



Hubungan Intensitas Publikasi dan Citra Lembaga Pendidikan dengan Animo Siswa yang Memilih Sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang

Alfin Nur Indah Sari, Ali Imron, Imron Arifin

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, 65114, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: alfinnurindah72@gmail.com

Paper received: 15-3-2023; revised: 27-3-2023; accepted: 31-3-2023

Abstract

The study aims to know (1) a picture of publication intensity, (2) an image of an educational institution's image, (3) an overview of the students' interest in choosing a school at SMK Negeri Malang, (4) the relationship between publication intensity and student's interest, (5) an image relationship educational institutions with student interest, (6) the relationship between publication intensity and the image of educational institutions with student interest. This research uses a quantitative approach with a descriptive-correlational research model. The research instrument used in this study was a questionnaire. The subjects who became the population in this study were students of class X State Vocational School. The results showed that the intensity of publications, the image of educational institutions and student interest were in the medium category. There is a relationship between the intensity of publications and the image of educational institutions with the interest of students who choose schools.

Keywords: intensity of publication; image of educational institutions; student interest

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui (1) gambaran intensitas publikasi, (2) gambaran citra lembaga pendidikan, (3) gambaran animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang, (4) hubungan antara intensitas publikasi dengan animo siswa, (5) hubungan citra lembaga pendidikan dengan animo siswa, (6) hubungan intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan dengan animo siswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model penelitian deskriptif-korelasional. Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket. Subjek yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMK Negeri kelas X. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas publikasi, citra lembaga pendidikan dan animo siswa berada pada kategori sedang. Terdapat hubungan antara intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan dengan animo siswa yang memilih sekolah.

Kata kunci: intensitas publikasi; citra lembaga pendidikan; animo siswa

1. Pendahuluan

Pada zaman modern seperti sekarang ini yang semuanya serba canggih dan serba digital membuat semua hal semakin mudah untuk dilakukan misalnya saja dalam hal informasi. Kepala sekolah tidak perlu bersusah payah untuk mempromosikan lembaga pendidikannya dengan menyebarkan brosur ke sekolah-sekolah atau bahkan di jalan-jalan. Seorang humas dapat dengan mudah mempromosikan lembaga pendidikannya hanya dengan bermodalkan kreativitas dan pengetahuan menjalankan komputer untuk membuat blog di internet mengenai visi misi lembaga pendidikan, program-program lembaga pendidikan, cara untuk daftar di lembaga pendidikan, sekaligus dapat mencantumkan biaya yang harus dikeluarkan ketika masuk ke lembaga pendidikan. Kemudian, pihak humas membuat tampilan blog yang menarik agar dapat menarik pengguna jasa pendidikan mengunjungi blog dan membaca

postingan yang telah dibuat. Selain itu pihak humas juga harus selalu mengunggah postingan-postingan baru seperti apa saja kegiatan yang telah dilakukan oleh lembaga pendidikan, prestasi apa saja yang telah diperoleh, tujuannya agar pengguna jasa pendidikan lebih yakin untuk mendaftarkan anak mereka.

