

## PROGRAM PEMBINAAN KARAKTER SISWA DALAM MENINGKATKAN CITRA SMK TELKOM BANDUNG

Aprilia Ayu Kumalasari<sup>1</sup>, Hadi Purnama<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom, Bandung

apriliaayu@students.telkomuniversity.ac.id<sup>1</sup>, hadipurnama@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

---

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus menurut John W. Creswell. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan Program Pembinaan Karakter Siswa yang dilakukan SMK Telkom Bandung dalam perencanaan dan program dari mulai Mahaseru (Masa Adaptasi dan Pelatihan Peserta Didik Baru), Patriot (Pendidikan Integritas dan Orientasi Kedisiplinan) dan Kampiun (Kamp Pelatihan Unggul) dilaksanakan selama 2 semester atau selama 9 bulan. Sedangkan strategi yang digunakan untuk mengkomunikasikan dan menginformasikan program kepada khalayak sesuai dengan rencana agar dapat meningkatkan citra melalui pemanfaatan media sosial dan Pembinaan Karakter Siswa memang harus dimiliki oleh sebuah sekolah atau Lembaga Pendidikan untuk meningkatkan *quality education* dan hal ini dapat menjadikan nilai jual untuk semakin banyak peminat yang akan mensekolahkan anaknya kesana. Kesimpulan dari penelitian ini pelaksanaan Program Pembinaan Karakter Siswa sudah berjalan sesuai dengan kurikulum yang sudah ada. Untuk mengetahui keberhasilan program ini dalam meningkatkan citra dengan cara melihat dari *insight* dari media sosial dan dapat diukur melalui hasil *survey* dari para peserta didik menilai adanya program ini.

**Kata Kunci:** Citra, Kampiun, Mahaseru, Patriot dan Program Pembinaan Karakter Siswa.

### ABSTRACT

*This study discussed about Student Character Development Program in improving the image of SMK Telkom Bandung. This study used a qualitative method with case study approach according to John W. Creswell. Based from the results of the study, it shows that the Student Character Development Program which carried out by SMK Telkom Bandung in planning and programs starting from Mahaseru (Masa Adaptasi dan Pelatihan Peserta Didik Baru), Patriot (Pendidikan Integritas dan Orientasi Kedisiplinan), Kampiun (Kamp Pelatihan Unggul) that is held for 2 semesters or 9 months. While the strategy to communicate and inform the program to the public is in accordance with the plan in order to improve the image through the use of social media and Student Character Development, it must be owned by a school or educational institution to improve the quality of education and this can make a selling point for more and more enthusiasts who will send their children there. The conclusion of this study is the implementation of the Student Character Development Program that has been running according to the existing curriculum. To find out the success of this program in improving the image by looking at the insights from social media and it can be measured through survey results from students assessing the existence of this program.*

**Keywords:** Image, Kampiun, Mahaseru, Patriot, and Student Character Development Program.

## I. PENDAHULUAN

Pada data yang diperoleh dari Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2019/2020 sampai saat ini di Indonesia ada 14.301 SMK Negeri dan Swasta. Jumlah tersebut bahkan lebih banyak dari dibandingkan dengan jumlah SMA yang ada di Indonesia yaitu 13.939 SMA Negeri dan Swasta. Oleh karena itu, banyaknya jumlah SMK tersebut dapat menyerap tenaga kerja dan dapat mengurangi jumlah pengangguran pada jenjang SMK. Sementara di Jawa Barat memiliki jumlah SMK Negeri dan Swasta mengalami peningkatan pada 5 tahun terakhir. Dari tahun 2015/2016 yang semula 2.515 SMK menjadi 2.943 pada tahun 2019/2020. Hal ini mengingat bahwa Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah SMK terbanyak di Indonesia, sehingga SMK di Jawa Barat harus saling berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan pendidikan yang memuaskan kepada siswa (Publikasi.data.kemdikbud.go.id diakses tanggal 27 November 2020 pada pukul 22:41 WIB)

Melihat kondisi sekarang pendidikan karakter sangat berarti pada siswa-siswi karena pendidikan karakter adalah berhubungan dengan budi berbudi pakerti yang memiliki standar norma dan perilaku yang baik. Sehingga dapat berkaitan dengan Tuhan Yang Maha Esa, diri sendiri,

antar manusia, lingkungan, dan berdasarkan norma-norma agama, hukum, maupun tata krama, atau budaya dan bahkan adat istiadat. Dalam hal ini tujuan pendidikan karakter menanamkan nilai-nilai diri dari siswa yang menghormati tatanan kehidupan bersama sehingga akan melewati proses pembentuka diri secara terus-menerus (Laksana, 2015:173).

