

# LAMPIRAN



## KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian : STRATEGI MARKETING PUBLIC  
RELATIONS GRAND SONDKORO  
DALAM MEMBANGUN *BRAND*  
*AWARENESS* MELALUI  
INSTAGRAM

Nama Peneliti : Nabila Rizky Grhadhika

NIM : 2021071010

Telp/HP : 085876473064

Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Penelitian di bidang ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi humas SMA Batik 1 Surakarta dalam mempromosikan program unggulan (*International Class*). Oleh karena itu, kuesioner ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam menjelaskan strategi marketing *public relation* yang telah digunakan SMA Batik 1 Surakarta. Data di dalam kuesioner ini adalah semua hasil wawancara kepada staff Humas SMA Batik 1 Surakarta dan penanggungjawab program International Class SMA Batik 1 Surakarta

Kuesioner ini terdiri dari 4 halaman, terdiri dari :

Bagian 1 : Pengantar Kuesioner

Bagian 2 : Identitas Responden

Bagian 3-6 : Kuesioner Penelitian

Jawaban-jawaban atau hasil penilaian keakuratan data yang diberikan akan sepenuhnya digunakan untuk kepentingan penelitian ini dan tidak akan mempengaruhi penilaian apapun tentang diri responden secara pribadi. Oleh karena itu, responden diharapkan menjawab dan memberikan alasan dari seluruh pertanyaan dengan sebenar-benarnya.

### IDENTITAS RESPONDEN 1

NAMA : MULYONO  
PEKERJAAN : HUMAS SMA BATIK 1 SURAKARTA  
PENDIDIKAN : S2 Pendidikan Islam  
USIA : 54 Tahun  
LAMA BEKERJA : 25 Tahun

### IDENTITAS RESPONDEN 2

NAMA : WITRIA KUSUMA DEWI, S.Pd., M.Si  
PEKERJAAN : PENANGGUNGJAWAB PROGRAM  
*INTERNATIONAL CLASS* SMA BATIK  
1 SURAKARTA  
PENDIDIKAN : S2 Manajemen  
USIA : 31 Tahun  
LAMA BEKERJA : 8 tahun

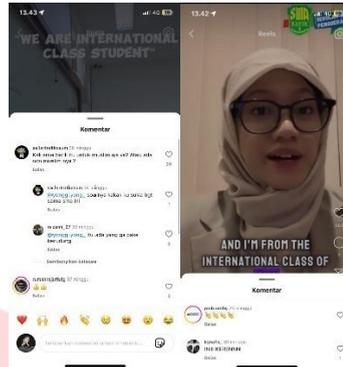
Menurut Kotler (2002) strategi *public relation* dalam mencapai tujuan diantaranya, harus melakukan 3 ways strategy. *Pull strategy* (menarik), *Push strategy* (mendorong), dan upaya terakhir adalah *pass strategy*.

- *Pull strategy* merupakan strategi untuk menarik, menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah yang didasari oleh informasi dan pesan- pesan yang dapat dipercaya, diharapkan dapat menciptakan kesan-kesan positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

1. Apakah strategi untuk menarik masyarakat, yang didasari oleh informasi dan pesan-pesan yang dilakukan humas SMA Batik 1 Surakarta dapat dipercaya?  
- Ya.
2. Bagaimana strategi untuk menarik masyarakat, yang didasari oleh informasi dan pesan-pesan yang dilakukan humas SMA Batik 1 Surakarta dapat

dipercaya?

Jawab: Menggunakan media sosial (Instagram) dengan cara membuat konten berisi informasi beserta kegiatan yang didukung oleh alumni dan siswa- siswi SMA Batik 1 Surakarta.



Humas beserta penanggung jawab (PJ) program *International Class* menyediakan *flyer* dan *company profile* yang diunggah di Youtube SMA Batik 1 Surakarta untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait program *International Class*.



3. Apakah strategi humas SMA Batik 1 Surakarta dalam menciptakan kesan atau

citra positif terhadap program *International Class*?

Ya.

4. Bagaimana strategi humas SMA Batik 1 Surakarta dalam menciptakan kesan atau citra positif terhadap program *International Class*?

Setelah kurang lebih 4 tahun membuka program kelas internasional, SMA Batik 1 Surakarta berkomitmen untuk terus memotivasi siswa agar bisa memiliki wawasan yang luas terkait urgensi melanjutkan studi di luar negeri. SMA Batik 1 Surakarta mengadakan seminar ‘Insight of Studying Abroad’ yang mendatangkan professor dari universitas luar negeri contohnya Universiti Teknikal Malaysia Melaka.



Mengadakan kegiatan ‘Sister-School’ ke Singapore. Program ini bertujuan untuk menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara sekolah dan universitas. Diselenggarakan setahun sekali untuk setiap siswa kelas.

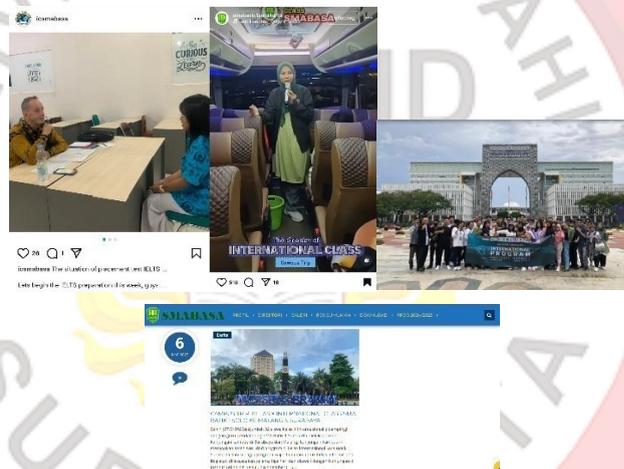


*Push strategy* merupakan strategi untuk mendorong dalam hal pemasaran atau merangsang dalam hal pembelian dan sekaligus dapat memberikan nilai- nilai atau

kepuasan bagi pelanggan yang telah menggunakan produknya.

1. Apakah strategi komunikasi humas SMA Batik 1 Surakarta memberikan nilai-nilai atau kepuasan bagi siswa-siswi program *International Class*? Ya.
2. Bagaimana strategi komunikasi humas SMA Batik 1 Surakarta memberikan nilai-nilai atau kepuasan bagi siswa-siswi program *International Class* ?

Memberikan fasilitas yang tidak didapatkan di program reguler, artinya semua fasilitas yang ada di program reguler sudah pasti didapatkan di program *International Class*. Untuk kelas X ada program *Campus trip* ke dalam negeri dan matrikulasi bahasa Inggris di setiap hari Jumat, kelas XI diberikan fasilitas IELTS preparation. Khusus kelas XII diberikan fasilitas tes IELTS. Kelas XI dan XII juga diberikan fasilitas *Campus trip* ke luar negeri. SMA Batik 1 Surakarta melalui program kelas Internasional memiliki agenda yang mendukung siswa untuk dapat bersosialisasi maupun bersaing di kancah Internasional.



Buku pendampingan atau buku pelajaran yang diberikan semuanya berbahasa Inggris.

