kuat. Dengan berdasarkan tabel interpretasi koefisien korelasi berikut ini dapat dilihat bahwa hubungan yang terjadi ada pada taraf yang kuat.

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,01 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Pengaruh yang kuat dapat menggambarkan konstribusi variabel x dan y, dengan melihat Model Summary, nilai koefisien determinasi (R^2) atau R Square adalah 0,429. Untuk mengetahui determinasi variabel x terhadap variabel y dapat dilakukan juga dengan cara mengkuadratkan nilai r. Nilai koefisien yang didapat adalah 0,655. Sehingga nilai R^2 atau koefisien determinasinya/

Correlations

		Special Event	Citra
Special Event	Pearson Correlation	1	.757**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	40	40
Citra	Pearson Correlation	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.562	5.444

a. Predictors: (Constant), Special Event

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	11.979	4.282	2.798	.008
	Special Event	1.071	.150	7.139	.000

a. Dependent Variable: Citra

KD = (x 100% = x 100% = 42,9%. Dari hasil perhitungan memiliki arti bahwa special event PL Fair 2010 dengan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta memiliki pengaruh sebesar 42,9% terhadap citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Sedangkan sisanya yaitu 100% - 42,9% = 57,1% disebabkan oleh hal – hal di luar penelitian. Pengujian signifikansi menggunakan rumus uji signifikansi korelasi Product Moment sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,655\sqrt{40-2}}{\sqrt{1-0,429}}$$

$$t = \frac{4,037}{0,755}$$

$$t = 5,342$$

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tujuannya adalah untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah positif atau negatif. Salah satu tujuan lainnya adalah memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus regresi linear sederhana dijelaskan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Rataan dan modus skor variabel X (special event PL Fair 2010)

No.	Pertanyaan	Mean	Jumlah Bobot
1	Sumber informasi dari <i>special event</i> PL Fair 2010 dapat dipercaya	3,53	141
2	Program PL Fair 2010 menarik dan menghibur	3,53	141
3	Kegiatan Ekstrakurikuler di Pangudi Luhur variatif	3,58	143
4	PL Fair 2010 dapat mengenalkan SMA Pangudi Luhur	3,53	141
5	Majalah salah satu media promosi yang baik untuk acara PL Fair 2010	3,68	147
6	Radio salah satu media promosi yang baik untuk acara PL Fair 2010	3,33	133
7	Televisi salah satu media promosi yang baik untuk acara PL Fair 2010	3,35	134
8	Sekolah sebagai sarana penyelenggaraan PL Fair	3,45	138
	TOTAL	42	1664
	Pernyataan variabel bebas	12	
	Total mean = (jumlah mean dibagi dengan pertanyaan dari variabel bebas)	4	

Rekapitulasi variabel bebas

Nilai minimum = skor terendah x jumlah pertanyaan variabel bebas x sampel	1 x 12 x 40 = 480
Nilai maksimum = skor tertinggi x jumlah pertanyaan variabel bebas x sampel	5 x 12 x 40 = 2400
Jarak interval = nilai maksimum – nilai minimum lalu dibagi jumlah item skala likert	(2400 – 480) : 5 = 576

Dapat kita lihat hasil analisis regresi linear sederhana melalui analisis SPSS.

Nilai a yaitu konstanta (nilai apabila X=0) adalah 9,030, sedangkan nilai b atau koefisien regresi adalah 0,463 dengan $t = 5,342 = 5,35$. Nilai dengan taraf signifikansi 5% (0,05) 2 sisi adalah 2,024. Karena nilai $t > (5,35 > 2,024)$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh signifikan antara special event PL Fair 2010 terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. dengan nilai a dan b yang didapat maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$= 9,030 + 0,463X$$

Angka – angka ini dapat diartikan sebagai berikut : Konstanta sebesar 9,030; artinya jika special event PL Fair 2010 (X) nilainya adalah 0, maka volume atau citra SMA Pangudi luhur 1 Jakarta () nilainya 9,030.