Reputasi yaitu hal yang terpenting dan wajib dimiliki dalam lembaga karena sebagai bukti beradan dan kualitas yang dimiliki. Disisi lain reputasi sekolah dapat menunjukkan kualitas pendidikan itu sendiri sehingga pencapaian prestasi sekolah sebagai indikator dari keberhasilan program pendidikan sekolah tersebut. Hal ini pencitraan sekolah dapat terwujud pada persepsi dan opini khalayak dengan berjalannya waktu dalam membangun citra sekolah. Maka hal ini tidak terlepas dari seorang humas yang berperan dalam meningkatkan citra dan mampu memberikan ide atau gagasan yang cemerlang, sehingga strategi yang tepat adalah sarana mencapai citra atau reputasi yang diinginkan oleh suatu sekolah atau lembaga pendidikan lainnya.

Menurut Hakim peran humas pada lembaga pendidikan adalah hal yang terpenting pada manajemen pendidikan, yang dimana pada proses manajemen humas bagi pendidikan yaitu perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi

terhadap hubungan sosial lembaga dengan menggunakan potensi sumber daya dengan maksimal. Sehingga pada tahapan-tahapan tersebut tidak dapat berjalan dengan mandiri tanpa mengikut pada fungsi-fungsi lainnya (Hakim, 2019).

Peneliti melakukan penelitian di SMK Telkom Bandung yaitu salah satu sekolah dari sekian banyak yang bergerak dalam bidang jasa keterampilan. SMK Telkom Bandung merupakan sekolah yang dapat dijadikan contoh nyata pelaksanaan Program Pembinaan Karakter Siswa yang mewajibkan seluruh peserta didik mengikuti program ini. SMK Telkom Bandung adalah sekolah Swasta dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT), yang telah berdiri sejak 1991 di berbagai kota besar Indonesia. Program studi diajarkan adalah Teknik Komputer Jaringan (TKJ), Teknik Jaringan Akses (TJA) dan Multimedia (MM). Sekolah Menengah Kejuruan Telkom Bandung merupakan SMK yang berdiri pada 9 Januari 2013. SMK Telkom Bandung berbasiskan kurikulum di bidang *Information and Communication Technology* yang disesuaikan dengan perkembangan dan kebutuhan industri *Information Technology* (IT) terkini (Buku Mahaseru 2020, 2020).

SMK Telkom Bandung memiliki program yaitu “Pembinaan Karakter Siswa”, kegiatan ini berlangsung selama 2

semester atau dalam waktu 9 bulan. Mahaseru (Masa Adaptasi dan Pelatihan Peserta Didik Baru) bagian dari Program Pembinaan Karakter, yang dimana kegiatan ini penegenalan lingkungan sekolah. Kegiatan ini membantu siswa dalam beradaptasi dengan lingkungan baru dan untuk memperkenalkan sarana dan prasarana yang ada di SMK Telkom Bandung. Lalu dilanjutkan dengan Patriot (Pendidikan Integritas dan Orientasi Kedisiplinan) yaitu rangkaian kegiatan untuk terbentuknya peserta didik SMK Telkom Bandung yang berkarakter tangguh, berintegritas, dan disiplin. Sedangkan Kampiun (Kamp Pelatihan Unggul) adalah puncak dari kegiatan Patriot, yang di mana kegiatan Kampiun ini salah satu syarat peralihan status peserta didik menjadi siswa SMK Telkom Bandung dan merupakan salah atau syarat wajib untuk mengikuti Praktek Kerja Industri (Prakerin) (Buku Mahaseru 2020, 2020).