3. Apakah strategi komunikasi humas SMA Batik 1 Surakarta mendorong dalam hal promosi program *International Class*? Ya.
4. Bagaimana strategi komunikasi humas SMA Batik 1 Surakarta mendorong dalam hal promosi program *International Class*?

Melakukan penandatanganan MoU kepada *Management and Science University* (MSU) Malaysia dan *Islamic International School Malaysia*. MoU

ini salah satunya bertujuan untuk mempererat hubungan antara SMA Batik 1 Surakarta dengan sekolah dan perguruan tinggi tersebut. Selain itu, dengan penandatanganan MoU ini diharapkan siswa dapat termotivasi untuk belajar baik dalam pertukaran pelajar ataupun melanjutkan kuliah di luar negeri.



Aktif membuat press release pada *website* resmi SMA Batik 1 Surakarta disetiap kegiatan yang dilakukan baik dalam program *International Class* maupun program reguler supaya masyarakat dapat melihat bagaimana program tersebut berjalan dengan sebagaimana mestinya.



5. Apakah strategi humas SMA Batik 1 Surakarta memberikan manfaat kepada siswa-siswi *International Class* melalui program dan fasilitas yang ada? Ya.
6. Bagaimana strategi humas SMA Batik 1 Surakarta memberikan manfaat kepada siswa-siswi *International Class* melalui program dan fasilitas yang ada?

Menciptakan kegiatan Science Olympiad SMABASA. Kegiatan ini merupakan seleksi untuk persiapan peserta yang akan diturunkan pada OSN-K (Olimpiade Sains Nasional Tingkat Kota) 2024 nantinya. Adapun bidang yang diperlombakan yaitu Matematika, Kimia, Fisika, Biologi, Geografi, Ekonomi, Astronomi, Kebumihan, dan Informatika. Sebanyak 190 peserta dari kelas X dan XI kelas reguler maupun kelas internasional berlomba untuk mengukur sejauh

mana kemampuan mereka pada bidang yang mereka pilih.



Membuat e-flyer mengenai informasi *student exchange* dan Memberikan kesempatan kepada siswa-siswi *International Class* melakukan pertukaran pelajar ke luar negeri.



Dengan adanya biaya SPP perbulan yang lebih tinggi dari kelas reguler. SMA Batik 1 Surakarta membebaskan biaya study tour di luar maupun dalam negeri.

*Pass strategy* merupakan strategi sebagai upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui berbagai kegiatan (breakthrough the gate-keepers), dan partisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan

atau tanggung jawab sosial, serta kepedulian terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungan hidup.

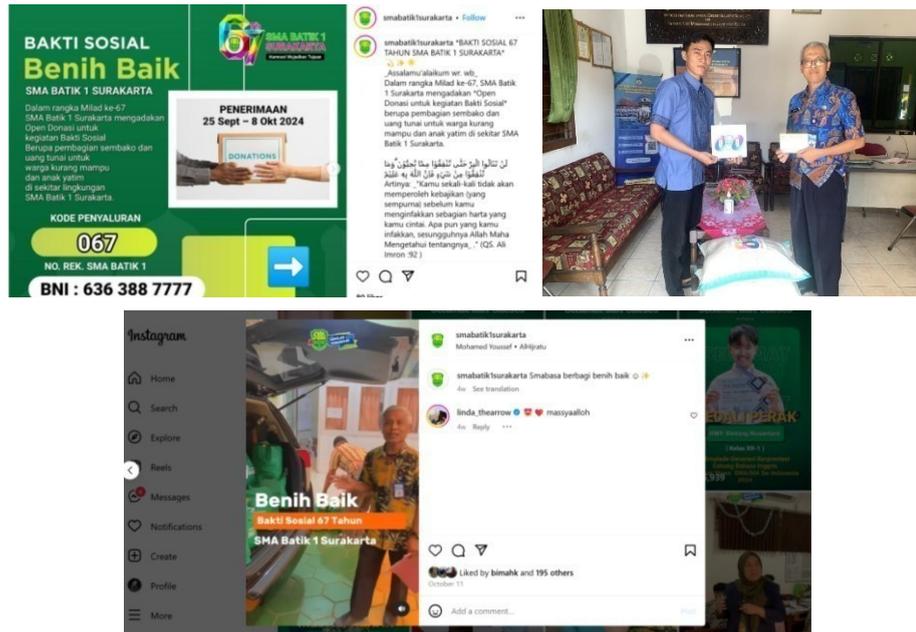
1. Apakah strategi komunikasi Humas SMA Batik 1 Surakarta dalam upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui berbagai kegiatan dalam program *International Class*? Ya.
2. Bagaimana strategi komunikasi Humas SMA Batik 1 Surakarta dalam upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui berbagai kegiatan dalam program *International Class*?

Memberikan konten kehumasan yang berisi aktivitas apa aja yang sedang dilakukan, strategi yang dilakukan adalah dengan mengemas konten tersebut supaya menjadi konten yang menarik sehingga mengundang ketertarikan masyarakat untuk melihat dan semua konten SMA Batik 1 Surakarta bersifat asli atau sesuai dengan fakta.

3. Apakah strategi humas SMA Batik 1 Surakarta melakukan pemasaran *International Class* yang berkaitan dengan kepedulian kondisi sosial dan lingkungan hidup? Ya.
4. Bagaimana strategi humas SMA Batik 1 Surakarta melakukan pemasaran *International Class* yang berkaitan dengan kepedulian kondisi sosial dan lingkungan hidup?

Melakukan target market dengan sekolah swasta supaya bisa melanjutkan ke SMA Batik 1 Surakarta yang notabene merupakan sekolah swasta juga.

Perbaiki kualitas dari dalam, sehingga program *International Class* yang dikemas SMA Batik 1 Surakarta diimbangi dengan kualitas yang sesuai. Melakukan pemasaran dari segi manapun contohnya adalah dengan melakukan bakti sosial karena pada dasarnya secara implisit semua program yang dilakukan SMA Batik 1 Surakarta merupakan bentuk promosi.



Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bersama humas SMA Batik 1 Surakarta yang menyatakan bahwa ”penandatanganan MoU ini salah satunya bertujuan untuk mempererat hubungan antara SMA Batik 1 Surakarta dengan sekolah dan perguruan tinggi tersebut. Selain itu, dengan penandatanganan MoU ini diharapkan siswa dapat termotivasi untuk belajar baik dalam pertukaran pelajar ataupun melanjutkan kuliah di luar negeri.”

