

Strategi *Public Relation* dalam Menjaga Eksistensi Lembaga Pendidikan Islam di Era Milenial

Aldo Redho Syam

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email: aldoredho@umpo.ac.id

Abstract: Public relations is one part of Islamic education institutions that are planned and deliberately formed to foster and develop Islamic education institutions continue to get the response and sympathy of the people who have a direct interest in Islamic educational institutions. Thus, the development of public relations in the millennial era is very much needed in maintaining the existence of Islamic education institutions, especially competition between educational institutions is very tight and competitive. And by developing public relations, it is expected to be able to achieve the goal of a relationship between Islamic education institutions and a harmonious society and can improve the educational process in Islamic educational institutions in a productive, effective, and efficient manner, so as to produce quality graduates.

Keywords: *Strategy, Public Relations, Existence, Development, Millennial Era.*

Pendahuluan

Dalam lembaga pendidikan Islam yang telah memiliki sistem yang mumpuni sudah barang tentu adanya saling ketergantungan antara lembaga pendidikan Islam dengan lingkungannya. Lembaga pendidikan Islam pada era milenial ini, sudah selayaknya memiliki pengembangan bagian *public relation*, hal ini dikarenakan program pengembangan ini, nantinya dapat menjadi jembatan penghubung antara dua atau bahkan lebih banyak lagi kelompok/elemen masyarakat, untuk mengakui dan membantu kemajuan lembaga pendidikan Islam yang ada di lingkungannya.

Keberadaan bagian *public relation* di era milenial ini, juga harus di perkuat dengan berbagai macam kegiatan yang dapat mendukung keberhasilan dari bagian *public relation*, dan disinergikan dengan tujuan dan sasaran bagian *public relation* yang telah direncanakan pada awal pembentukannya, serta disesuaikan dengan potensi-potensi sumber daya manusia yang telah ada, dan kemampuan pendanaan yang dimiliki oleh lembaga pendidikan Islam, sehingga nantinya dapat menunjang dan mendukung akan pengembangan lembaga pendidikan Islam dalam menjamin keberhasilan pendidikan dan pengajarannya.

Setelah program pengembangan bagian *public relation* telah tersusun dengan baik, akan muncul pertanyaan, “apakah di setiap madrasah sekitar kita sudah memiliki program bagian *public relation*, sebagai penunjuk arah jalan dalam penyusunan dan pengembangan program lembaga pendidikan Islam di masa yang datang, sekaligus sebagai jembatan komunikasi antara lembaga pendidikan Islam dengan lingkungannya?”; “Benarkah beberapa kelemahan dan ketertinggalan lembaga pendidikan Islam selama ini, diakibatkan belum mengembangkan bagian *public relation*, secara efektif dan efisien untuk mendukung stabilitas dan eksistensi lembaga pendidikan Islam?”; Apakah program bagian *public relation* belum dilaksanakan dengan baik, sehingga berdampak terhadap

lembaga pendidikan Islam, dimana semakin hari, semakin menurun animo masyarakat dalam menggunakan jasanya untuk mencerdaskan generasi penerus bangsa Negara Indonesia atau dikarenakan lembaga pendidikan Islam telah mengalami kekalahan dalam bersaing dengan sekolah negeri maupun swasta yang lebih tertata dan terorganisir dengan baik?

Pertanyaan yang telah dikemukakan diatas, sebenarnya mengarah kepada hal pengembangan bagian *public relation* dalam mendukung kemajuan lembaga pendidikan Islam, terlebih di era milenial ini, dimana citra lembaga pendidikan Islam sangatlah bergantung dari bagaimana bagian *public relation* memberikan informasi kepada lingkungannya, baik secara verbal maupun non-verbal. Bagian *public relation* juga merupakan iklan berjalan bagi lembaga pendidikan Islam dalam mempromosikan lembaga pendidikannya di masyarakat, dan bagian *public relation* juga mata mata dalam mencari informasi tentang lembaga pendidikannya di lingkungannya, serta mampu menjalin hubungan yang harmonis antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat al-Hujarat, Ayat: 10, yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ (10)

Artinya: Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat (10).

Ayat diatas menjelaskan bahwa bagian *public relation* haruslah mampu untuk membangun konsep persaudaraan dalam kehidupan bersama dan memperbaiki hubungan antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, serta mendamaikan apabila terjadi perselisihan antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat. Bagian *public relation* juga seyogyanya bersikap bijaksana dan selalu merasa bersaudara dengan masyarakat yang ada disekitar lembaga pendidikan Islam dan selalu berusaha berdamai dan mendamaikan lembaga pendidikan Islam dan masyarakat. Dengan cara ini diharapkan terciptanya hubungan yang harmonis, dalam mencapai tujuan yang hendak dicapai lembaga pendidikan Islam.¹