Humas merupakan fungsi manajemen yang dimana terciptanya suatu kegiatan yang memperoleh suatu pengertian, kepercayaan serta penghargaan dari khalayak. Sehingga kegiatan tersebut dapat berupa aktivitas komunikasi, penerimaan Kerjasama dan pelayanan khalayak dalam menanganai opini publik. Maka adapun tujuan umum dari program yang dicapai oleh humas yaitu berupa tujuan organisasi, karena pada pembentukan humas bertujuan

untuk menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan di dalam organisasinya (Ismi Noerul Izzah dan Atiqullah, 2019).

Humas SMK Telkom Bandung melalui Program Pembinaan Karakter Siswa dalam upaya penyebaran informasi yang baik kepada khalaya dan tepat sasaran, dengan memanfaatkan media sosial yaitu Instagram, Twitter dan Facebook yang dapat menghasilkan *insight* serta *engagement* yang baik bagi sekolah. Selain itu, dalam meningkatkan citra sekolah melalui Program Pembinaan Karakter Siswa, SMK Telkom Bandung dengan cara melakukan *content creation* berupa tulisan, foto dan *video*. Melalui postingan Instagram tersebut dapat memudahkan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak, karena bersifat interaktif dan komunikatif bahwa program pembinaan karakter siswa ini memiliki sisi positif bagi siswa.

Dari penjelasan di atas kebaruan penelitian ini adalah untuk mengetahui program pembinaan karakter siswa yang dijalankan SMK Telkom dapat meningkatkan citra sekolah SMK Telkom Bandung dimata khalayak. Maka dari itu, peneliti mengambil judul penelitian “Program Pembinaan Karakter Siswa dalam Meningkatkan Citra SMK Telkom Bandung”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis mendapatkan rumusan masalah yaitu Bagaimana Program Pembinaan Karakter Siswa dalam Meningkatkan Citra SMK Telkom Bandung?

### **Pertanyaan Penelitian**

- 1) Bagaimana perencanaan Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung?
- 2) Bagaimana pelaksanaan Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung?
- 3) Bagaimana aksi dan komunikasi Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung?
- 4) Bagaimana evaluasi Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung?

### **Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk mengetahui perencanaan Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung.
- 2) Untuk mengetahui pelaksanaan Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung.

- 3) Untuk mengetahui aksi dan komunikasi Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung.
- 4) Untuk mengetahui evaluasi Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pembinaan Karakter

Menurut Mangunhardjana, pembinaan ialah proses belajar yang melepaskan apa yang sudah dimiliki. Tujuannya adalah untuk membantu orang dalam bentuk kehidupan dan mengembangkan pengetahuan, keterampilan baru untuk mencapai implementasi yang efektif dari tujuan hidup dan pekerjaan. Pada pembinaan karakter menekankan sikap, kemampuan dan keterampilan. Kunci pembinaan karakter ialah memperoleh sikap dan keterampilan (Mangunhardjana, 1986:17).

### 2.2 Komunikasi

Menurut Hafied Cangara, komunikasi ialah ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam komunikasi, yang dapat menjelaskan melalui beberapa model. Pada model komunikasi dibuat untuk membantu memahami komunikasi dan bentuk komunikasi yang ada pada manusia (Cangara, 2011:20). Menurut Carl I.Hovland dalam Deddy Mulyana mengatakan bahwa komunikasi suatu

proses yang mana komunikator dapat menyampaikan stimulus (berupa simbol verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain (Deddy Mulyana, 2015:10).

### 2.3 Public Relations (PR)

Sedangkan menurut Cutlip, Center, dan Broom pada pelaksanaan aktivitas *public relations* (PR) memiliki beberapa tahapan agar dapat mencapai sesuai apa yang diharapkan yaitu Analisis Situasi, Perencanaan Dan Program, Aksi Dan Komunikasi, Evaluasi (Cutlip, Center, dan Broom, 2011:320).

### 2.4 Citra

Citra ialah tujuan utama PR atau humas yang sekaligus tugasnya untuk mempertahankan reputasi. Citra itu sendiri tidak berwujud dan tidak dapat diukur dengan metode matematis, namun bentuk citra tersebut dapat dirasakan melalui hasil penelitian yang baik atau buruk, misalnya penerimaan dan tanggapan positif maupun negatif dari khalayak. Maka citra tidak terlepas dari nilai kepercayaan dari publik, serta *goodwill* (kemaun baik) yang di perlihatkan melalui lembaga/perusahaan (Ruslan, 2017:75).

