

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. *STELLA MARIS INTERNATIONAL EDUCATION* DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI KEGIATAN *ENTREPRENEUR STUDENT LEARNING PRESENTATION* DAN *STUDENT LEARNING CONFERENCE*

Agustinus Balapira Kolin¹

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur

Email: louseagustino38@gmail.com/

ABSTRACT

This study aims to determine how entrepreneur activities student learning presentation and student learning conference are implemented by Public Relations of PT Stella Maris International Education to increasing company's image. The background of this research is decreasing of company image because of public entrusted. Image theory from Jeffkins and Self Presentation from Edward Jones are using by researcher to increase company image. This is a qualitative research method. The collection of data obtained through non participation observation, in-depth interviews conducted on Key Informant and Informants. Data obtained through library research and documentation of entrepreneurs activities student learning presentation and student learning conference. Research results obtained by the authors, shows the entrepreneurs activities student learning presentation and student learning conference strategy are increase company's image. The conclusion is entrepreneurs activities student learning presentation and student learning conference are very important to gained public trust and changes their perception about Stella Maris International Education image. Theoretical suggestions for company, which is expected to be the best school of future entrepreneurs are always open communications and gives more information with parents as company's public about entrepreneurs program. Practical advice Public Relations division should make new entrepreneurs innovations in services that are different from the others schools so that the funeral can be easily recognized and remembered by the public.

Keywords : *Entrepreneur, Image, Strategy, Student Learning Presentation, Student Learning Conference*

PENDAHULUAN

Strategi, penting bagi setiap perusahaan. Dengan adanya strategi, perusahaan dapat menyusun, mengontrol dan menilai setiap tindakan atau program kerja perusahaan. Strategi juga dapat memudahkan perusahaan untuk mengukur hasil serta meminimalisasi akibat-akibat negatif yang dapat terjadi dari semua tindakan tersebut. Dengan kata lain, melalui strategi yang telah direncanakan perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan bersama. Untuk dapat mencapai tujuan bersama, strategi tersebut dikomunikasikan kepada semua pihak. Strategi yang khas atau berbeda

merupakan cara yang dilakukan perusahaan untuk berkompetisi dengan perusahaan sejenis dalam menarik minat atau perhatian publik, karena perhatian publik dibutuhkan perusahaan untuk menggiring publik membentuk citra sesuai dengan yang diinginkan. Citra PT. *Stella Maris International Education* berkembang baik dan mendapat pengakuan publik. Melalui sekolah *Stella Maris Internasional* yang dikelolanya, perusahaan mendapat apresiasi positif dari publik. Tahun 2004, mendapat sertifikat ISO 9001-2000 untuk sistem manajemen mutu terbaik. Tahun

¹ Mahasiswa Konsentrasi Broadcast Journalism, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta

² Dosen Pembimbing

2007 mendapat penghargaan MURI sebagai sekolah pertama yang mendapatkan sertifikat ISO. Tahun 2009 mendapat penghargaan MURI untuk 2 kategori yaitu *The biggest FU Chinese Character* dan *The Most Variety Activation Medicine*. Tahun 2010 meraih *Best Franchise Category Education Business* dan MURI *Breaking Records "The Most Flute-Making*. Pada 2011 meraih *"The Best Education of The Year"* oleh *ASEAN Business Award* "(www.stella-maris.sch.id). *Student learning presentation* dan *student learning conference* adalah strategi yang digunakan oleh *Public Relations PT. Stella Maris International Education* untuk meningkatkan citra perusahaan. Citra perusahaan menurun karena publik mulai kurang percaya terhadap *Stella Maris International School* sebagai salah satu sekolah yang dikelola oleh *PT. Stella Maris International Education*. Sikap kurang percaya publik muncul karena isu-isu yang kurang menguntungkan, misalnya *Stella Maris* adalah sekolah Katolik yang mahal, *Stella Maris* hanya untuk etnis Cina serta isu dominan tentang program *entrepreneur* yang dianggap hanya sebagai produk bisnis tanpa nilai pengajaran. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana "Strategi *Public Relations PT. Stella Maris International Education* dalam