Koefisien regresi variabel X sebesar 0,463, artinya jika special event PL Fair 2010 mengalami peningkatan 1 level, maka citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta

Rataan dan modus skor variabel Y (Citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta)

No.	Pertanyaan	Mean	Jumlah Bobot
9	Alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta yang juga termasuk dalam kategori pengunjung <i>special event</i> PL Fair 2010	3,43	137
10	Banyak nya pengunjung PL Fair 2010	3,45	138
11	Respon yang positif setelah mengunjungi PL Fair 2010	3,35	134
12	Special Event PL Fair 2010 menambah pengetahuan dan informasi.	3,43	137
13	<i>Special Event</i> PL Fair 2010 memberikan pengaruh positif terhadap Citra lingkungan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta	3,43	137
14	PL Fair 2010 memberikan penilaian terhadap citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta	3,5	140
15	PL Fair 2010 merupakan <i>special event</i> yang dimiliki SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta	3,5	140
16	PL Fair 2010 membantu mengenalkan profil SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta	3,6	144
17	Program acara PL Fair 2010 menarik pengunjung	3,7	148
18	PL Fair 2010 merupakan sarana berkumpul bagi para alumni	3,48	139
19	Menggambarkan citra positif SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta melalui cerita setelah mengunjungi PL Fair 2010	3,53	141
20	Special Event PL Fair 2010 merupakan acara tahunan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta dan salah satu event terbaik di Jakarta	3,55	142
	TOTAL	28,29	1131
	Pernyataan variabel bebas	8	
	Total mean = (jumlah mean dibagi dengan pertanyaan dari variabel bebas)	3,53	

Rekapitulasi variabel terikat

Nilai minimum = skor terendah x jumlah pertanyaan variabel bebas x sampel	$1 \times 8 \times 40 = 320$
Nilai maksimum = skor tertinggi x jumlah pertanyaan variabel bebas x sampel	$5 \times 8 \times 40 = 1600$
Jarak interval = nilai maksimum – nilai minimum lalu dibagi jumlah item skala likert	$(1600 - 320) : 5 = 256$

mengalami kenaikan sebesar 0,463. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara special event PL Fair 2010 dengan citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Pembahasan

Hasil penelitian special event PL Fair 2010 yang menggunakan proses komunikasi S-M-R-C berada pada kategori yang baik. Hal ini ditandai dengan nilai akumulasi mean dan modus yang didapat dari tabel akumulasi variabel X berikut ini :

Rataan dan modus skor variabel X (special event PL Fair 2010). Sesuai hasil temuan data pada deskriptif statistik rekapitulasi variabel bebas ini, yaitu : Special Event PL Fair 2010 diperoleh total nilai mean sebesar 4.

Berdasarkan jarak interval pada pengukuran Skala Likert berada pada angka 4 yang termasuk dalam kategori baik. Artinya bahwa, special event PL Fair 2010 hasilnya baik sehingga di mungkinkan dapat meningkatkan citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Rentang Interval Skala Likert

4,01 – 5	: Sangat baik
3,01 – 4	: Baik
2,01 – 3	: Cukup baik
1,01 – 2	: Kurang baik
Kurang dari 1	: Tidak baik

Sedangkan untuk mengetahui tingkat persentasenya, berdasarkan jumlah bobot pada rekapitulasi variabel bebas yang diperoleh adalah 1664, maka besarnya persentase special event PL Fair 2010 dapat diketahui sebesar $1664 : 2400 \times 100\% = 69,3\%$ dibulatkan menjadi 69% dari yang diharapkan, sementara hasil yang diharapkan adalah 100%.

Sedangkan hasil penelitian citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta menggunakan model pembentukan citra berada pada kategori yang baik pula. Hal ini ditandai nilai akumulasi mean dan modus yang didapat dari akumulasi variabel Y Rataan dan modus skor variabel Y (Citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta)

Sesuai hasil temuan data pada deskriptif statistik rekapitulasi variabel terikat ini, yaitu : pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta diperoleh total nilai mean sebesar 3,53.

Berdasarkan jarak interval pada pengukuran Skala Likert berada pada angka antara 3,01 - 4 yang termasuk dalam kategori baik. Artinya bahwa Citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta hasilnya baik, sehingga dimungkinkan dengan mengunjungi PL Fair 2010 dapat

meningkatkan pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta di mata pengunjungnya dan masyarakat.