### 2.5 Event

*Event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati momen penting dalam sepanjang hidup manusia secara kelompok atau individu yang berkaitan secara adat, budaya, tradisi dan agama yang dimana tujuannya untuk

melibatkan lingkungan publik pada waktu tertentu. Penyelenggaraan *event* sudah berkembang sesuai dengan keinginan konsumen untuk dapat melihat adanya *event* baik berupa *event* bersifat keolahragaan, *event* pengenalan produk, pameran atau lain sebagainya (Noor, 2017:7).

Menurut Ruslan, *event* dari humas dapat mampu memuaskan orang-orang yang terlibat terkait dalam meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), pengenalan (*awareness*), dalam upaya menarik simpati. Sehingga dalam hal ini akan menumbuhkan saling pengertian satu sama lain dan dapat menciptakan citra (*image*) positif dari publik yang sebagai target Sasarannya (Ruslan, 2017).

### III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis menentukan observasi dan objektivitas realitas atau sains. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

Menurut Robert K. Yin pendekatan Studi Kasus yang digunakan desain kasus tunggal holistik yaitu untuk menguji suatu teori yang telah disusun dengan baik serta unit analisis tunggal (holistik) (Yin, 2013:47-48). Pada studi kasus ini menggunakan penelitian tunggal yang dimana menganalisis proses, pelaksanaan,

dan hubungan yang akan menghasilkan citra untuk SMK Telkom Bandung dengan pencitraan melalui Program Pembinaan Karakter Siswa.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, dengan cara membandingkan hasil wawancara yang diperoleh dari masing-masing sumber atau informan penelitian sebagai pembandingan untuk mengecek kebenaran informasi yang didapatkan yang berupa dokumen tertulis, gambar atau foto, video visual, arsip dokumen, sehingga keabsahan data dapat di percaya dan *valid*.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1) Perencanaan Program

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2011:320) pada aktivitas ini bermaksud untuk merencanakan dan membuat program sesuai berdasarkan apa yang diperoleh berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan. Hal ini selaras dengan SMK Telkom Bandung dalam perencanaan Program Pembinaan Karakter Siswa berdasarkan mandatori dari Yayasan Pendidikan Telkom (YPT), Undang-Undang SISDIKNAS No. 20 Tahun 2003, tentang Pendidikan Nasional memiliki fungsi mengembangkan kemampuan, keahlian dan membentuk watak serta peradaban bangsa. Kemudian berdasarkan Peraturan Presiden No. 87 Tahun 2017 yaitu mengenai penguatan pendidikan karakter, serta tujuan nantinya program ini

adalah untuk para peserta didik dapat mencapai 18 Nilai-Nilai Pendidikan Karakter.

Pembinaan menekankan pada pengembangan sikap, kemampuan dan keterampilan. Lalu program ini memiliki 3 tahapan yang wajib diikuti oleh para peserta didik yaitu Mahaseru, Patriot, Kampiun. Maka dari itu untuk menambah pengetahuan dan keterampilan para peserta didik menggunakan referensi materi berupa *The 7 Habits of Highly Effective People* oleh Stephen R Covey, Materi Santri Siap Guna Daarut Tauhiid, Materi Pendidikan Karakter dari Dinas PPK (Penguatan Pendidikan Karakter), Kepramukaan, Kepalangmerahan, Paskibra, Materi Beladiri dan Materi Persiapan Wirausaha. Sehingga materi yang diberikan ini dapat diimplementasikan dalam kegiatan sehari-hari oleh para peserta didik.

## 2) Pelaksanaan Program

Pelaksanaan Program Pembinaan Karakter Siswa di SMK Telkom Bandung sesuai dengan perencanaan, sehingga memiliki tiga tahapan pelaksanaan yaitu Mahaseru (Masa Adaptasi dan Pelatihan Peserta Didik Baru) yang berisi materi terkait team building, evaluasi diri dan pengabdian masyarakat. Lalu ada Patriot (Pendidikan Integritas dan Orientasi Kedisiplinan) kegiatan yang dilaksanakan setiap hari Sabtu pada pukul 07:30-09:30 WIB.