Sebagaimana pendapat Kotler dan Keller (2006) bahwa intensitas publikasi dalam bauran pemasaran (marketing mix) adalah komponen yang dapat digunakan oleh lembaga pendidikan untuk mengambil hati siswa agar memilih sekolah (sekolah dalam penelitian ini yaitu SMK Negeri se Kabupaten Malang). Aspek bauran pemasaran yang pertama yaitu: (1) produk, dalam produk terdapat beberapa indikator yakni bentuk, fitur, kualitas kinerja, kesan kualitas, ketahanan, dan keandalan; (2) harga (price), Harga dalam lembaga pendidikan bisa diartikan SPP siswa, dapat juga pemberian beasiswa untuk siswa; (3) tempat (place), juga merupakan faktor yang dianggap penting bagi siswa dalam pertimbangan memilih sekolah; (4) promosi, upaya yang dilakukan oleh pihak sekolah dalam memperkenalkan sekolahnya kepada masyarakat luas; (5) orang, memiliki peran penting di dalam pemasaran atau publikasi; (6) sarana prasarana, dengan sarana prasarana yang memadai juga dapat mendukung belajar pembelajaran di sekolah tersebut; (7) proses, dalam menjalankan suatu proses apabila dikerjakan dengan baik dan sepenuh hati maka akan memperoleh hasil yang baik dan memuaskan. Intensitas yaitu suatu bentuk usaha yang dilakukan seseorang guna mencapai suatu tujuan Frisnawati (2012). Pendapat tersebut diperkuat dengan pernyataan Azwar (2003) bahwa intensitas adalah kekuatan sikap terhadap suatu hal. Menurut Rangkuti (2009) publikasi juga dapat diartikan sebagai upaya untuk menarik permintaan terhadap suatu produk atau jasa secara nonpersonal caranya dengan menulis berita yang sifatnya menguntungkan produk tersebut baik dalam media elektronik atau non elektronik, dapat juga melakukan wawancara kemudian hasilnya disebarakan dalam media tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa intensitas publikasi adalah seberapa sering atau kontinuitas dalam kegiatan membagikan informasi berupa berita, opini, laporan untuk mendapatkan perhatian individu ataupun publik.

Citra atau image sekolah merupakan aset yang sangat bermakna yang harus ada di suatu lembaga pendidikan, dengan adanya citra yaitu sebagai bukti keberadaan atau kualitas suatu lembaga pendidikan. Citra dapat dianggap baik ataupun buruk semua itu tergantung dari pengelolaan informasi dan publikasi yang dilakukan oleh humas kepada masyarakat. Selain itu dalam meningkatkan citra yang baik yaitu dengan meningkatkan profesionalitas kepala sekolah, tenaga pengajar serta staf yang ada di sekolah, antara guru dan orangtua siswa terjalin hubungan yang baik, dan juga kurikulum yang jelas. Menurut Buchori dan Hurriyati (2008) citra merupakan kesan yang diperoleh mengenai orang, tempat, dan mengenai suatu benda. Citra lembaga pendidikan yang positif perlu ditingkatkan atau dibangun, cara meningkatkan citra lembaga pendidikan bisa dengan memperbaiki kualitas layanan yang baik. Meningkatkan kompetensi profesional guru juga sangat penting untuk dilakukan ketika ingin meningkatkan citra lembaga pendidikan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, Ulfatin, Wiyono, Imron dan Wadji (2018) yaitu dengan meningkatnya kompetensi profesional guru atau TPC (The Professional Competency) maka akan dapat mempengaruhi efektivitas sekolah, efektivitas sekolah selalu menjaga komunikasi positif dengan orangtua menjamin dukungan orangtua, dan bekerja sama dengan orangtua dan masyarakat. Citra lembaga pendidikan yang sudah baik dimata masyarakat semakin memudahkan suatu lembaga mendapatkan kepercayaan. Pihak lembaga pendidikan harus dapat mempertahankan kepercayaan dari konsumen karena mempertahankan lebih sulit daripada mendapatkan kepercayaan. Penelitian

yang dilakukan oleh Putri, Imron dan Sunandar (2019) juga menyatakan bahwa untuk mempertahankan sebuah citra positif sekolah yaitu dengan cara mempertahankan komitmen dan etos kerja. Selain itu sekolah juga harus menjelaskan mengenai tujuan, program-program, kebutuhan dan kondisi sekolah kepada orangtua siswa (Sumarsono, Imron, Wiyono dan Arifin, 2019).

Animo atau minat menurut Slameto (2013) yaitu rasa suka dan tertarik kepada suatu hal atau suatu kegiatan yang tanpa disuruh. Pada dasarnya minat yaitu penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin besar minat maka akan semakin dekat atau kuat hubungan tersebut. Minat berperan penting terhadap kehidupan seseorang serta memiliki efek yang besar baik itu sikap dan perilaku seseorang. Seseorang yang memiliki minat mengenai suatu hal baik itu memilih sekolah ataupun pekerjaan, akan memaksimalkan dalam belajar ataupun mencari informasi dibanding dengan orang-orang yang tidak mempunyai minat. Menurut Tanunihardjo dan Santoso (1998) minat merupakan penjelasan psikologis yang tidak dapat diamati secara langsung, yang bisa diamati yaitu kondisi atau pendapat dari orang tersebut. Minat akan ditunjukkan oleh tindakan seperti individu akan berupaya menggali informasi secara lengkap, individu akan beradaptasi dengan situasi dan kondisi yang terjadi, dan individu tersebut akan berupaya untuk fokus terhadap apa yang menjadi minatnya. Minat yang timbul dalam diri seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri (faktor intrinsik) maupun faktor yang berasal dari luar individu itu sendiri (faktor ekstrinsik).