Rentang Interval Skala Likert

4,01 – 5	: Sangat baik
3,01 – 4	: Baik
2,01 – 3	: Cukup baik
1,01 – 2	: Kurang baik
Kurang dari 1	: Tidak baik

Sedangkan untuk mengetahui persentasenya, berdasarkan jumlah bobot pada rekapitulasi variabel terikat yang diperoleh adalah 1131, maka besarnya persentase Citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta di ketahui sebesar $1131 : 1600 \times 100\% = 70,68\%$ dibulatkan menjadi 71% dari yang diharapkan, sementara hasil yang diharapkan adalah 100%.

Kesimpulan

Setelah diadakannya penelitian terhadap special event PL Fair 2010 yang memberikan pengaruh kepada pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta dan alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007 sebagai objek penelitiannya dapat ditarik beberapa kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara special event PL Fair 2010 terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. hal ini dapat di lihat berdasarkan nilai signifikan korelasi X dan Y adalah $0,000 < 0,01$. Sehingga terdapat pengaruh yang nyata atau signifikansi antara special event PL Fair 2010 terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara special event PL Fair 2010 terhadap pencitraan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta. Hal ini dapat di lihat dari nilai r hitung adalah $0,655 > 0$, maka dapat ditentukan arah pengaruh yang terjadi adalah positif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh special event PL Fair 2010 terhadap citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta di mata alumni angkatan 2007 berada pada tingkat pengaruh yang kuat.

Saran

Dari kesimpulan dan penelitian yang sudah dilakukan, dapat diberikan beberapa saran, baik kepada penyelenggara PL Fair 2010 baik para siswa SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta beserta para staffnya yang ikut membantu kelancaran acara, juga kepada alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta angkatan 2007 yang menjadi pengunjung PL Fair 2010 dan selalu mengikuti perkembangan SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Masih adanya kekurangan dari special event PL Fair

2010 mungkin dapat dilihat dari beberapa konsep acara yang masih mengedepankan kreatifitas anak mudanya, dan ada baiknya memberikan sentuhan – sentuhan menarik dari sisi pendidikan juga yang notabene sekolah menjadi sarana penyelenggara PL Fair sejak tahun 1989 hingga saat ini. Dari hal tersebut akan lebih meningkatkan citra SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta di mata masyarakat baik yang mengunjungi PL Fair 2010 maupun masyarakat yang mendapat cerita dari para pengunjung PL Fair 2010.

Bagi para alumni SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta yang selalu mengamati perkembangan PL Fair dari tahun ke tahunnya juga selalu diharapkan dukungan, baik masukan secara pemikiran maupun terjun langsung membantu adik – adik kelasnya dalam menyelenggarakan PL Fair yang pastinya dapat membantu memberikan citra positif SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta di mata masyarakat yang terkenal sebagai sekolah homogen dan kekompakan dari tiap – tiap angkatannya.

Kepada pihak sekolah SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta pastinya harus tetap memberikan dukungan akan kelangsungan special event PL Fair yang sudah menjadi bagian dari SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta, karena dengan adanya PL Fair itulah sekolah juga dapat mem-

berikan peranannya dalam masyarakat, terutama menyangkut visi dan misi SMA Pangudi Luhur 1 Jakarta.

Daftar Pustaka

- Frank Jefkins, Periklanan, Ed 3, tj Advertising, Erlangga, Jakarta 1997
- Onong Uchjana Effendi, Kamus Komunikasi, Mandar Maju, Bandung, 1989
- Onong Uchjana Effendi, Teori dan Praktek, Mandar Maju, Bandung, 1984
- Onong Uchjana Effendi, Televisi Siaran & Praktek, Alumni, Bandung, 1984
- Sasa Djuarsa Sandjaja, Dkk, Teori komunikasi, Universitas Terbuka, Jakarta, 1994
- Sugiyono, Metode Penelitian Sosial, Alfabeta, Bandung, 2001
- Sugiyono, Statistik Untuk Penelitian, Alfabet, Bandung, 2003
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung, 2008

Website

<http://korbaniklan.multiply.com/journal/item/13>