Hal ini sudah sejalan dengan hasil wawancara dengan penganggung jawab program *International Class* SMA Batik 1 Surakarta yang menyatakan bahwa:

”SMA Batik 1 Surakarta memberikan konten kehumasan yang berisi aktivitas apa aja yang sedang dilakukan, strategi yang dilakukan adalah dengan mengemas konten tersebut supaya menjadi konten yang menarik sehingga mengundang ketertarikan masyarakat untuk melihat dan semua konten SMA Batik 1 Surakarta bersifat asli atau sesuai dengan fakta. Kemudian upaya lainnya adalah melakukan target market dengan sekolah swasta supaya bisa melanjutkan ke SMA Batik 1 Surakarta yang notabene merupakan sekolah swasta juga. Untuk penunjangnya kami melakukan perbaikan kualitas dari dalam, sehingga program *International Class* yang dikemas SMA Batik 1 Surakarta diimbangi dengan kualitas yang sesuai. Selain itu juga melakukan pemasaran dari segi manapun contohnya adalah dengan melakukan bakti sosial karena pada dasarnya secara implisit semua program yang dilakukan SMA Batik 1 Surakarta merupakan bentuk promosi”

## KUESIONER PENELITIAN

### STRATEGI HUMAS SMA BATIK 1 SURAKARTA DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM UNGGULAN (*INTERNATIONALCLASS*)

Penelitian ini bertujuan untuk menilai seberapa jauh tingkat brand awareness dalam strategi marketing program unggulan *International Class* SMA Batik 1 Surakarta. Jawaban-jawaban atau hasil penilaian keakuratan data yang diberikan akan sepenuhnya digunakan untuk kepentingan penelitian ini dan tidak akan memengaruhi penilaian apapun tentang diri responden secara pribadi. Oleh karena itu, responden diharapkan menjawab seluruh pertanyaan dengan sebenar-benarnya.

1. Nama / Usia

\_\_\_\_\_

2. Apakah anda alumni SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

### ***Pull Strategy***

*Pull strategy* merupakan strategi untuk menarik, menyelenggarakan komunikasi timbal

balik dua arah yang didasari oleh informasi dan pesan-pesan yang dapat dipercaya, dan diharapkan dapat menciptakan kesan-kesan positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

3. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

4. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

5. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

6. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

7. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

8. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

9. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

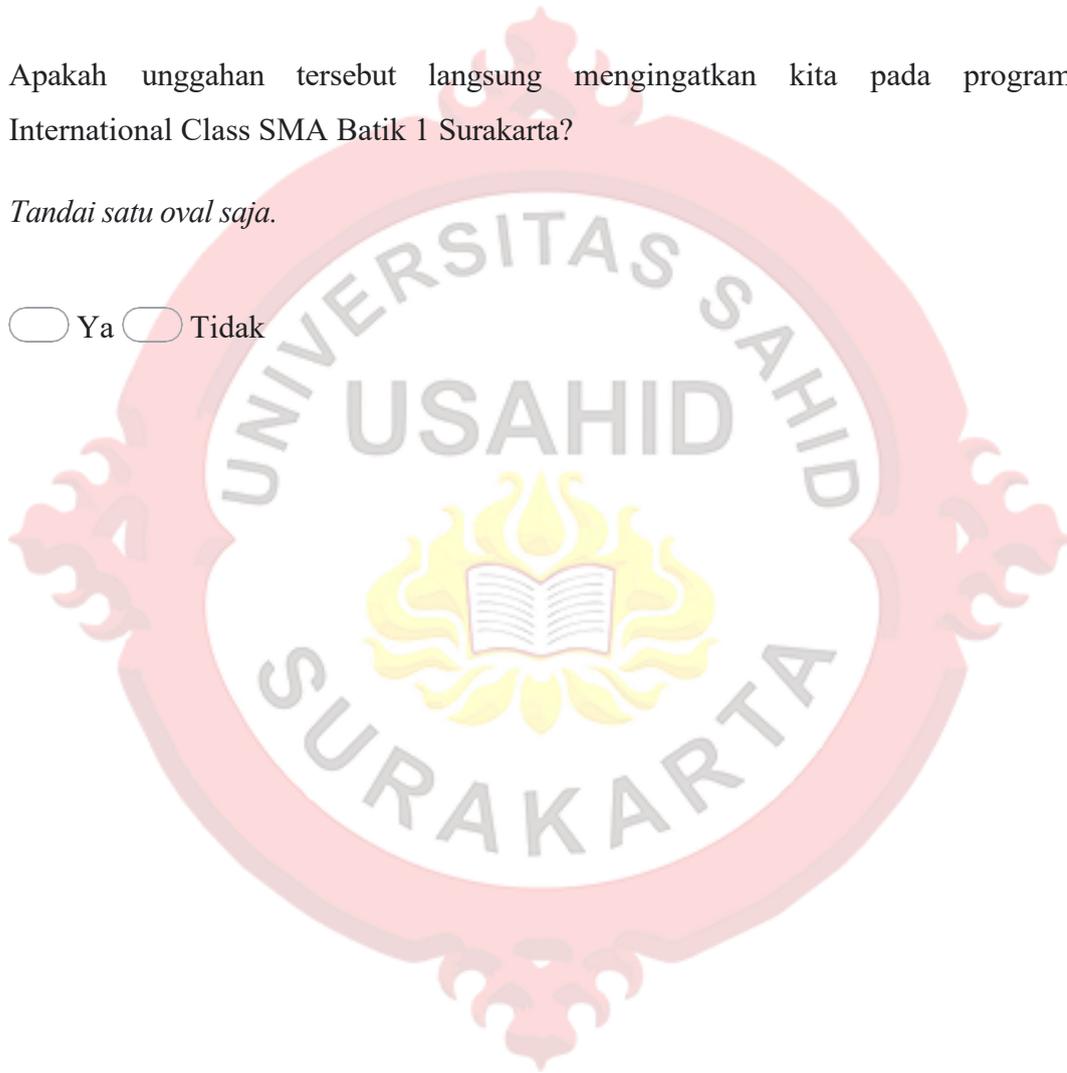
*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

10. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak



11. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

12. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

13. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

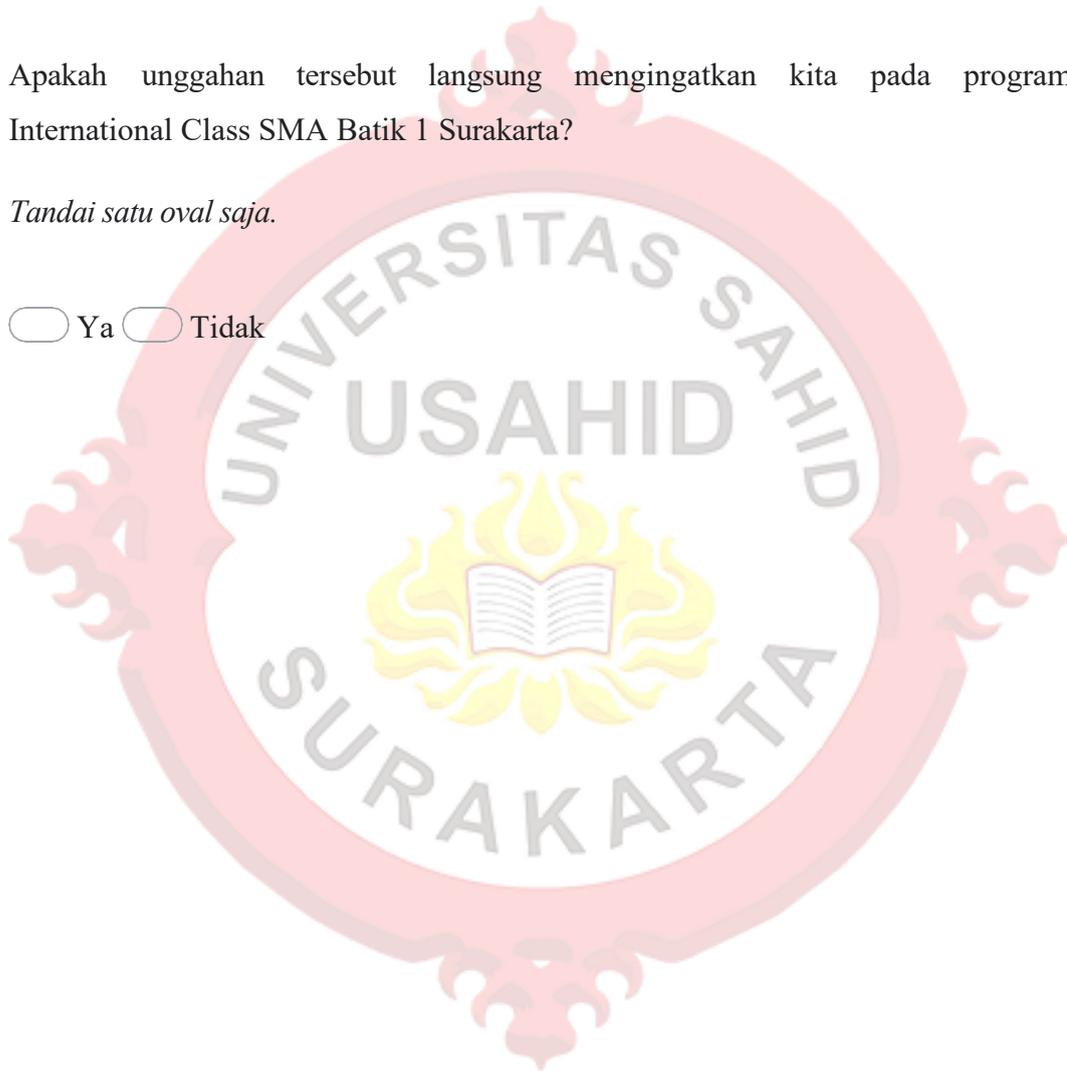
*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

14. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak



15. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

16. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

17. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

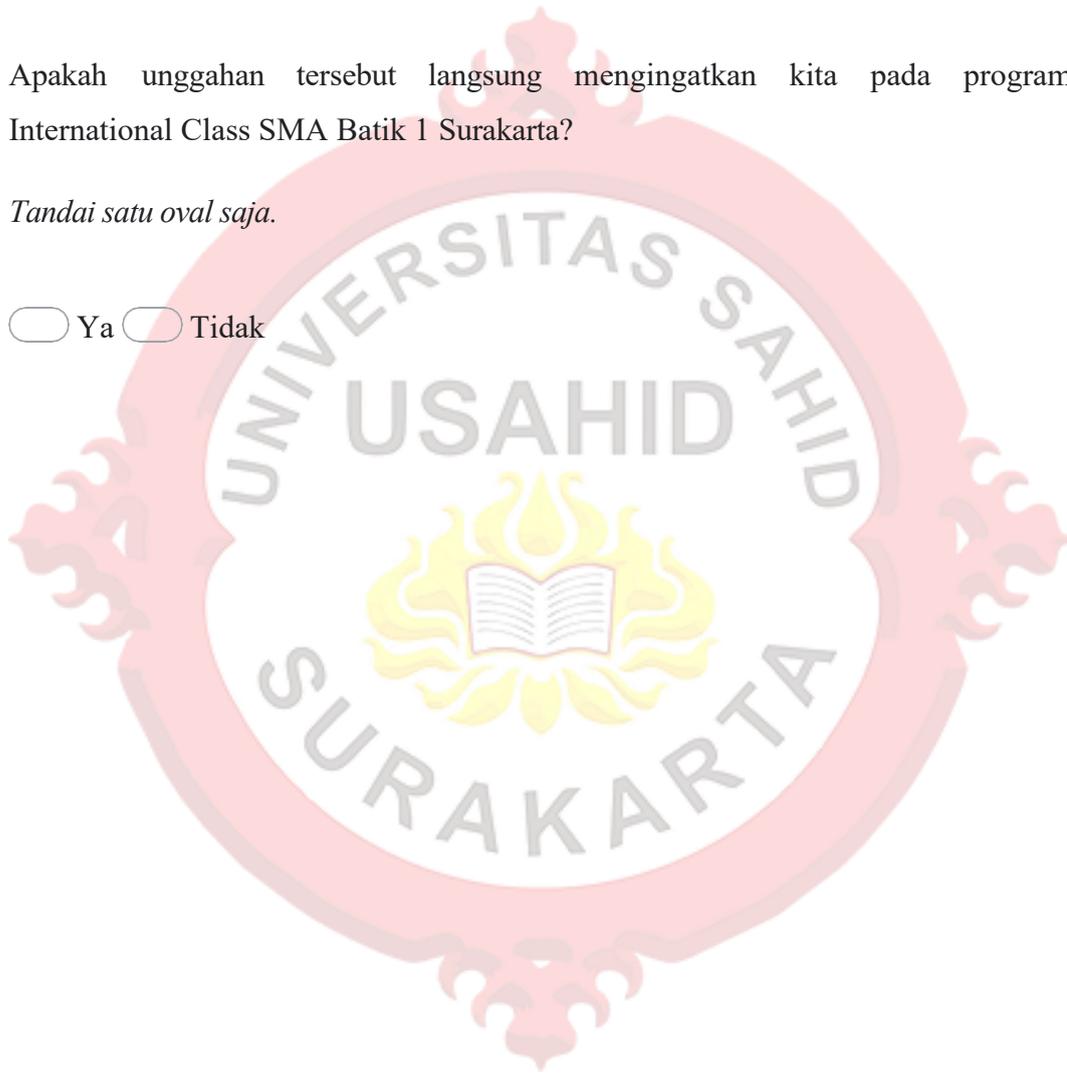
*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

18. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak



19. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

20. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

21. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

22. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

### **Push Strategy**

Push strategy merupakan strategi untuk mendorong dalam hal pemasaran atau merangsang dalam hal pembelian dan sekaligus dapat memberikan nilai-nilai atau kepuasan bagi pelanggan yang telah menggunakan produknya.

23. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

24. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

25. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

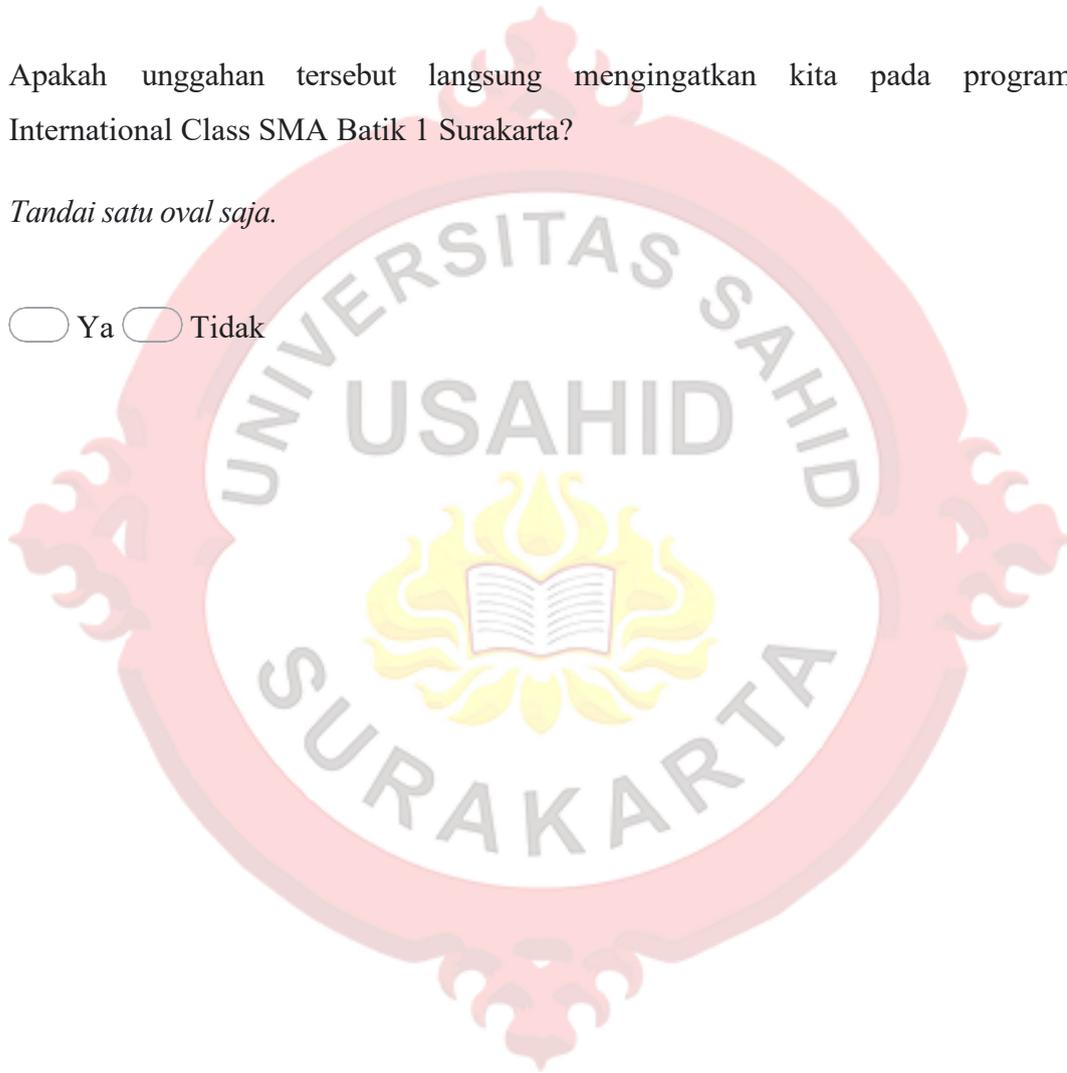
*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

26. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak



27. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

28. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

29. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

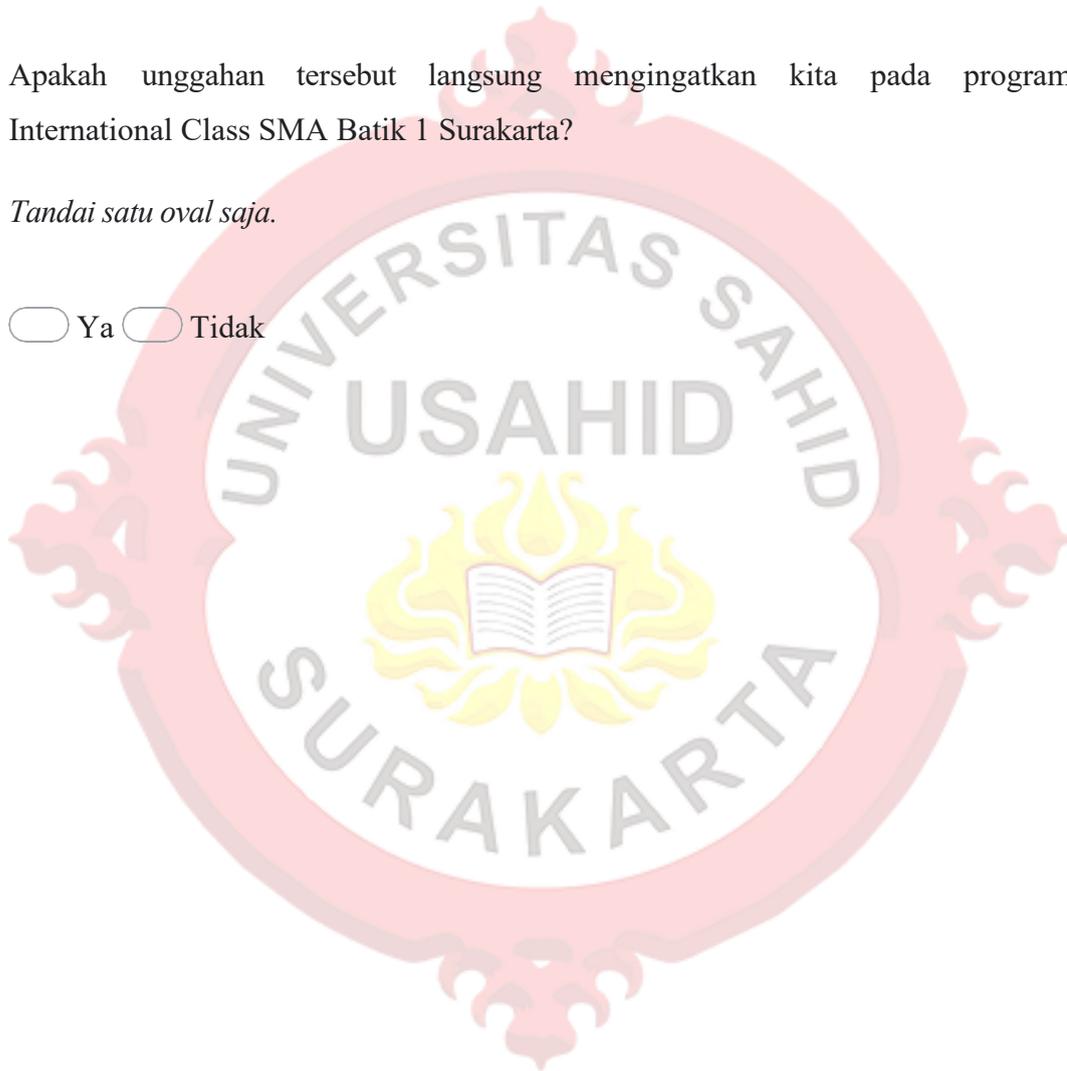
*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

30. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak



31. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

32. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

33. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

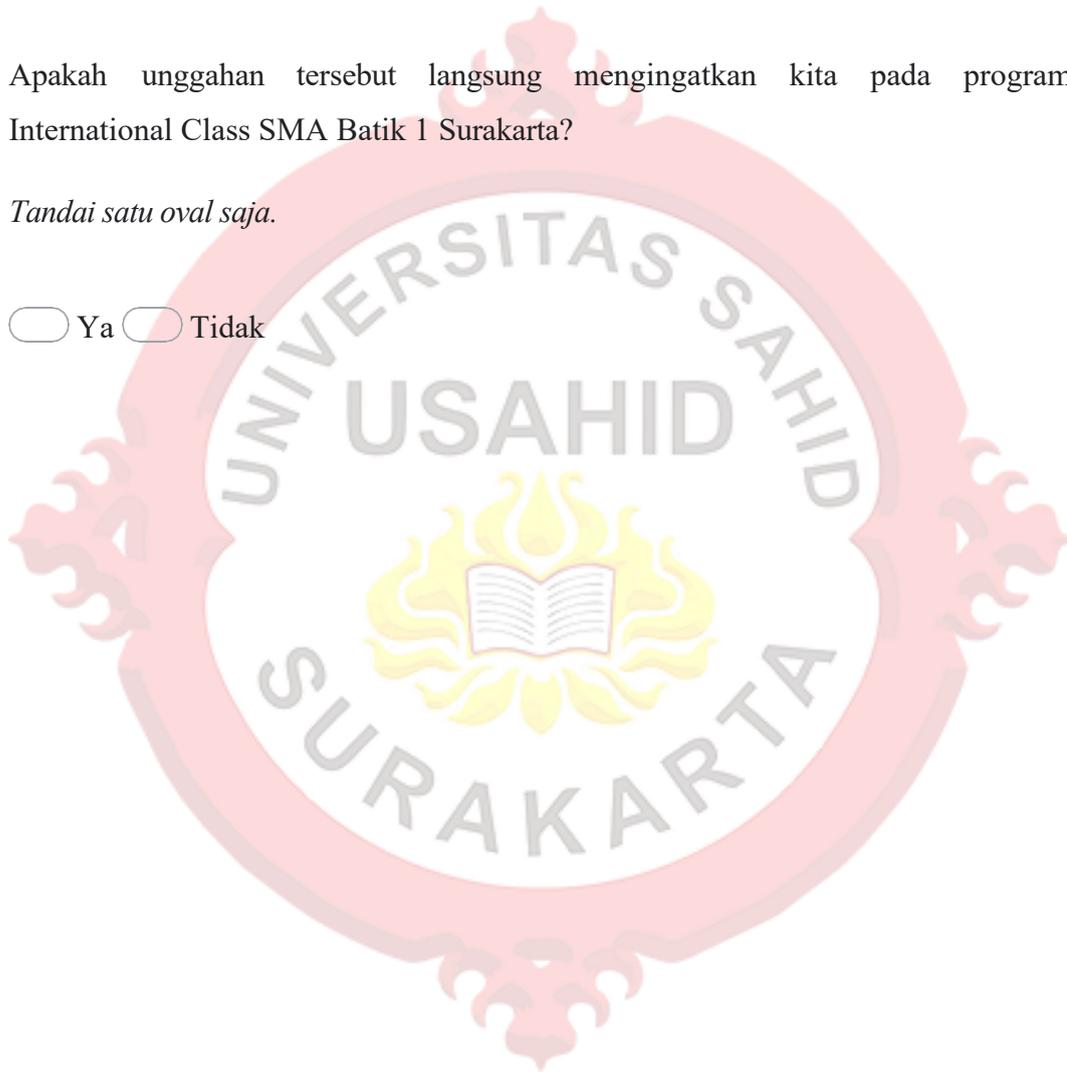
*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

34. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak



35. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

36. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

37. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

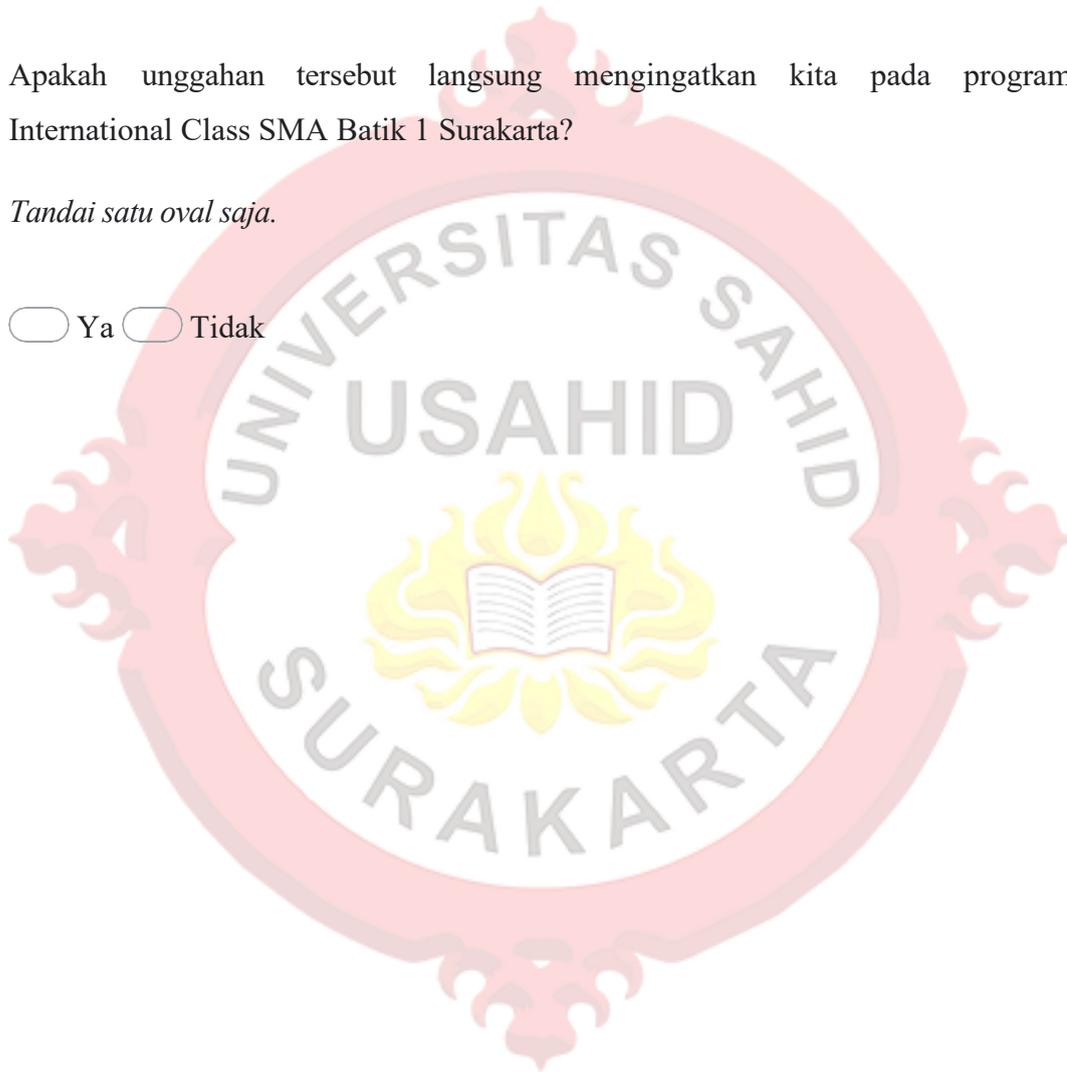
*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