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model penelitian deskriptif-korelasional untuk memperoleh gambaran tentang hubungan intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan dengan animo calon siswa yang memilih sekolah. Populasi dalam penelitian ini berasal dari siswa kelas X Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri Kabupaten Malang. Jumlah SMK Negeri di Kabupaten Malang sebanyak tujuh sekolah. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan teknik proportional random sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 358 siswa. Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Peneliti menggunakan angket atau kuesioner pada umumnya digunakan sebagai instrumen penelitian survei atau riset yang menggunakan pendekatan kuantitatif.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) analisis deskriptif, digunakan untuk menggambarkan setiap variabel penelitian yang terdiri dari intensitas publikasi, citra lembaga pendidikan, dan animo siswa yang memilih sekolah, (2) uji analisis data yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan (3) uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diketahui bahwa tingkat intensitas publikasi termasuk dalam kategori sedang seperti yang tercantum pada Tabel 1.

Tabel 1. Deskripsi Frekuensi dan Persentase Intensitas Publikasi

Kategori	Interval		Frekuensi	Persentase %
Rendah	33	- 50	3	1%
Sedang	51	- 68	218	61%
Tinggi	≥ 69		137	38%
Total			358	100%

Berdasarkan pada Tabel 1 dengan jumlah responden sebanyak 358 diperoleh hasil sebanyak 3 responden dengan persentase sebesar 1% menyatakan intensitas publikasi berada pada kategori rendah. Kemudian sebanyak 218 responden dengan persentase sebesar 61% menyatakan intensitas publikasi pada kategori sedang. Sisanya sebanyak 137 responden dengan persentase sebesar 38%. Berdasarkan pada pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa intensitas publikasi SMK Negeri Kabupaten Malang berada dalam kategori sedang dengan persentase sebesar 61%.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diketahui bahwa tingkat citra lembaga pendidikan termasuk dalam kategori sedang seperti yang tercantum pada Tabel 2.

Tabel 2. Deskripsi Frekuensi dan Persentase Citra Lembaga Pendidikan

Kategori	Interval		Frekuensi	Persentase
Rendah	46	- 59	29	8%
Sedang	60	- 73	201	56%
Tinggi	≥ 69		128	36%
Total			358	100%

Berdasarkan pada Tabel 2 dengan jumlah responden sebanyak 358 diperoleh hasil sebanyak 29 responden dengan persentase sebesar 8% menyatakan citra lembaga pendidikan berada pada kategori rendah. Kemudian sebanyak 201 responden dengan persentase sebesar 56% menyatakan citra lembaga pendidikan pada kategori sedang. Sisanya sebanyak 128 responden dengan persentase sebesar 36%. Berdasarkan pada pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa citra lembaga pendidikan SMK Negeri Kabupaten Malang berada dalam kategori sedang dengan persentase sebesar 56%.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat diketahui bahwa tingkat animo siswa yang memilih sekolah termasuk dalam kategori sedang seperti yang tercantum pada Tabel 3.

Tabel 3. Deskripsi Frekuensi dan Persentase Animo Siswa

Kategori	Interval		Frekuensi	Persentase
Rendah	24	- 32	31	9%
Sedang	33	- 41	219	61%
Tinggi	≥ 42		108	30%
Total			358	100%

Berdasarkan pada Tabel 3 dengan jumlah responden sebanyak 358 diperoleh hasil sebanyak 31 responden dengan persentase sebesar 9% menyatakan animo siswa berada pada kategori rendah. Kemudian sebanyak 219 responden dengan persentase sebesar 61%

menyatakan animo siswa pada kategori sedang. Sisanya sebanyak 108 responden dengan persentase sebesar 30%. Berdasarkan pada pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang berada dalam kategori sedang dengan persentase sebesar 61%.