Jika hubungan lembaga pendidikan Islam dan masyarakat terjalin dengan baik, maka akan berdampak pada meningkatnya partisipasi masyarakat dalam memajukan lembaga pendidikan Islam. Agar tercipta hubungan yang baik antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat tersebut, bagian *public relation* perlu mengetahui gambaran akan kondisi dan situasi yang jelas tentang lembaga pendidikannya yang akan diinformasikan kepada masyarakat. Gambaran lembaga pendidikan Islam ini dapat diinformasikan melalui laporan; penerbitan surat kabar, buletin, dan majalah; pameran lembaga pendidikan Islam; *open house*, dan kunjungan ke rumah masyarakat (orang tua siswa); dan penyiaran melalui radio, youtube, facebook, instagram, *website*.²

¹ Andi Zuchairiny, *Human Relations dalam Perspektif Islam*, Jurnal Hunafa, Vol. 5, No. 2, Agustus 2008, 196

² E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, (Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2013), 166

Bagian *public relation* yang baik adalah pendengar yang baik, yang mampu menerima saran dan kritikan dari masyarakat dan menyampaikannya kepada kepala sekolah. Bagian *public relation* yang efektif tidak berarti mempunyai semua jawaban untuk setiap permasalahan yang terjadi di lembaga pendidikan Islam. Bagian *public relation* yang berhasil menggunakan komunikasi untuk membangun hubungan yang kuat dan kokoh dengan masyarakat; dan juga meningkatkan kemampuan berkomunikasi dan keterampilan dalam mendengarkan setiap aspirasi yang datang dari masyarakat, karena bagian public relation pada hakekatnya menghargai umpan balik (*feedback*) dan ide-ide yang diterimanya.³

Bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam merupakan perwakilan dari kepala sekolah dalam menggerakkan masyarakat untuk mau mendukung dan bekerja sama dengan lembaga pendidikan Islam dalam menjalankan program-program unggulan yang ada. Bagian *public relation* juga dituntut untuk mampu membuat peta sosio-kultur masyarakat yang ada di sekeliling lembaga pendidikan Islam, seperti multiparadigma masyarakat tentang madrasah, politik, ekonomi, sosial, keagamaan, nilai-nilai kemanusiaan, pendidikan, budaya dan masih banyak berkaitan dengan masyarakat di lingkungan lembaga pendidikan. Hal ini diperlukan untuk menjaga dan memperbaiki citra lembaga pendidikan Islam di mata masyarakat setempat.

Pembahasan

A. Pentingnya Pengembangan Bagian *Public Relation* di Lembaga Pendidikan Islam

Pengembangan *public relation* pada saat ini, telah dirumuskan dengan berbagai macam cara, tergantung pada lembaga pendidikan Islam yang merancang rumusan tersebut. Perumusan tentang hubungan antara lembaga pendidikan Islam dengan masyarakat, ditangani oleh bagian *public relation*, dimana bagian *public relation* merupakan bagian yang bertanggung jawab untuk memelihara dan mengembangkan hubungan kerjasama yang efisien dalam memberikan informasi dua arah, serta memberikan pemahaman antara pihak lembaga pendidikan Islam dengan masyarakat.⁴ Sebagaimana yang dikemukakan oleh E. Mulyasa bahwa:

“Tujuan utama dalam pengembangan *public relation* di lembaga pendidikan Islam adalah bagaimana meningkatkan pemahaman stakeholder atau masyarakat tentang tujuan dan sasaran yang hendak dicapai oleh lembaga pendidikan Islam. Meningkatkan pemahaman lembaga pendidikan Islam tentang keadaan dan aspirasi masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam, meningkatkan kuantitas dan kualitas bantuan masyarakat dalam kegiatan pendidikan yang diselenggarakan lembaga pendidikan Islam, memberikan kesadaran pada masyarakat dalam mengembangkan pendidikan di lembaga pendidikan Islam di era milenial, memelihara kepercayaan masyarakat terhadap

³ James H Stronge, Holly B. Richard, dan Nancy Catano, *Kualitas Kepala Sekolah yang Efektif*, (Jakarta: PT Indeks, 2013), 107

⁴ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan; Konsep, Fenomena, Dan Aplikasinya*, (Malang: UMM Press, 2010), 31

lembaga pendidikan Islam, mempertanggungjawabkan harapan yang dikehendaki oleh masyarakat kepada lembaga pendidikan Islam, mendukung dan membantu masyarakat dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan dalam meneruskan dan meningkatkan program dan kegiatan yang ada di lembaga pendidikan Islam”.⁵

Bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam pada hakikatnya merupakan salah satu bagian yang berperan dalam membina dan mengembangkan serta mendukung pencapaian tujuan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, terutama dalam hal pendidikan. Oleh karena itu, bagian *public relation* memiliki kewajiban untuk memberikan penerangan tentang tujuan, program, kebutuhan, dan keadaan masyarakat, serta juga harus memahami dengan detail tentang tuntutan dan harapan masyarakat kepada lembaga pendidikan Islam. Dengan artian, bagian *public relation*, memiliki tanggung jawab dalam membina hubungan yang harmonis antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat.⁶