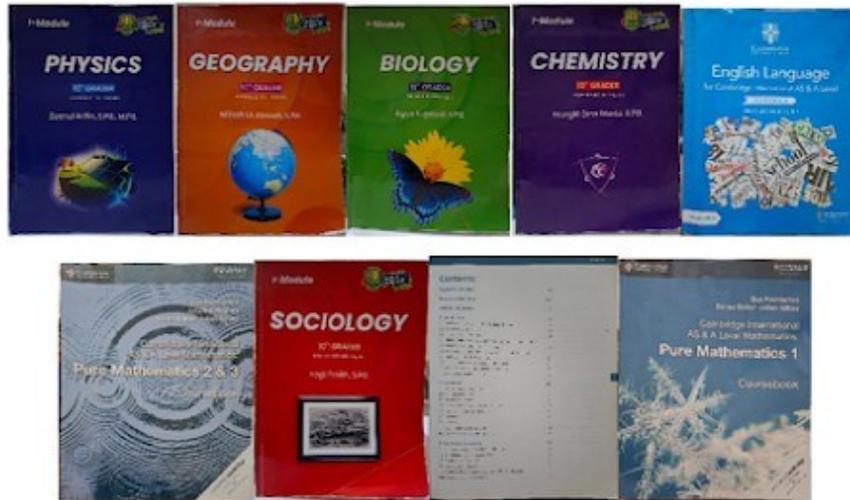
38. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak



39. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



Tandai satu oval saja.

Ya  Tidak

40. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

Tandai satu oval saja.

Ya  Tidak

41. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Opsi 1

42. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Opsi 1

43. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

44. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

45. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

46. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

47. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

48. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

49. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

50. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

### **Pass Strategy**

Pass Strategy merupakan strategi sebagai upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui berbagai kegiatan (*breakthrough the gate-keepers*), dan partisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan atau tanggung jawab sosial, serta kepedulian terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungan hidup.

51. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



Tandai satu oval saja.

Ya  Tidak

52. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

Tandai satu oval saja.

Ya  Tidak

53. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

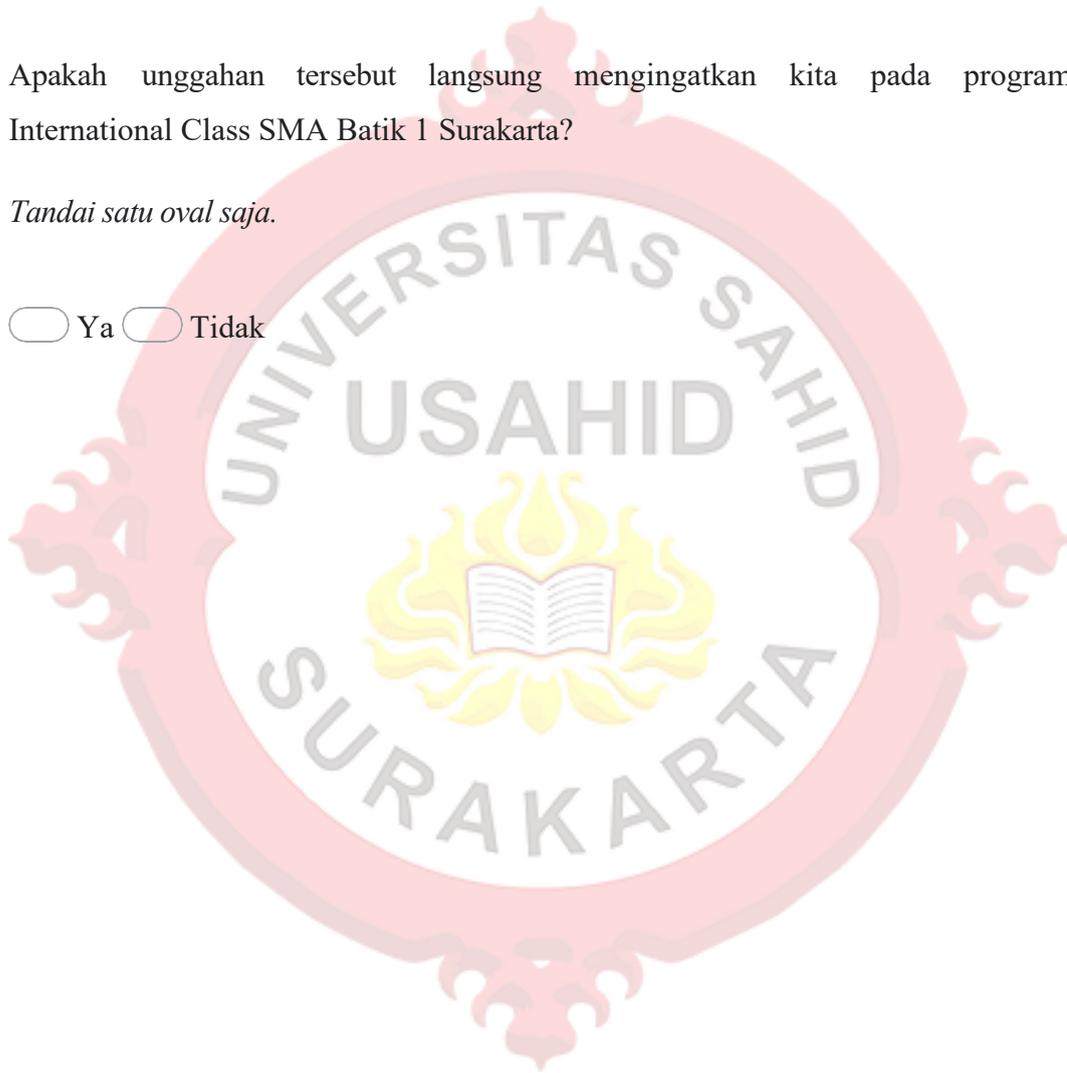
*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

54. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak



55. Apakah melalui unggahan tersebut program International Class SMA Batik 1 Surakarta dapat dipahami?



*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

56. Apakah unggahan tersebut memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

57. Apakah unggahan tersebut tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

58. Apakah unggahan tersebut langsung mengingatkan kita pada program International Class SMA Batik 1 Surakarta?

*Tandai satu oval saja.*

Ya  Tidak

*Langsung ke bagian 5 (All done!).*

**All done!**

Terimakasih sudah meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sudah peneliti berikan, semoga segala kebaikan anda hari ini dibalas dengan 1000 kebaikan lainnya.