Kampiun (Kamp Pelatihan Unggul) adalah puncak dari kegiatan Patriot. Mahaseru (Masa Adaptasi dan Pelatihan Peserta Didik Baru) berisi tentang pengenalan lingkungan sekolah dan aturan-aturan yang ada di sekolah dibuat dalam bentuk berbeda yaitu dengan *games* dan *quiz* interaktif. Sedangkan tujuan dari kegiatan Patriot ini adalah peserta didik membentuk karakter yang Proaktif, Jujur, Disiplin, Mandiri, Tanggung Jawab, Kerja Keras, dan Peduli. Akan tetapi didalam kegiatan Patriot dibagi lagi menjadi tiga yaitu dobrak diri menghancurkan ego artinya harus mendobrak diri para siswa yang childish, manja, takut, tidak mau proaktif. Bangun diri yaitu mereka membangun kemampuan-kemampuan mereka untuk untuk mengurus dirinya sendiri. Dan terakhir bangun tim yaitu team building dimana nanti siswa-siswi akan membangun tim dan berkerjasama bagaimana caranya bekerja dengan orang lain. Tahapan akhir kegiatan yaitu Kampiun (Kamp Pelatihan Unggul) yang dimana puncak kegiatan pembinaan karakter yang dilaksanakan selama 3 hari 2 malam di alam terbuka, disini mereka diuji atau mengimplementasikan segala rangakain yang telah diajarkan selama proses pembinaan.

Menurut (Rosady Ruslan, 2017:23) maka dari kegiatan-kegiatan tersebut merupakan salah satu contoh aktivitas PR karena yang bertujuan untuk membangun

identitas dan citra lembaga/perusahaan. Program Pembinaan Karakter Siswa di SMK Telkom Bandung menjadikan sasaran kegiatan ini adalah siswa kelas 10, sehingga siswa dapat mampu mengembangkan keterampilan, menggunakan pengetahuan, mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari atau kepada kehidupan bermasyarakat, bangsa, dan negara. Lalu dengan adanya Program Pembinaan Karakter Siswa ini dapat membangun identitas dan citra di suatu sekolah.

### 3) Aksi dan Komunikasi Program

Strategi SMK Telkom Bandung dalam melakukan pembentukan citra melalui Program Pembinaan Karakter Siswa ini, humas SMK Telkom Bandung memanfaatkan media sosial Instagram, Twitter, Facebook, karena bersifat interaktif, komunikatif, dan memudahkan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. SMK Telkom Bandung salah satunya menggunakan akun Instagram @smktelbdg dan @patriot.smktelbdg untuk melakukan *content creation* berupa tulisan, foto dan video. Sehingga pada akun Instagram @smktelbdg dan @patriot.smktelbdg ditampilkan segala bentuk dokumentasi kegiatan Pembinaan Karakter Siswa berupa *Feeds*, *Instastory*, *video* dan *IGTV* yang dapat meningkatkan *engagement*. Menurut H Fayol (dalam Rosady Ruslan, 2017:23) dari kegiatan

tersebut merupakan salah satu contoh aktivitas PR karena yang bertujuan untuk membangun citra yang positif dan mendukung kegiatan komunikasi dua arah dengan semua pihak. Karena terciptanya komunikasi dua arah melalui adanya interaksi oleh khalayak yang memberikan respon berupa *like*, *comment*, mengikuti aktivitas Program Pembinaan Karakter Siswa SMK Telkom Bandung. Hal ini selaras karena komunikasi dua arah ialah komunikasi yang bersifat timbal balik dengan melibatkan dua pihak. Sehingga komunikasi tidak hanya menerima pesan dari komunikator akan tetapi memberikan respon atas pesan yang disampaikan oleh komunikator (Edi Harapan dan Syarwani Ahmad, 2014:48).