Memang tidak bisa dipungkiri, bahwa masyarakat dan lembaga pendidikan Islam memiliki hubungan yang sangat erat dan saling berperan satu sama lain, terlebih di era saat ini, dimana pemerintah telah mensosialisasikan adanya desentralisasi pendidikan, dimana lembaga pendidikan Islam mempunyai hak dalam mengatur lembaga pendidikannya sendiri. Oleh sebab itu, pengembangan bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam merupakan suatu usaha dalam rangka menjalin hubungan dengan masyarakat yang ada disekitarnya dalam rangka menjaga reputasi yang dimiliki oleh lembaga pendidikan Islam tersebut.⁷ Sebagaimana yang dikemukakan oleh Indhira Hari Kurnia, Djoko Santoso dan Andre Rahmanto, bahwa:

“Respon terhadap pencitraan lembaga pendidikan Islam merupakan perwujudan dari persepsi, realitas dan opini masyarakat dalam membangun reputasi lembaga pendidikan Islam. Tentunya bukan dalam waktu yang singkat, namun pastinya ada berbagai macam peluang, hambatan, tantangan, yang harus dikelola dengan efektif dan efisien. Bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam juga harus mampu berperan dalam menjaga citra lembaga pendidikan Islam dan memberikan gagasan dan ide cemerlang dalam meningkatkan citra dan reputasi lembaga pendidikan Islam di masa yang akan datang dengan menggunakan berbagai macam langkah-langkah yang bermanfaat dalam mencapai citra dan reputasi yang dikehendaki oleh lembaga pendidikan Islam dalam menjaga kepercayaannya dengan masyarakat sekitar”.⁸

⁵ E. Mulyasa, *Standar Kompetensi Dan Sertifikasi Guru*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 178

⁶ E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah; Konsep, Strategi, Implementasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007), 50

⁷ Aldo Redho Syam, Riza Ashari, M. Nizhomun Niam, *Public Relations Management Mi Pesantren Anak Sholeh Baitul Qur'an Gontor Developing Islamic Education Institutions*, *Ettisal: Journal Of Communication*, Vol.3, No.1, Juni 2018, 65

⁸ Indhira Hari Kurnia, Djoko Santoso, Andre Rahmanto, *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah* (Studi Kasus Di SMA Negeri 1 Surakarta), *JUPE-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol.1, No.2, April 2013, 2

Menjaga reputasi dan respon masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam merupakan suatu yang sangat penting untuk dilakukan oleh bagian public relation di lembaga pendidikan Islam, disebabkan adanya keberagaman sosio-kultur yang dimiliki oleh masyarakat sekitar lembaga pendidikan Islam. Tentunya pekerjaan tersebut, bukan suatu hal yang mudah untuk dilakukan oleh bagian public relation lembaga pendidikan Islam, perlu adanya pengetahuan yang detail tentang keberagaman masyarakat tersebut, dengan bersosialisasi dan bersilaturahmi dengan mereka. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Quraish Shihab, bahwa:

“Silaturahmi adalah menghangatkan yang dingin, mencairkan yang beku, dan meluruskan benang kusut. Dengan silaturahmi melalui jalinan hubungan yang baik akan mendatangkan banyak manfaat, sebagaimana disebutkan dalam sebuah hadis yang berbunyi: “Barangsiapa yang ingin diluaskan rezekinya dan ingin dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia selalu menjalin hubungan silaturahmi”.⁹

Dengan adanya silaturahmi yang baik antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dampaknya nantinya dapat meningkatkan reputasi dan respon, serta terciptanya hubungan yang harmonis terhadap lembaga pendidikan Islam di mata masyarakat. Namun, apabila silaturahmi ini tidak berjalan dengan baik, maka ketika bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam ingin mengetahui permasalahan yang terjadi antara lembaga pendidikan Islam dengan masyarakat akan terasa sulit, bagaikan diselimuti oleh awan.¹⁰

Hubungan yang baik, kuat, dan kokoh antara lembaga pendidikan Islam dengan masyarakat semakin penting untuk dicapai pada saat ini, untuk memberikan pemahaman, kesadaran, dan pengetahuan kepada masyarakat akan pentingnya pendidikan. Namun, hal ini tidak akan menjadi penting, jika masyarakat masih kurang pemahaman dan pengetahuan akan penting pendidikan. Apabila hal ini terjadi, maka bagian *public relation* dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, dan aktif dalam menciptakan hubungan yang lebih harmonis antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat dalam memberikan pemahaman dan pengetahuan akan pentingnya pendidikan.¹¹

Untuk merealisasikan hubungan yang harmonis diatas, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam mengembangkan lembaga pendidikan Islam, bagian public relation melakukan hal-hal berikut ini:

1. Mengidentifikasi kebutuhan lembaga pendidikan Islam dan partisipasi masyarakat dalam program dan kegiatan lembaga pendidikan Islam.
2. Menyusun tugas dan program yang dapat dilaksanakan secara bersama-sama dengan masyarakat secara efektif dan efisien.