TEORI

Ada dua teori yang digunakan untuk membahas penelitian ini yakni teori Citra menurut Frank Jeffkins dan Tipologi Presentasi Diri menurut Edward Jones. Menurut Jeffkins, citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan atau pengalamannya. Citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta atau kenyataan (dalam Ardianto, 2011:62). Lima jenis citra menurut Jeffkins: citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*current image*), citra yang diharapkan (*wish image*), citra perusahaan (*corporate image*), citra

Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Kegiatan *Entrepreneur Student Learning Presentation* dan *Student Learning Conference*". Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui "bagaimana Strategi *Public Relations PT. Stella Maris International Education* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Kegiatan *Entrepreneur Student Learning Presentation* dan *Student Learning Conference*". Manfaat teoritis penelitian ini adalah untuk memperkaya bidang kajian penelitian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam penelitian yang berkaitan dengan strategi *Public Relations* dalam meningkatkan citra perusahaan melalui kegiatan *entrepreneur*. Manfaat praktis bagi *PT. Stella Maris International Education* adalah dapat melibatkan orang tua dalam membuat kebijakan *entrepreneur* untuk meningkatkan citra perusahaan. Manfaat bagi universitas adalah universitas dapat mendorong mahasiswa-mahasiswi *Public Relations* melakukan kajian penelitian yang berkaitan dengan strategi *entrepreneur*. Sedangkan manfaat bagi peneliti adalah membantu peneliti untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh *Public Relations PT. Stella Maris International Education* dalam meningkatkan citra sekolah yang berbasis *entrepreneur*.

majemuk (*multiple image*). (Jeffkins, 2015:20-23). Edward Jones mengatakan strategi presentasi menggunakan atribut atau simbol tertentu agar pihak lain mengenal atau memperlakukan perusahaan sesuai dengan atribut atau simbol yang digunakan (dalam Kriyantono, 2014:220). Lima tipologi strategi presentasi diri Edward Jones : strategi *ingratiation* (menyenangkan orang lain), strategi *self-promotion* (promosi diri), strategi *exemplification* (sebagai contoh), strategi *supplication* (*self-handicapping*) dan strategi *intimidation* (dalam Kriyantono, 2014:220-221)

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma *Postpositivism*

Penelitian ini menggunakan paradigma *postpositivisme*. Salim mengatakan bahwa paradigma *postpositivism* merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan-kelemahan *positivism* yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. (Salim, 2006:70).

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif disebut juga pendekatan subjektif. Menurut Mulyana, "Pendekatan subjektif mengasumsikan bahwa pengetahuan tidak mempunyai sifat yang objektif dan sifat yang tetap, melainkan bersifat interpretatif" (Mulyana, 2013:33)

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Menurut Rahmat, penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi, mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, serta menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. (Rahmat, 2009:25). Bodgan

Definisi Konseptual

Public Relations. *Public Relations* merupakan seni dan ilmu pengetahuan sosial yang dapat dipergunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensinya menasihati para pemimpin organisasi dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani baik kepentingan organisasi maupun kepentingan publik atau umum.

dan Biklen berpendapat, karakteristik penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Penelitian kualitatif melakukan analisis data secara induktif (dalam Sugiyono, 2012:13)

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah PT. *Stella Maris International Educations* sedangkan objek penelitian ini adalah strategi *Public Relations* PT. *Stella Maris International Education*.

Key Informan dan Informan

Ruslan mengatakan "*Key informan* adalah orang utama yang merupakan kunci yang diharapkan untuk menjadi narasumber dalam suatu penelitian (*key person*)" (Ruslan, 2003:267). *Key informan* dalam penelitian ini adalah Ibu Monica N. Soeherlan yang merupakan *Head of Marketing and Public Relations* di PT. *Stella Maris International Education*.

Menurut Effendy, *informan* adalah seseorang atau sekelompok orang yang mengalami peristiwa yang berkaitan dengan masalah penelitian. *Informan* mempunyai fungsi sebagai pendukung informasi dalam suatu penelitian (dalam Ruslan, 2003:269) Ada tiga informan dalam penelitian ini yakni Ibu Christina Syah sebagai *Preschool Principle*, Ibu Meyta Felycia sebagai *Public Relations staff* dan Ibu Georgia Natalia sebagai peserta kegiatan *entrepreneur* sekaligus orang tua siswa.