---

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google



**FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA, DAN SENI  
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA**

Jl. Adi Sucipto No. 145, Solo 57144, Indonesia  
Tel. +62 - (0)271 - 743493, 743494, Fax. +62 - (0)271 - 742047  
www.usahidsolo.ac.id

Nomor : 403/D/FSHS/Usahid-Ska/X/2024  
Lampiran :  
Perihal : **Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi / Tugas Akhir**

**Kepada Yth.**

**Bapak/Ibu Pimpinan SMA BATIK 1 SURAKARTA**

**Jl. Slamet Riyadi No.445, Surakarta**

Dengan hormat,

Guna memenuhi persyaratan perkuliahan Program S-1 di Universitas Sahid Surakarta, mahasiswa diwajibkan untuk menempuh Skripsi / Tugas Akhir. Dimana perlu diadakannya pengambilan data penelitian di instansi yang terkait dengan bidang keilmuan yang ditekuni.

Dalam rangka melaksanakan kegiatan tersebut, bersama ini kami menyampaikan permohonan ijin bagi mahasiswa kami untuk dapat melakukan pengambilan data penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun data mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

Nama	: <b>Nabila Rizky Grhadhika</b>
Nomor Induk Mahasiswa	: 2021071010
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: STRATEGI HUMAS SMA BATIK 1 SURAKARTA DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM UNGGULAN (INTERNATIONAL CLASS)
Waktu Penelitian	: 4 November 2024 s/d 30 November 2024

Demikian atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami mengucapkan terima kasih.

Surakarta, 23 Oktober 2024

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni



**Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si**  
NIDN. 0602058801



**YAYASAN PENDIDIKAN BATIK SURAKARTA**  
**SMA BATIK 1 SURAKARTA**

Terakreditasi "A"

Jl. Slamet Riyadi 445 Surakarta 57146 Telp: (0271) 710785, 723665, Fax: (0271) 723742  
Website : www.smubatik1-slo.sch.id. E-Mail : smaba1\_solo@yahoo.com



**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 0470/SMA/OBS./L.10/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala SMA Batik 1 Surakarta :

Nama : MOH. SETIO NUGROHO, S.Pd., M.Pd., Ph.D.  
NIP. : 19740130 200701 1 006  
Pangkat / Golongan : Penata Tk. I – III/d  
Jabatan : Kepala Sekolah

dengan ini menerangkan bahwa :

No.	Nama	NIM	Program Studi	Ket.
1	Nabila Rizky Grhadhika	2021071010	Ilmu Komunikasi	

adalah mahasiswa Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di SMA Batik 1 Surakarta pada tanggal 4 November – 16 Desember 2024 guna penyusunan skripsi, dengan judul :

"STRATEGI HUMAS SMA BATIK 1 SURAKARTA DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM UNGGULAN (INTERNATIONAL CLASS)".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.



Surakarta, 16 Desember 2024

Kepala Sekolah,

MOH. SETIO NUGROHO, S.Pd., M.Pd., Ph.D. A

Surat Keterangan Observasi USS 2024 (Nabila Rizky)

## LAMPIRAN FOTO WAWANCARA



V

## BUKU KONSULTASI SKRIPSI / TA



### Universitas Sahid Surakarta

Jl. Adi Sucipto 154, Solo 57144, Indonesia  
Telp. +62 - (0)271-743493, 743494, Fax. +62 - (0)271-742047

#### FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA dan SENI

NAMA : NABILA RIZKY GRHADHIKA  
 NIM : 2021071010  
 PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI  
 JUDUL SKRIPSI / TA : STRATEGI HUMAS SMA BATIK 1 SURAKARTA DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM UNGGULAN (*INTERNATIONAL CLASS*)

CS Dipindai dengan CamScanner

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Kamis, 17 Oktober 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB I	Latar Belakang	1. R
2.	Kamis, 24 Oktober 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB I	Latar Belakang	2. K
3.	Kamis 21, September 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB I	Rumusan Masalah	3. R
4.	Kamis, 28 September 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB I	Tujuan dan Manfaat Penelitian	4. K
5.	Rabu, 13 November 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB II	Penelitian Terdahulu	5. R
6.	Kamis, 14 November 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB II	Tinjauan Pustaka	6. R

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
7.	Jumat, 22 November 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB II	Kerangka Berpikir	7. R
8.	Kamis, 12 Desember 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB III	Metodologi Penelitian	8. R
9.	Jumat, 13 Desember 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB III	Metodologi Penelitian	9. R
10.	Senin, 6 Januari 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB III	Metodologi Penelitian	10. R
11.	Senin, 13 Januari 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB IV	Pembahasan analisis	11. R
12.	Kamis, 23 Januari 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB IV	Pembahasan analisis	12. R
13.	Rabu, 5 Februari 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB IV	Pembahasan Analisis SWOT	13. R
14	Rabu, 28 Februari 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB V	Kesimpulan dan Saran	14. R

Acc ujian  
script

MtWt



V

## BUKU KONSULTASI SKRIPSI / TA



### Universitas Sahid Surakarta

Jl. Adi Sucipto 154, Solo 57144, Indonesia  
Telp. +62 - (0)271-743493, 743494, Fax. +62 - (0)271-742047

#### FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA dan SENI

NAMA : NABILA RIZKY GRHADHIKA  
 NIM : 2021071010  
 PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI  
 JUDUL SKRIPSI / TA : STRATEGI HUMAS SMA BATIK 1 SURAKARTA DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM UNGGULAN (*INTERNATIONAL CLASS*)

CS Dipindai dengan CamScanner



### KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Kamis, 5 September 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB I	Latar Belakang	1. <i>Inis</i>
2.	Kamis, 19 September 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB I	Latar Belakang	2. <i>Inis</i>
3.	Jumat, 18 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB I	Rumusan Masalah	3. <i>Inis</i>
4.	Kamis, 24 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB I	Tujuan dan Manfaat Penelitian	4. <i>Inis</i>
5.	Rabu, 30 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB II	Penelitian Terdahulu	5. <i>Inis</i>
6.	Kamis, 14 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB II	Tinjauan Pustaka	6. <i>Inis</i>

CS Dipindai dengan CamScanner

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
7.	Senin, 2 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB II	Kerangka Berpikir	7. <i>Jni</i>
8.	Kamis, 12 Desember 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB III	Metodologi Penelitian	8. <i>Jni</i>
9.	Jumat, 13 Desember 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB III	Metodologi Penelitian	9. <i>Jni</i>
10.	Selasa, 7 Januari 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB III	Metodologi Penelitian	10. <i>Jni</i>
11.	Senin, 13 Januari 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB IV	Pembahasan analisis	11. <i>Jni</i>
12.	Kamis, 23 Januari 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB IV	Pembahasan analisis	12. <i>Jni</i>
13.	Kamis, 30 Januari 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB IV	Pembahasan Analisis SWOT	13. <i>Jni</i>
14	Jumat, 14 Februari 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom., M.I.Kom	BAB V	Kesimpulan dan Saran	14. <i>Jni</i>

CS Dipindai dengan CamScanner