⁹ Trimanah, Diah Wulandari, *Prinsip Public Relations dalam Ajaran Islam Menurut Persepsi Anggota Perhumas Jawa Tengah*, Mediator: Jurnal Komunikasi, Vol.11, No.1, Juni 2018, 69

¹⁰ Colin Coulson dan Thomas, *Public Relation Pedoman PR*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1990), 32

¹¹ E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah; Konsep, Strategi, Implementasi*, 51

3. Membantu guru dalam pengembangan program yang melibatkan masyarakat (orang tua siswa) dalam berbagai macam kegiatan, terutama dalam kegiatan pembelajaran.
4. Memberikan informasi secara detail tentang kegiatan lembaga pendidikan Islam, dan memberikan peluang bagi masyarakat (orang tua siswa) untuk terlibat dalam kegiatan tersebut.
5. Mengundang masyarakat untuk menjadi partisipan dalam kegiatan yang diadakan lembaga pendidikan Islam.
6. Memberi apresiasi terhadap pelibatan masyarakat dalam berbagai kegiatan yang diadakan lembaga pendidikan Islam.¹²

Pengembangan *public relation* di lembaga pendidikan Islam menjadi amat sangat penting bagi lembaga pendidikan Islam, hal ini dikarenakan bagian *public relation* merupakan bagian yang berfungsi dalam membangun relasi, kepercayaan dan kerja sama antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat. Adapun pengembangan bagian *public relations* dalam berkomunikasi yang baik dengan masyarakat, dapat dikembangkan dalam hal-hal berikut ini, yaitu:

1. Pengembangan bagian *public relations* untuk mampu berinisiatif sebagai sumber dalam menyampaikan pesan-pesannya yang ada di lembaga pendidikan Islam kepada masyarakat (*source*).
2. Pengembangan bagian *public relations* dalam mengaktualkan gagasan dan ide, berupa informasi, ajakan, pesan, pengetahuan, bujukan maupun ungkapan kepada masyarakat (*message*).
3. Pengembangan bagian *public relations* dalam memanfaatkan media, sarana, saluran yang dipergunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan-pesan lembaga pendidikan Islam kepada masyarakat (*channel*).
4. Pengembangan bagian *public relations* dalam membaca dampak dari hal-hal yang disampaikan kepada masyarakat dan mampu menganalisisnya dari dampak positif maupun negatif, tergantung dari persepsi, hambatan, opini, dan tantangan yang diberikan oleh masyarakat (*effect*).¹³

Melalui pengembangan bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam di era milenial ini, diharapkan mampu membangun dan membentuk hubungan kerjasama yang produktif, efektif dan efisien antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dan selalu berusaha untuk melakukan pembinaan dan peningkatan hubungan yang harmonis antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat dalam merealisasikan lembaga pendidikan Islam yang efektif dan efisien.

¹² E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, 170

¹³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 83.

B. Prinsip-Prinsip Dasar Dalam Pengembangan *Public Relation* di Lembaga Pendidikan Islam

Jika dilihat dari tujuan pengembangan *public relation* di lembaga pendidikan Islam, pada dasarnya adalah untuk memelihara hubungan saling pengertian (aspek kognisi), membentuk hubungan saling percaya (aspek afeksi), dan memelihara hubungan saling tolong menolong dan kerjasama (aspek psikomotoris).¹⁴ Dan jika dilihat dari kepentingan lembaga pendidikan Islam, tujuan pengembangan *public relation*, pada dasarnya bertujuan untuk memelihara eksistensi lembaga pendidikan Islam, meningkatkan kualitas pendidikan, dan memperlancar proses pembelajaran, serta mendapat dorongan dan support dari masyarakat atas segala kegiatan yang diperlukan dalam pengembangan dan peningkatan lembaga pendidikan Islam.¹⁵ Untuk mencapai tujuan tersebut, ada beberapa prinsip dasar dalam mengembangkan bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam, antara lain sebagai berikut:

1. Mengetahui apa yang menjadi keyakinan dari bagian *public relation*.
2. Melaksanakan program dan kegiatan pendidikan dengan baik dan selalu menjaga hubungan persahabatan dengan masyarakat.
3. Mengetahui gambaran yang konkrit tentang masyarakat yang ada disekitar lembaga pendidikan Islam.
4. Mengadakan survey mengenai masyarakat yang ada di sekitar lembaga pendidikan Islam.
5. Mempersiapkan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam menjalankan tugasnya sebagai bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam.
6. Menjadi anggota dalam keorganisasian yang ada di masyarakat.
7. Mengadakan kunjungan secara berkala ke rumah-rumah masyarakat terlebih ke rumah orang tua siswa.
8. Melayani masyarakat dengan baik.¹⁶

Dalam proses pengembangan *public relation* di lembaga pendidikan Islam, salah satu prinsip dasar yang paling penting adalah lingkungan organisasi lembaga pendidikan Islam. Secara umum, lingkungan tersebut, dapat dibedakan menjadi lingkungan makro, operasional dan stakeholder, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Lingkungan makro, yaitu lingkungan kemasyarakatan yang didalamnya ada sektor ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan ekologi, yang secara tidak langsung mempengaruhi lembaga pendidikan Islam.
2. Lingkungan operasional, yaitu lingkungan internal lembaga pendidikan Islam yang didalamnya ada bagian-bagian, struktur lembaga pendidikan Islam, budaya lembaga pendidikan Islam, visi, misi, tujuan, sasaran, dan kebijakan.