Strategi. Cara atau taktik dalam melakukan sesuatu untuk memenangkan persaingan baik jangka pendek maupun jangka panjang dengan cara yang sudah dipersiapkan dengan baik.

Citra. Kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.

Entrepreneur/ kewirausahaan. Sebuah proses disiplin dan sistematis dalam menerapkan kreativitas dan inovasi

terhadap kebutuhan, problem dan peluang pasar.

Student Learning Presentation. Sebuah kegiatan melatih dan menanamkan jiwa dan nilai *entrepreneurship* pada anak usia dini di *Preschool Stella Maris International School* dengan memberikan kesempatan kepada setiap anak didik untuk membuat sebuah hasil karya pribadi sesuai keinginan atau *hobby* mereka dan mempresentasikan proses serta hasil karya tersebut di depan umum dan menawarkan karyanya untuk dibeli oleh publik.

Student Learning Conference. Sebuah kegiatan melatih dan menanamkan jiwa

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono, teknik pengumpulan data adalah "Teknik atau cara-cara yang dapat dipergunakan periset untuk mengumpulkan data" (Kriyantono, 2010:95). Ada data primer dan data sekunder. Data primer adalah data utama, data kunci atau data prioritas yang diperoleh peneliti dari sumber utama selama melakukan penelitian. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan *key informan* dan *informan*. Data sekunder menurut Kriyantono, "Data yang diperoleh dari sumber kedua atau diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk seperti tabel, grafik, diagram, gambar, dan sebagainya sehingga menjadi informatif bagi pihak lain" (Kriyantono, 2010:42). Data sekunder dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan berupa buku sebagai sumber bacaan dan literatur serta dokumentasi berupa foto atau gambar-gambar kegiatan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian terdiri dari pengategorian, pentabulasian, ataupun pengkombinasian kembali bukti-bukti untuk menunjuk proposisi awal suatu

dan nilai *entrepreneurship* pada anak usia dini di *Preschool Stella Maris International School* dengan memberikan kesempatan kepada setiap anak untuk mempresentasikan semua hasil belajar berupa tulisan, karya dan hasil kreativitas lain. Semua hasil belajar telah disiapkan di setiap pojok atau *corner* dengan *subject corner: science, math, art and craft, language and computer*. Kegiatan ini melibatkan kedua orang tua yang hanya berperan sebagai pendengar.

penelitian. Peneliti juga berpikir dengan membuat kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan dan membuat temuan-temuan umum, dengan membuat kesimpulan. Selain itu, peneliti juga melakukan identifikasi satuan unit yaitu mengidentifikasi bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian ini dilakukan di PT. *Stella Maris International Education*, Cluster Vatican 8a, Gading Serpong, Tangerang, Banten. Waktu penelitian selama tiga bulan yakni dari bulan Februari sampai bulan April 2017.

Validitas Data

Validitas data dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode triangulasi data yakni triangulasi sumber dengan membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda dan triangulasi metode dengan mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Kegiatan *Entrepreneur Student Learning Presentation* dan *Student Learning Conference* berhasil menambah jumlah murid, pengajar dan karyawan sehingga dibuka beberapa kelas baru. Citra PT. *Stella Maris International Education* bergeser dari citra umum sebagai sekolah Katolik yang mahal menjadi *wish image* atau citra yang diharapkan sebagai *school of future entrepreneur*.

Analisa Teori

Teori Citra Frank Jefkins

Frank Jefkins mengatakan bahwa citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan atau pengalamannya. Citra adalah kesan yang diperoleh berdasarkan pengetahuan dan pengertian seseorang tentang fakta-fakta dan kenyataan (dalam Ardianto, 2011:62). Citra yang ada pada PT. *Stella Maris International Education* adalah *wish image* atau citra yang diharapkan. Citra ini diinginkan oleh pihak manajemen. Citra yang diharapkan biasanya lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada. Citra umum Stella Maris adalah Sekolah Katolik yang mahal sedangkan citra yang diharapkan manajemen adalah *Stella Maris International School* sebagai *school of future entrepreneur*. Kegiatan perusahaan atau sekolah baik berupa kurikulum yang berbasis *entrepreneur* diarahkan oleh manajemen untuk membentuk persepsi internal dan eksternal untuk tujuan tersebut. Dalam berbagai aktivitas dan kerjasama seperti seminar, *gathering*, *open house* atau *event* baik di sekolah maupun di tempat-tempat umum seperti Sumarecon Mall, Lippo Mall, Alam Sutra Mall dan *Living World*, atau kerjasama dengan akademi atau institusi yang berbasis *entrepreneur* seperti: *Asia One School Management Consultant*, *MarkPlus Institute Of Marketing (MarkPlus & CO)*, *President University* serta *Inti College*, manajemen perusahaan selalu memperkenalkan bahwa

Stella Maris International School adalah *school of future ntreprenuers*.