Hasil analisis korelasi pertama antara variabel intensitas publikasi (X1) dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang (Y) diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,542. Maka nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel intensitas publikasi dengan animo siswa, dan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif karena nilai *Pearson Correlation* bernilai positif. Jika diperoleh nilai *Pearson Correlation* 0,542 maka koefisien korelasi kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Hasil korelasi kedua antara variabel citra lembaga pendidikan (X) dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang (Y) diketahui nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,625. Maka nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel citra lembaga pendidikan dengan animo siswa, dan kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang positif karena nilai *Pearson Correlation* bernilai positif. Jika diperoleh nilai *Pearson Correlation* 0,625 maka koefisien korelasi kedua variabel memiliki hubungan yang kuat. Hasil korelasi ketiga antara variabel intensitas publikasi (X1) dan citra lembaga pendidikan (X2) dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang (Y) diperoleh nilai signifikansi *F change* sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil daripada 0,05 atau ($0,000 < 0,05$) maka dari hasil tersebut H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang. Dilihat dari Tabel 4.10 di atas diperoleh nilai R sebesar 0,663 hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang.

3.2. Pembahasan

Pada hasil analisis deskriptif digambarkan tentang intensitas publikasi di SMK Negeri Kabupaten Malang yang diukur menggunakan angket dapat ditarik kesimpulan bahwa intensitas publikasi di SMK Negeri Kabupaten Malang berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari tujuh aspek diantaranya produk, harga, tempat, promosi, orang, sarana prasarana dan proses memiliki andil dalam publikasi di lembaga pendidikan. Intensitas publikasi dalam bauran pemasaran (marketing mix) adalah komponen yang dapat digunakan oleh lembaga pendidikan untuk mengambil hati siswa agar memilih sekolah (sekolah dalam penelitian ini yaitu SMK Negeri se Kabupaten Malang). Aspek bauran pemasaran yang pertama yaitu: (1) produk, dalam produk terdapat beberapa indikator yakni bentuk, fitur, kualitas kinerja, kesan kualitas, ketahanan, dan keandalan; (2) harga (price), Harga dalam lembaga pendidikan bisa diartikan SPP siswa, dapat juga pemberian beasiswa untuk siswa; (3) tempat (place), juga merupakan faktor yang dianggap penting bagi siswa dalam pertimbangan memilih sekolah; (4) promosi, upaya yang dilakukan oleh pihak sekolah dalam memperkenalkan sekolahnya kepada masyarakat luas; (5) orang, memiliki peran penting di dalam pemasaran atau publikasi; (6) sarana prasarana,

dengan sarana prasarana yang memadai juga dapat mendukung belajar pembelajaran di sekolah tersebut; (7) proses, dalam menjalankan suatu proses apabila dikerjakan dengan baik dan sepenuh hati maka akan memperoleh hasil yang baik dan memuaskan.

Pada hasil analisis deskriptif digambarkan tentang citra lembaga pendidikan di SMK Negeri Kabupaten Malang yang diukur menggunakan angket dapat ditarik kesimpulan bahwa citra lembaga pendidikan di SMK Negeri Kabupaten Malang berada pada kategori sedang. Terdapat empat komponen dalam pembentukan citra menurut Soemirat dan Ardianto (2002) empat komponen tersebut antara lain: (1) Persepsi, untuk membangkitkan persepsi yang baik dari masyarakat terhadap sekolah maka sekolah harus dapat memenuhi keyakinan masyarakat, dengan cara menunjukkan bahwa sekolah sudah menjalankan manajemen dengan baik, misal dalam hal perencanaan sampai dengan evaluasi semua berjalan dengan lancar sesuai rencana awal; (2) kognisi, ketika persepsi masyarakat sudah baik mengenai citra lembaga pendidikan, maka akan lebih mudah menanamkan keyakinan pada diri masyarakat; (3) Motivasi, dapat diperoleh dari dorongan orang tua, selain itu motivasi juga dapat digerakkan dari dorongan teman atau masyarakat sekitar; (4) sikap, sikap bukan merupakan perilaku melainkan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu, sikap dapat menentukan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu. Penelitian yang dilakukan oleh Imron, Triwiyanto dan Dyah (2018) menyatakan bahwa persepsi dari konsumen penting untuk dipelajari oleh penyedia jasa dalam hal ini adalah pihak sekolah, karena perilaku masyarakat sebagai pengguna jasa didasarkan pada persepsi masyarakat, penelitian persepsi kualitas pendidikan tersebut berada pada kategori sedang dengan persentase 57,40%.