Sedangkan disisi Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra karena program ini memang harus dimiliki oleh sebuah sekolah atau Lembaga Pendidikan untuk meningkatkan *quality education* dan hal ini dapat menjadikan nilai jual untuk semakin banyak peminat yang akan mensekolahkan anaknya kesana. Hal ini selaras dengan Frank Jefkins (dalam Rosady Ruslan 2017:77-79) maka dari kegiatan tersebut merupakan jenis citra keinginan seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga/perusahaan, yang ditampilkan tersebut lebih dikenal (*good awareness*), menyenangkan dan diterima dengan kesan



yang selalu positif diberikan (*take and give*) oleh publiknya atau masyarakat umum. Karena SMK Telkom Bandung dalam penyapain informasi dan komunikasi kepada khalayak sesuai dengan tujuannya, sehingga dapat menggiring opini publik yang positif bahwa program pembinaan karakter siswa yang di lakukan sekolah bisa menjadikan banyak peminat yang akan mensekolahkan anaknya kesana.

#### 4) Evaluasi

Menurut (Cutlip, Center, dan Broom, 2011:320) setelah melakukan tahapan-tahapan di atas perlu dilakukan evaluasi agar dapat mencapai sesuai apa yang diharapkan yaitu dengan melakukan penilaian terhadap hasil-hasil yang telah di dapatkan pada program yang telah dilaksanakan, dan termasuk dalam mengevaluasi kreativitas dari program yang dijalankan. Evaluasi pelaksanaan Program Pembinaan Karakter Siswa SMK Telkom Bandung sudah berjalan dengan efektif karena sesuai dengan kurikulum yang sudah ditetapkan. Selain itu dalam Program Pembinaan Karakter Siswa memiliki tolak ukur yang digunakan untuk meningkatkan citra sekolah dengan melihat *likes*, komentar dan engagement pada unggahan di media sosial apakah pola komunikasi komunikatif atau tidak. Lalu dengan cara mengukurnya keberhasilan program melalui survey kepada para peserta didik

dengan cara menilai kegiatan yang dijalankan. Sedangkan menurut (Rosady Ruslan, 2017:19) fungsi yang mana untuk menciptakan citra yang positif bagi lembaga/perusahaan dengan cara membuat komunikasi dua arah, mengatur jalannya informasi, publikasi dari publik kepada lembaga/perusahaan, sehingga tercapainya citra positif. Maka program ini seharusnya *continuous improvement*, agar dapat menggiring khalayak untuk komunikasi dengan sekolah apa yang menjadi kebutuhan, apa yang menjadi pendorong sekolah ini dikatakan berkualitas dan mempunyai nilai atau citra yang baik dimata khalayak.

Akan tetapi dibalik itu semua memiliki sedikit hambatan, seperti mengkondisikan siswa untuk mengikuti program ini karena latar belakang mereka memutuskan untuk tidak mengikuti program pendidikan ini karena adanya rasa malas, akan tetapi hanya 10% siswa yang *error* dari mulai angkatan pertama yang masih bisa dikondisikan. Hambatan dari tim guru pembinaan sendiri ketika menyusun kurikulum awalmunya karena keterbatasan ilmu. Lalu orang tua peserta didik, akan tetapi hal ini tidak terlalu signifikan karena awal mula peserta didik mengikuti program ini cukup membuat para orang tua terkejut dengan kegiatan tersebut. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDA) karena pemateri atau fasilitator, selain itu

terkendala dalam infratraktur yang menyebabkan keterbatasan tempat untuk melakukan seperti kegiatan untuk outbound bagi para peserta didik. Lalu Program Pembinaan Karakter Siswa untuk tahun ajaran 2020-2021 ini memiliki kendala karena kondisi pandemi Covid-19 yang tidak memungkinkan untuk melaksanakan kegiatan secara langsung atau tatap muka dan berubah menjadi kegiatan secara *online*.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Program Pembinaan Karakter Siswa di SMK Telkom Bandung berdasarkan UU SISDIKNAS No. 20 Tahun 2003 tentang Pendidikan Nasional, Peraturan Presiden No. 87 Tahun 2017 yaitu mengenai penguatan pendidikan karakter, pencapaian melalui 18 Nilai-Nilai Pendidikan Karakter dan berdasarkan mandatori dari Yayasan Pendidikan Telkom (YPT).
2. Tahapan pelaksanaan Program Pembinaan Karakter Siswa ini terdiri dari 3 tahapan yaitu, Mahaseru (Masa Adaptasi dan Pelatihan Peserta Didik Baru), Patriot (Pendidikan Integritas dan Orientasi Kedisiplinan) dan Kampiun (Kamp Pelatihan Unggul). Program ini tujuannya untuk meningkatkan citra dan kesadaran khalayak bahwa program ini positif bagi siswa karena membentuk Karkter