¹⁴ Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2002), 20-22

¹⁵ Ngalm Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), 189

¹⁶ Tim Dosen Administrasi Pendidikan IKIP Malang, *Administrasi Pendidikan*, (Malang: IKIP Malang Press, 1989), 229-230

3. Lingkungan *stakeholder*, yaitu lingkungan tempat stakeholder diakui dan dihargai hak-haknya oleh lembaga pendidikan Islam.¹⁷

Marno dan Triyo Supriyono, mengemukakan bahwa prinsip dasar dalam mengembangkan bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam, terdiri dari:

1. Analisis, merupakan proses yang dilakukan oleh bagian public relation dalam mengidentifikasi isu-isu yang terjadi di masyarakat berhubungan dengan lembaga pendidikan Islam atau sebaliknya.
2. Komunikasi, merupakan proses yang dilakukan oleh bagian public relation dalam menjaga interaksi antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat.
3. Keterlibatan, merupakan proses yang dilakukan oleh bagian public relation dalam memberikan kontribusi, energi, dan keahliannya serta sumber-sumber lainnya dari masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam, untuk memperoleh kebijakan yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan Islam.
4. Penyelesaian, merupakan proses yang dilakukan oleh bagian public relation dalam memecahkan permasalahan yang terjadi antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dan mengurangi tingkat konflik aktual dan potensial antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat.¹⁸

Untuk dapat mengembangkan bagian *public relation*, lembaga pendidikan Islam harus mampu untuk memahami sifat psikologis individu, kebutuhan sosial, kemanusiaan, dan juga memperlakukan bagian public relation dengan baik. Hal ini disebabkan, inti dari pendidikan yang ada di lembaga pendidikan Islam adalah adanya hubungan berkesinambungan dan kontinyu dalam memberikan *image* yang baik dari lembaga pendidikan Islam terhadap masyarakat, terlebih kepada orang tua siswa.¹⁹ Sebagaimana firman Allah SWT yang menjelaskan hal tersebut, dalam surat Ali Imran, Ayat: 112, yang berbunyi:

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَتَيْنَ مَا تُخْفُوا إِلَّا بِالْجُبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحِجْلٍ مِّنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِّنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقٍّ ۚ ذَٰلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ (112)

Artinya: “Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia, dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. Yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi tanpa alasan yang benar. Yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas (112)”.

Ayat diatas, mengandung makna bahwa bagian *public relation* dalam situasi dan kondisi apapun mereka berada, selalu dibayangi oleh kehinaan, kecuali apabila bagian *public relation* selalu memperbaiki hubungannya dengan Allah SWT, dan dengan pihak

¹⁷ Yosol Iriantara, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Sambiosa Rekatama Media, 2013), 66

¹⁸ Marno dan Triyo Supriyono, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2011), 98-99

¹⁹ Iwa Sukiwa, *Dasar-Dasar Umum Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Transito, 1986), 89

lembaga pendidikan Islam dan masyarakat. Secara kontekstual, bagian *public relation* haruslah selalu menjalankan tugasnya untuk beribadah kepada Allah SWT, namun apabila hubungannya dengan pihak lembaga pendidikan Islam dan masyarakat tidak terjalin dengan baik, bagian *public relation* akan selalu diliputi dengan kehinaan. Maka, penting adanya jika bagian *public relation* selalu menjaga hubungan harmonis dengan pihak lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dan hal tersebut merupakan prasyarat dalam menjaga eksistensi lembaga pendidikan Islam, dan juga merupakan bagian dari ibadah kepada Allah SWT.²⁰

Salah satu kunci keberhasilan dalam membangun hubungan yang harmonis antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, adalah bagian *public relation* yang harus memberikan segenap perhatiannya kepada seluruh kejadian yang terjadi antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dan apa yang dipikirkan masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam. Bagian *public relation* juga dituntut untuk dapat mengembangkan hubungan kerjasama yang baik terhadap masyarakat, dalam mewujudkan lembaga pendidikan Islam yang lebih maju di masa yang akan datang. Hubungan yang harmonis tersebut akan membentuk beberapa hal, yaitu:

1. Terciptanya hubungan saling pengertian antara lembaga pendidikan Islam, masyarakat, dan lembaga-lembaga lainnya, termasuk dunia kerja.
2. Terwujudnya hubungan saling membantu antara lembaga pendidikan Islam, masyarakat, dan lembaga-lembaga lainnya, karena memiliki pemahaman dan pengetahuan akan pentingnya peranan masing-masing.
3. Terbentuknya hubungan kerjasama yang kuat dan kokoh antara lembaga pendidikan Islam, masyarakat, dan lembaga-lembaga lainnya, dan mereka merasa bangga, dan ikut bertanggung jawab atas suksesnya pendidikan di lembaga pendidikan Islam tersebut.²¹

