

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI HUMAS SEKOLAH TINGGI PENERBANGAN INDONESIA (STPI) DALAM MENINGKATKAN CITRA PADA CALON – CALON TARUNA**

Oleh : Quinella Dianingratri

(5 bab + 115 hal + 11 lampiran + 2 Tabel + 6 Gambar + 28 bibl (2002 - 2017))

Sebagai salah satu lembaga pendidikan, tentu STPI selalu berupaya dalam meningkatkan kualitas STPI agar dapat terus meningkatkan citra yang baik tentunya terutama pada masyarakat khususnya pada calon – calon Taruna yang akan masuk ke STPI. Hal ini mengingat bahwa persaingan akan maraknya sekolah penerbangan semakin besar. Berdasarkan hal tersebut, tentu diperlukan berbagai upaya serta taktik tersendiri untuk mencapai citra yang diinginkan. Dalam hal inilah dibutuhkan peran humas STPI, sehingga citra yang baik pun dapat terus terjaga. Dengan citra yang positif, para calon Taruna tentunya akan lebih percaya kepada STPI sebagai sekolah perguruan tinggi yang berkualitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi humas Sekolah Tinggi Penerbangan Indonesia (STPI) dalam meningkatkan citra pada calon – calon taruna. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *Circle PR Programming Communication*. Adapun alasan memilih memilih model Circle PR Programming sebagai acuan adalah dikarenakan, peneliti menganggap model ini merupakan model yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu citra.

Metode yang digunakan adalah Metode kualitatif deskriptif, dimana subjek penelitiannya terdiri dari 1 *key informan* dan 2 *informan*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis data Model Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi merupakan suatu hal yang wajib untuk dilakukan oleh Humas STPI pada saat melakukan program kegiatan dalam meningkatkan citranya. Program kegiatan lebih menekankan pada meningkatkan citra yang baik serta publikasi yang terus dijalankan secara berkelanjutan. Media yang digunakan beragam dan mengikuti perkembangan dari sasaran itu sendiri. Komunikasi yang dibangun juga dilakukan dengan baik secara langsung yaitu tatap muka dan tidak langsung yaitu melalui publikasi di media.

***Kata kunci : Strategi Humas, PR Programming, Citra***

## **ABSTRACT**

### **THE STRATEGY OF PUBLIC RELATION INDOONESIAN AVIATION HIGH SCHOOL IN IMPROVING IMAGES IN PROSPECTIVE TARUNA CADETS**

**By: Quinella Dianingratri**  
**2015210078**

(5 chapters + 115 pages + 11 attachments+ 2 Tables + 6 Pictures + 28 bibl (2002 - 2017))

*As one of the educational institutions, of course STPI always strives to improve the quality of the STPI in order to continue to improve its good image of course especially in the community, especially on prospective cadets who will enter the STPI. This is considering that competition will be increasingly widespread flight schools. Based on this, various efforts and tactics are needed to achieve the desired image. In this case the role of STPI public relations is needed, so that a good image can be maintained. With a positive image, the cadets would certainly trust STPI as a quality college school. The purpose of this study is to find out how the public relations strategy of the Indonesian Aviation College (STPI) in improving the image of prospective cadets. The model used in this study is the Circle PR Programming Communication model. The reason for voters choosing the Circle PR Programming model as a reference is because, researchers consider this model is a model that is in accordance with the objectives to be achieved by researchers, namely the image.*

*The method used is descriptive qualitative method, where the research subjects consisted of 1 key informant and 2 informants. Data collection techniques carried out through observation, interviews, literature study. The data analysis technique used in this study is the Miles and Huberman Model data analysis technique. The results of this study indicate that strategy is something that must be carried out by STPI Public Relations when conducting program activities in improving its image. The program of activities places more emphasis on enhancing a good image and publications that continue to be carried out sustainably. The media used is diverse and follows the development of the target itself. Communication that is built is also done well directly, namely face to face and indirectly through publication in the media.*

**Keywords: PR Strategy, PR Programming, Images**