Proaktif, Jujur, Disiplin, Tanggung Jawab, Kerja Keras dan Peduli.

3. Strategi SMK Telkom Bandung dalam melakukan pembentukan citra melalui Program Pembinaan Karakter Siswa ini, humas SMK Telkom Bandung memanfaatkan media sosial, karena bersifat interaktif, komunikatif, dan memudahkan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak. Selain itu Program Pembinaan Karakter Siswa dapat menghasilkan *insight* serta *engagement* baik pada sekolah dan program ini dapat membangun identitas dan citra di SMK Telkom Bandung.
4. Keberhasilan Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra, dengan cara melihat dari insight dari media sosial, komunikatif atau tidak dari komentar-komentar yang diberikan oleh khalayak dan dapat diukur melauai hasil survey dari para peserta didik menilai adanya program ini.

Secara keseluruhan, dapat ditarik kesimpulan dari pemaparan di atas bahwa Program Pembinaan Karakter Siswa sudah berjalan dengan efektif. Lalu program ini dapat meningkatkan citra SMK Telkom Bandung melalui pemanfaatan media sosial berupa content creation melalui berupa tulisan, foto dan video.

## Saran

### Saran Teoritis

Melalui penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lebih mendalam lagi terhadap Program Pembinaan Karakter Siswa dalam meningkatkan citra SMK Telkom Bandung.

Selain itu, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif agar dapat mengukur ada perubahan atau tidak pada karakter anak setelah mengikuti program ini.

### Saran Praktis

Dilihat dengan adanya Program Pembinaan Karakter Siswa yang ada di SMK Telkom Bandung sebaiknya kepala sekolah memberikan fasilitas terhadap guru dalam bidang humas, seperti mengadakan seminar dan training kehumasan, karena untuk menambah pengetahuan guru SMK Telkom Bandung dalam ilmu kehumasan.

Pendidikan karakter ini memang harus dimiliki oleh sebuah sekolah atau Lembaga Pendidikan untuk meningkatkan *quality education* dan karakter anak.

## Referensi

### Sumber Buku

Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.

Cutlip, Center, dan Broom. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Edi Harapan dan Syarwani Ahmad. (2014). *Komunikasi Antarpribad*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

K. Yin, Robert. (2013). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo

Persada

Mangunhardjana, A. (1986). *Pembinaan Arti dan Metodenya*. Yogyakarta: Kanisius.

Mulyana, D. (2015). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Prayitno dan Belferik Manullang. (2010). *Pendidikan Karakter dalam Pembangunan Bangsa*. Sumatera Utara: Lembaga Penerbit Universitas Negeri Medan.

Ruslan, R. (2017). *Manajemen Public Relations & Media komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

### Jurnal

Hasan, F. (2018). Peranan Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Merdeka Madiun. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 19(1), 1–18.

Laksana, S. D. (2015). Urgensi Pendidikan Karakter Di Sekolah. *Journal.Stitaf.Ac.Id*, 5(1), 1–18. <https://journal.stitaf.ac.id/index.php/endeikia/article/view/19>

Ranu, E. S. H. dan M. E. (2014). Membangun Citra SMK Melalui Peran Dan Strategi Humas (Studi Kasus SMK Negeri 1 Sooko Mojokerto). *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 2(2), 1–16.

### **Sumber Internet**

<https://pmpk.kemdikbud.go.id> (Diakses tanggal 27 November 2020 pada pukul 22:50 WIB)

<Publikasi.data.kemdikbud.go.id> (Diakses tanggal 27 November 2020 pada pukul 22:41 WIB)