Prinsip dasar dalam mengembangkan *public relation* sangatlah penting, hal disebabkan untuk menentukan pemilihan pekerjaan yang hendak dilakukannya, metode kerja yang akan dihadapinya, menentukan batas-batas pekerjaan yang akan diselesaikan, mempersiapkan spesifikasi pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya, serta melakukan sistem dan besarnya kesejahteraan yang akan didapatkannya dalam rangka meningkatkan efektivitas, produktivitas, efisiensi dalam menyelesaikan pekerjaannya.²² Adapun menurut Fayol, prinsip dasar dalam mengembangkan bagian *public relation*, terdiri dari hal-hal berikut ini, yaitu:

1. Pembagian Kerja, dimana dalam hal ini bagian *public relation* menjadi ahli dalam bidang ini, maka tugas dan kewajibannya akan menjadi efektif dan efisien.
2. Otoritas, dimana dalam hal ini bagian *public relation* dapat memberi tugas kepada segenap komponen yang ada di lembaga pendidikan Islam untuk dapat berkerjasama.

²⁰ Andi Zuchairiny, *Human Relations dalam Perspektif Islam*, Jurnal Hunafa, Vol. 5, No. 2, Agustus 2008, 195

²¹ E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, 166

²² Nanang Fattah, *Landasan Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), 12

3. Disiplin, dimana dalam hal ini bagian *public relation* harus menghormati segala bentuk aturan-aturan yang ada di lembaga pendidikan Islam.
4. Kesatuan arah, dimana dalam hal ini bagian *public relation* dapat mengarahkan pencapaian lembaga pendidikan Islam dalam perencanaan yang terarah dan jelas dalam membantu pengembangan lembaga pendidikan Islam.
5. Pengutamaan kepentingan lembaga pendidikan Islam, dan mengurus kepentingan pribadi bagian *public relation*.
6. Sentralisasi, dimana dalam hal ini bagian *public relation* diberikan tanggung jawab dalam memberikan kebijakan yang hendak diambil oleh pimpinan lembaga pendidikan Islam berdasarkan kejadian yang terjadi di lembaga pendidikan Islam.
7. Hierarki, dimana dalam hal ini bagian *public relation* diberikan kewenangan untuk bergerak dari atas ke bawah, ataupun sebaliknya.
8. Teratur, dimana dalam hal ini bagian *public relation*, meletakkan tanggung jawabnya terhadap lembaga pendidikan Islam dan masyarakat pada waktu dan tempat yang sesuai dengan keadaan dan situasi.
9. Keadilan, dimana dalam hal ini bagian *public relation* haruslah berbuat keadilan dan menjalin keakraban antara pihak lembaga pendidikan Islam dan masyarakat.
10. Inisiatif, dimana dalam hal ini bagian *public relation* diberi kebebasan dalam memberikan gagasan dan ide dalam membuat dan menjalankan perencanaan yang telah dirancangnya.
11. Kesemangatan, dimana dalam hal ini bagian *public relation* mampu meningkatkan kesemangatan untuk menjaga persatuan dan kesatuan antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat.²³

Dengan memahami prinsip dasar dalam mengembangkan bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam, diharapkan bagian *public relation* dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan tujuan yang diharapkan dalam menciptakan hubungan yang baik antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, menciptakan citra dan reputasi yang positif, membangun hubungan saling menghargai, saling timbul pengertian, toleransi antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, serta memunculkan sikap kerjasama yang baik dan berkesinambungan dalam menanggulangi permasalahan yang dihadapi antara kedua belah pihak, tanpa adanya persilihan yang berkepanjangan, yang berdampak kepada kesulitan dalam mengembangkan lembaga pendidikan Islam di masa yang akan datang.

²³ Kadarmansi dan Jusuf Udaya, *Pengantar Ilmu Manajemen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992), 32

C. Strategi Pengembangan *Public Relation* dalam Menjaga Eksistensi Lembaga Pendidikan Islam

Pembaruan pendidikan yang sedang digiatkan oleh pemerintah pada saat ini, sangat menekankan pada relevansi pendidikan. Lembaga pendidikan Islam dibuat lebih relevan dengan lingkungan masyarakat, dan pengembangan kurikulum juga disesuaikan dengan keadaan daerah dan wilayah. Tujuannya agar lembaga pendidikan Islam tidak terisolasi dari masyarakat dan lembaga pendidikan Islam harus diorientasikan kepada kenyataan hidup dan masalah masyarakat. Karena itu hubungan masyarakat dan lembaga pendidikan Islam yang baik harus menjadi perhatian terus menerus dari setiap pimpinan lembaga pendidikan Islam dan komponen yang ada didalamnya.²⁴ Untuk menjaga eksistensi lembaga pendidikan Islam tersebut, maka diperlukan strategi dalam pengembangan bagian *public relation*, agar lembaga pendidikan Islam mampu mendapatkan simpati dari masyarakat, terlebih di era milenial ini, persaingan antar lembaga pendidikan Islam semakin ketat.