Pada hasil analisis deskriptif digambarkan tentang animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang yang diukur menggunakan angket dapat ditarik kesimpulan bahwa animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang berada pada kategori sedang. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2016) bahwa motivasi siswa memilih sekolah di SMA swasta juga berada pada kategori sedang, hal tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan siswa memilih sekolah bukan dari keinginannya sendiri melainkan mendapat dorongan dari luar, yang membuat siswa akhirnya memilih sekolah di SMA swasta.

Berdasarkan pada hasil uji regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan dua variabel atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Agar dapat mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel intensitas publikasi dengan variabel animo siswa maka dapat dilakukan uji *t test*, uji *t test* digunakan untuk mengetahui peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Masing-masing variabel bebas memperoleh nilai signifikansi 0,000 maka dapat dinyatakan ada hubungan yang signifikan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Jika dilihat dari nilai T_{hitung} dan T_{tabel} yaitu hubungan antara intensitas publikasi dengan animo siswa diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 5,544 lebih besar jika dibandingkan dengan nilai T_{tabel} sebesar 1,966 ($5,544 > 1,966$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu diperoleh nilai sebesar 0,000 ($Sig. < 0,05$) dengan demikian hipotesis pertama dinyatakan " H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat hubungan secara parsial antara variabel intensitas publikasi (X1) dengan variabel animo siswa (Y)". Kemudian diketahui nilai koefisien beta sebesar 0,270, lalu dari hasil perhitungan sumbangan relatif diketahui variabel intensitas publikasi terhadap

animo siswa diperoleh nilai sebesar 33,3 jika hasil dari semua variabel independen (X) dijumlahkan maka akan didapatkan hasil 100%.

Hasil uji *T test* diperoleh nilai T_{hitung} variabel citra lembaga pendidikan sebesar 9,600 hasil tersebut jika dibandingkan dengan nilai T_{tabel} sebesar 1,966 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu diperoleh nilai sebesar 0,000 (*Sig.*<0,05) dengan demikian hipotesis kedua dinyatakan “ H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat hubungan secara parsial antara variabel citra lembaga pendidikan (X2) dengan animo siswa (Y). Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dengan uji korelasi berganda simultan dengan model *summary* diperoleh nilai signifikansi *F change* sebesar 0,000. Berdasarkan uji regresi linear berganda dengan uji *F* secara simultan hubungan ketiga variabel tersebut menunjukkan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, kemudian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 139,124 jika dibandingkan dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,021 ($139,124 > 3,021$) maka hipotesis ketiga dinyatakan “ H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat hubungan secara simultan antara variabel independen intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan dengan variabel dependen animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang”.