Tipologi Presentasi Diri Edward Jones

Ada dua strategi presentasi diri yang dilakukan oleh PT. *Stella Maris International Education* sebagai *school of entrepreneurs* yakni: strategi *self-promotion* dan strategi *exemplification*. Strategi *self-promotion* (promosi diri) digunakan oleh perusahaan yang ingin diimpresikan sebagai organisasi yang berkompeten. Perusahaan atau organisasi menampilkan prestasi yang dicapai atau hal-hal baik yang telah dilakukan oleh perusahaan dan penghargaan yang telah diterima oleh organisasi atau perusahaan karena prestasinya. *Stella Maris International School* ingin dikenal sebagai sekolah *entrepreneur* yang berkompeten dan terkemuka di Indonesia. Untuk maksud tersebut, PT. *Stella Maris International Education* mengadakan kerjasama dengan berbagai lembaga pendidikan dan institusi terkemuka untuk memublikasikan prestasi serta penghargaan perusahaan atau sekolah dalam bidang *entrepreneur* kepada publik. Publikasi itu dilakukan melalui media televisi, majalah, internet, sosial media serta berbagai kegiatan *entrepreneur* yang terbuka untuk umum. Strategi ini dilakukan agar publik mempunyai kesan bahwa Stella Maris merupakan *the best school of entrepreneur* dan kesan itu membuat citra PT. *Stella Maris International Education* meningkat di mata publik. Prestasi dan penghargaan yang telah diterima Stella Maris sebagai hasil dari *self-promotion* adalah: "*The Best Education of the Year*" pada acara *ASEAN Business and Company* tahun 2011, sertifikat Standarisasi ISO 9001:2000 untuk Manajemen Sistem Pendidikan dan Pengembangan Kurikulum Kreatif 2004, penghargaan MURI sebagai sekolah pertama di Indonesia yang menerapkan standarisasi ISO 9001:2000 dalam Manajemen Sistem Pendidikan, menjalin kerjasama dengan *Asia One School Management Consultant* pada April 2016, kerjasama dengan *MarkPlus Institute Of Marketing (MarkPlus & CO)*, kerjasama

dengan *President University* dan *Inti College*, tahun 2009, membuka tiga sekolah baru di Pantai Indah Kapuk, Jakarta Utara di Talang Banjar, Jambi dan di Cikupa serta meraih penghargaan *Brand Awareness, Brand Image & Brand Sustainability* pada Anugerah Brand Indonesia 2017 “*over 10 Years of Excellence*” dari *Trans N Co Research* pada tanggal 8 Mei 2017. Strategi *self-promotion* atau promosi diri juga dilakukan dengan memperkenalkan *brand* sekolah sebagai *school of future entrepreneur*. *Brand* itu ada atau tertera di logo perusahaan maupun semua sekolah yang dikelola oleh PT. *Stella Maris International Education*, di *website, email, facebook, twitter, instagram, youtube*, pin maupun *id card* yang selalu dipakai oleh setiap karyawan, kendaraan antar jemput karyawan dan *students* serta pada seragam sekolah dan buku, majalah atau alat tulis yang diproduksi oleh PT. *Stella Maris International Education*. Dengan memperkenalkan *brand* tersebut maka

perusahaan berharap publik mengenal *Stella Maris International School* sebagai *school of future entrepreneur*. Melalui strategi *exemplification*, *Stella Maris International School* menampilkan *entrepreneur* sebagai fokus pembelajaran di sekolah. *Stella Maris* menjadikan dirinya sebagai sebuah contoh sekolah dengan menerapkan program *entrepreneur*. Dengan menerima penghargaan sebagai *the best school of the year* pada tahun 2011, *Stella Maris International School* mendemonstrasikan kemampuan *entrepreneur* melalui berbagai kegiatan. Selain itu dengan nilai-nilai pengajaran yang berbasis *christian values*, *Stella Maris* menanamkan nilai cinta kasih dan kejujuran dalam diri setiap siswa atau siswi. Dengan nilai-nilai ini, *Stella Maris International School* merupakan contoh sekolah yang menggabungkan nilai *entrepreneurship* dengan religi secara seimbang.

Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang peneliti hadapi di dalam penelitian ini adalah terbatasnya waktu dan data yang diperoleh. Sedangkan kelemahan penelitian ini adalah peneliti tidak terlibat secara langsung pada proses dan kegiatan *entrepreneur student learning presentation* dan *student learning conference* yang dilakukan oleh *Public Relations Stella Maris International Education*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan *entrepreneur student learning presentation* dan *student learning conference* dilakukan untuk meningkatkan citra PT. *Stella Maris International Education* yang turun akibat publik kurang percaya dan curiga terhadap program *entrepreneur* yang dinilai hanya merupakan praktek bisnis perusahaan. Peningkatan citra perusahaan terjadi setelah terjadi pergeseran opini negatif publik menjadi positif sehingga perusahaan kembali

dipercaya. Proses mengubah opini negatif publik dilakukan dengan mengajak publik (orang tua) terlibat aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan *student learning presentation* dan *student learning conference*. Citra yang berhasil dimiliki oleh PT. *Stella Maris International Education* adalah *wish image* atau citra yang diharapkan. Citra ini terbentuk karena keinginan manajemen untuk menampilkan *Stella Maris International* sebagai *school of future entrepreneur*. *Public Relations* berhasil menggeser pandangan publik tentang *Stella Maris International Education* yang dikenal adalah sebagai sekolah Katolik yang mahal dan mayoritas siswanya adalah etnis Tionghoa dengan melakukan kegiatan *entrepreneur student learning presentation* dan *student learning conference*. Citra positif yang diperoleh PT. *Stella Maris International Education* diperoleh melalui strategi presentasi diri *self-promotion* atau promosi diri menjadi sekolah *entrepreneur* dengan

menampilkan berbagai prestasi dan penghargaan yang dilakukan atau diterima perusahaan serta strategi *exemplification* yaitu ingin dikenal dan dijadikan contoh sebagai sekolah *entrepreneur* dengan mendirikan lima sekolah berbasis *entrepreneur*.

Saran Teoritis

Penelitian tentang strategi berbasis kegiatan *entrepreneur* untuk meningkatkan citra perusahaan, dapat menjadi sebuah subjek atau objek pembelajaran bagi ilmu komunikasi khususnya *Public Relations*. Selain itu, strategi Tipologi Presentasi Diri Edward Jones dapat dipakai sebagai dasar

teori dalam penelitian Ilmu Komunikasi khususnya program *Public Relations*.

Saran Praktis

PT. *Stella Maris International Education* melalui *Stella Maris International School* dapat lebih aktif lagi mengajak orang tua sebagai publik untuk terlibat dalam kegiatan *entrepreneur* di berbagai unit sekolah. *Public Relations PT. Stella Maris International Education* lebih aktif, kreatif dan maksimal dalam menyampaikan informasi berkaitan dengan kegiatan *entrepreneur* kepada publik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdjani, Hadiono. 2015. *Ilmu Komunikasi:Proses & Strategi*.Tangerang:Indigo Media.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Dollinger, Marc. 2003. *Entrepreneurship:Strategies and Resources.Third edition*.New York:Prentice Hall.
- Jeffkins, Frank. 2015. *Public Relations:Edisi Kelima*. Jakarta:Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group.

_____,2014. *Teori Publik Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Morissan. 2010. *Manajemen Public Relations:Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta:Kencana Prenada Media.

Mukarom, Zainal, Wijaya Muhibudin. 2015. *Manajemen Public Relations:panduan efektif pengelolaan hubungan masyarakat*. Bandung:Pustaka Setia.

Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif.Paradigma Baru Ilmu*

Komunikasi Dan Ilmu Sosial lainnya. Bandung:Remaja Rosdakarya.

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Jakarta: Kencana.

Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial: Edisi Kedua*.Yogyakarta : Andi.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumber Lain

www.stella-maris.sch.id