Strategi dalam mengembangkan bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam, memiliki pengertian sebagai akal tipu muslihat, dan siasat perang dalam mencapai tujuan yang dikehendaki oleh lembaga pendidikan Islam,²⁵ dengan perencanaan secara menyeluruh dalam mencapai sasaran dan target, walaupun nantinya tidak ada jaminan akan kesuksesannya. Strategi pengembangan bagian *public relation* haruslah memiliki taktik, metode, dan teknik, yang memiliki tujuan terperinci, mudah, dan sempit, seperti komunikasi dibagi menjadi verbal dan non-verbal, dimana komunikasi verbal merupakan problematika dalam hal teknik dan taktik. Strategi pengembangan bagian *public relation* merupakan suatu perencanaan yang disusun dan direncanakan dengan baik dalam mencapai tujuan lembaga pendidikan Islam, yang tidak hanya berfungsi sebagai arah jalan yang menunjukkan teknik operasional.²⁶

Strategi dalam pengembangan bagian *public relation* di era milenial ini merupakan suatu usaha yang telah dirancang dan dirumuskan secara kontinyu, dalam membangun dan menjaga reputasi, citra, dan eksistensi lembaga pendidikan Islam, dan juga menuntut pengakuan terhadap kebutuhan dan keinginan dari masyarakat, serta hubungan umpan balik (kekuatan, kelemahan, peluang, dan sasaran) dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh lembaga pendidikan Islam.²⁷ Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat an-Nahl, ayat: 125, yang berbunyi:

اذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۗ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (125)

²⁴ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan; Konsep, Fenomena, Dan Aplikasinya*, 31

²⁵ Trisno Yuwono, dan Pius Abdullah, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka, 1994), 395

²⁶ Pawit M. Yusuf, *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Internasional*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1990), 73

²⁷ Colin Cousin dan Thomas, *Public Relation; Pedoman Praktis Public Relation*, 3

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (125)”.

Ayat diatas, mengandung makna bahwa strategi pengembangan bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam, haruslah mampu untuk menyerukan, mengajak, dan membina masyarakat dengan selalu berpedoman pada landasan al-Qur’an dan as-Sunnah, dengan cara yang bijaksana; strategi yang digunakan untuk haruslah mampu memberikan bimbingan dan konseling yang baik dan benar kepada masyarakat, selalu mengedepankan pendekatan dengan musyawarah dengan cara baik, dan mengetahui batasan-batasan atas informasi yang disampaikan, karena pada dasarnya kebenaran hanya milik Allah SWT, hanya Allah SWT yang mengetahui siapa yang tersesat dan siapa yang mendapatkan petunjuk.²⁸

Dengan terwujudnya hubungan umpan balik (*feedback*) yang seimbang antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dan dilakukan secara terus menerus, akan menciptakan sebuah hubungan emosional yang baik dari kedua belah pihak. Untuk dapat merealisasikannya, banyak cara yang dapat dilakukan oleh bagian *public relation* dalam menjaga eksistensi hubungan yang baik antara lembaga pendidikan dan masyarakat, yaitu sebagai berikut:

1. Memajukan mutu proses belajar mengajar.
2. Memperkokoh tujuan mutu hidup dan penghidupan masyarakat serta meningkatkannya.
3. Menggarairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan lembaga pendidikan Islam.²⁹

Strategi dalam mengembangkan bagian *public relation* di era milenial, merupakan salah satu alternatif yang harus dipilih oleh lembaga pendidikan Islam untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan Islam, terlebih saat ini persaingan semakin lama, semakin ketat, dan tidak terkendali,³⁰ dan juga merupakan perencanaan dengan skala besar yang berorientasi kepada masa yang akan datang, dalam meraih aspirasi dan dukungan masyarakat.³¹ Strategi pengembangan bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam, sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik secara makro dan mikro, antara lain:

1. Secara makro, strategi pengembangan bagian public relation dipengaruhi oleh kebijakan, dan sosio kultur yang telah terbangun di lembaga pendidikan Islam.
2. Sosio mikro, strategi pengembangan bagian public relation dipengaruhi oleh visi, dan misi lembaga pendidikan Islam dengan sumber daya manusia dan

²⁸ Andi Zuchairiny, *Human Relations dalam Perspektif Islam*, 198

²⁹ E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah; Konsep, Strategi, Implementasi*, 50

³⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, 110

³¹ Agus Maulana, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), 20

sumber daya alam yang ada, dan juga tergantung kepada perencanaan dan program yang telah tersusun, serta tujuan dan sasaran yang hendak dicapai oleh lembaga pendidikan Islam.³²