Setelah diketahui bahwa terdapat hubungan antara intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang, kemudian dicari seberapa besar sumbangan efektif dan sumbangan relatifnya. Sumbangan Efektif (SE) adalah ukuran sumbangan variabel bebas (intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan) terhadap variabel terikat (animo siswa) dengan memperhitungkan faktor lain. Sumbangan efektif variabel intensitas publikasi (X1) terhadap animo siswa memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang (Y) sebesar 14,6% dan sumbangan efektif variabel citra lembaga pendidikan (X2) terhadap animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang (Y) sebesar 29,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel X2 memiliki pengaruh lebih dominan terhadap variabel Y daripada variabel X1, untuk total SE sebesar 43,9% sedangkan sisanya adalah faktor lain yang tidak ada dalam penelitian ini yaitu sebesar 56,1%. Sedangkan untuk sumbangan relatif, diartikan sebagai sumbangan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang tidak memperhitungkan faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sumbangan relatif pada penelitian ini untuk variabel intensitas publikasi terhadap animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang sebesar 33,3%. Sedangkan sumbangan relatif variabel citra lembaga pendidikan terhadap animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang sebesar 66,6%. Berdasarkan hasil perhitungan yang sudah dijelaskan di atas maka terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara hubungan intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diperoleh dan dipaparkan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Hasil analisis deskriptif intensitas publikasi berada pada kategori sedang, dan diperoleh persentase sebesar 61%; (2) Hasil analisis deskriptif citra lembaga pendidikan berada pada kategori sedang, dan diperoleh persentase sebesar 56% dengan rata-rata sebesar 66,92; (3) Hasil analisis deskriptif animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang berada pada kategori sedang, dan diperoleh persentase sebesar 61% dengan rata-rata 39,24; (4) Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel intensitas publikasi dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang. Kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat dan

positif karena nilai *Pearson Correlation* bernilai positif. Jadi, semakin tinggi intensitas publikasi maka akan berdampak pada animo siswa; (5) Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel citra lembaga pendidikan dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang. Kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat dan positif karena nilai *Pearson Correlation* bernilai positif. Jika, semakin baik citra lembaga pendidikan maka akan berdampak pula pada tingginya animo siswa, dan (6) Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel intensitas publikasi dan citra lembaga pendidikan dengan animo siswa yang memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang, hubungan antar variabel tersebut berada pada kategori kuat. Peningkatan publikasi dan citra lembaga pendidikan secara bersama-sama dapat mendorong animo siswa memilih sekolah di SMK Negeri Kabupaten Malang.

Daftar Rujukan

- Azwar, S. (2003). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukuran*. Yogyakarta: Liberty.
- Buchori, A. & Hurriyati, R. (2008). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*. Bandung : Alfabeta.
- Frisnawati, A. (2012). Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial. *Jurnal Empathy*, 1(1), 47-58, Dari <http://journal.uad.ac.id/index.php/EMPATHY/index>
- Imron, A., Triwiyanto, T. & Ningsih, D.A. (2018). Hubungan Persepsi Tentang Kualitas dan Pelayanan Pendidikan dengan Kepuasan Orang Tua Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri. *Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*, 1(2), 245-254. Dari <http://journal2.um.ac.id/index.php/jamp/article/view/3679/2226>, diakses 2 Mei 2020.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran edisi ke 12 Jilid ke 1*. Jakarta: Indeks Gramedia.
- Putri, D.E., Imron, A. & Sunandar, A. (2019). Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Membangun Citra Publik. *JAMP: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*, 2(4), 213-221. Dari <http://journal2.um.ac.id/index.php/jamp/article/view/8937>.
- Rahayu, S., Ulfatin, N., Wiyono, B. B., Imron, A. & Wajdi, M. B. N. (2018). The Professional Competency Teachers Mediate the Influence of Teacher Innovation and Emotional Intelligency on School Security. *Journal of Social Studies Education Research*, 9(2), 210-227. Dari <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/496766>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Bogor: Grafika Mardi Yuana.
- Slameto. (2013). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soemirat, S. & Ardianto. (2002). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sumarsono, R. B., Imron, A., Wiyono, B. B., & Arifin, I. (2019). Strategi Kepala Sekolah dalam Mengoptimalkan Partisipasi Orangtua untuk Meningkatkan Kualitas Sekolah. *Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan*, 4(1), 7-13. Dari <http://journal2.um.ac.id/index.php/jmsp/article/view/9772/4821>
- Tanunihardjo, S. (1988). Analisis Kebijakan Publik Masalah dan Pendekatan. *Jurnal Ilmu Politik*, (Online), 1(4), diakses 18 Februari 2019.
- Utami, H. M. (2016). *Hubungan Keefektifan Publikasi dan Citra Lembaga Pendidikan dengan Motivasi Siswa Memilih Sekolah di SMA Swasta se-Kota Malang*. Malang: Universitas Negeri Malang.