



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS SMKN 3 YOGYAKARTA DALAM MENJALIN KEMITRAAN DENGAN DUNIA USAHA DAN DUNIA INDUSTRI

Dwi Riska Alfiyanti
5211711181

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas SMKN 3 Yogyakarta dalam menjalin kemitraan dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DU/DI). Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya tingkat pengangguran lulusan SMK yang menunjukkan adanya kesenjangan antara pendidikan kejuruan dengan kebutuhan industri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Humas SMKN 3 Yogyakarta dalam membangun kemitraan dengan DU/DI meliputi tiga tahapan utama, yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, Humas melakukan pemetaan kebutuhan sekolah dan menyusun proposal program kerja sama yang relevan. Tahap pelaksanaan difokuskan pada pemilihan industri yang linier dengan jurusan di sekolah, serta pelaksanaan pendistribusian pesan. Tahap evaluasi dilakukan dengan mengukur efektivitas program. Strategi komunikasi yang efektif ini berkontribusi pada peningkatan kualitas lulusan, Penelitian ini memberikan manfaat akademis sebagai referensi pengembangan strategi komunikasi humas di bidang pendidikan, serta manfaat sosial dalam meningkatkan pemahaman pentingnya kerjasama antara sekolah dan industri dalam mendukung kualitas pendidikan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas, Kemitraan

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY OF SMKN 3 YOGYAKARTA IN ESTABLISHING PARTNERSHIP WITH BUSINESS AND INDUSTRY

*Dwi Riska Alfiyanti
5211711181*

This study aims to analyze the communication strategy implemented by Public Relations of SMKN 3 Yogyakarta in establishing partnerships with the Business World and Industry (DU/DI). The background of this study is based on the high unemployment rate of SMK graduates which indicates a gap between vocational education and industry needs. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of interviews and documentation. The results of the study indicate that the communication strategy of Public Relations of SMKN 3 Yogyakarta in building partnerships with DU/DI includes three main stages, namely planning, implementation, and evaluation. At the planning stage, Public Relations maps school needs and prepares relevant cooperation program proposals. The implementation stage focuses on selecting industries that are linear with the majors in the school, as well as implementing message distribution. The evaluation stage is carried out by measuring the effectiveness of the program. This effective communication strategy contributes to improving the quality of graduates. This study provides academic benefits as a reference for developing public relations communication strategies in the field of education, as well as social benefits in increasing understanding of the importance of cooperation between schools and industry in supporting the quality of education.

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations, Partnership*