Dalam menentukan strategi untuk mengembangkan bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam, bagian *public relation* juga membutuhkan dukungan dan dorongan langsung dari pimpinan lembaga pendidikan Islam, agar strategi yang dipilih dan digunakan bagian *public relation* dapat tercapai dengan baik. Untuk melaksanakan strategi tersebut, harus mengupayakan hal-hal berikut ini:

1. Menempatkan bagian *public relation* berdekatan dengan pimpinan lembaga pendidikan Islam, agar bagian *public relation* memahami dengan detail perencanaan, kebijakan, keputusan yang di ambil oleh pimpinan lembaga pendidikan Islam.
2. Bagian *public relation*, dalam memberikan informasi mewakili lembaga pendidikan Islam dapat dipertegas tentang batas-batas wewenang dan tanggung jawab dalam memberikan keterangan.
3. Bagian *public relation* menghadiri setiap rapat dan pertemuan pada tingkat pimpinan lembaga pendidikan Islam agar mengetahui secara langsung dengan tepat tentang latar belakang tujuan dari lembaga pendidikan Islam.
4. Bagian *public relation*, diberi fungsi koordinasi berhubungan secara langsung dan segera dengan pimpinan lembaga pendidikan Islam, tanpa melalui perantara lainnya.
5. Bagian *public relation* bertindak secara proaktif dan dinamis, serta fleksibel sebagai nara sumber dalam mengatur saluran komunikasi, baik ke dalam maupun ke luar lembaga pendidikan Islam.
6. Bagian *public relation* melakukan tindakan mulai dari memonitor, merekam, dan menganalisis, menelaah hingga mengevaluasi setiap reaksi umpan balik.
7. Bagian *public relation* memberikan gagasan, ide, dan rencana program kerjanya untuk menjaga eksistensi lembaga pendidikan Islam, dalam meraih kepercayaan dan simpati masyarakat, serta menjadi jembatan penghubung antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat.³³

Setelah mengetahui beberapa hal yang harus diupayakan oleh bagian *public relation*, diperlukan beberapa pendekatan yang harus digunakan dalam pengembangan bagian *public relation*, agar strategi yang digunakan dapat berjalan dengan baik, yaitu:

1. Pendekatan *persuasive*, dimana dalam hal ini menciptakan umpan balik (*feedback*) dengan memberikan informasi terkait dengan lembaga pendidikan Islam terhadap masyarakat, agar nantinya tercipta hubungan yang saling menghargai, saling memahami, saling mengerti dan saling toleransi dan sebagainya.

³² Agus Maulana, *Manajemen Strategik*, 116-117

³³ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan; Konsep, Fenomena, Dan Aplikasinya*, 28-29

2. Pendekatan tanggung jawab, dimana dalam hal ini menumbuhkan sikap dan prilaku dalam mencapai tujuan dan sasaran yang ingin dicapai oleh lembaga pendidikan Islam melalui bagian *public relation*, namun tidak bersifat mencari keuntungan sepihak saja, akan tetapi mendapatkan keuntungan secara bersama, baik lembaga pendidikan Islam maupun masyarakat.
3. Pendekatan *koordinatif*, dimana dalam hal ini memperluas peran bagian *public relation* di masyarakat, dan mewakili lembaga pendidikan Islam dalam berpartisipasi bersama dengan masyarakat dalam menunjang eksistensi lembaga pendidikan Islam dalam meraih cita-cita yang sesuai dengan yang ditetapkan.
4. Pendekatan kerjasama, dimana dalam hal ini mengupayakan pembinaan hubungan yang baik antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dalam meningkatkan dan mengembangkan kerjasama. Bagian *public relation* merupakan perwakilan dari lembaga pendidikan Islam yang berupaya untuk diterima oleh masyarakat dalam mendapatkan dukungan dan simpatinya, serta memperoleh opini dan perubahan prilaku yang positif dari masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam.³⁴

Sebenarnya, pengembangan bagian *public relation* di era milenial ini merupakan suatu usaha dalam memahami kebutuhan lembaga pendidikan Islam yang tersirat dalam anggaran dasar dan rumah tangga lembaga pendidikan Islam, dalam upaya menuju tercapai visi, misi, dan tujuan lembaga pendidikan Islam. Untuk menentukan strategi dalam mengembangkan bagian *public relation* tersebut, yang akan dilakukan terlebih dahulu adalah:

1. Apa “tujuan” yang hendak dicapai, sesuai dengan perencanaan yang telah diperhitungkan dengan baik oleh pihak-pihak yang terlibat dalam manajemen lembaga pendidikan Islam.
2. “Strategi” apa yang digunakan dan bagaimana yang dipergunakan dalam perencanaannya.
3. Apa saja “program-program” yang akan dilaksanakan dan dijabarkan sesuai dengan langkah-langkah yang telah dijadwalkan.
4. Apa sudah menentukan “anggaran” yang dipersiapkan dalam mendukung program-program bagian *public relation*.³⁵

Selain hal diatas, pengembangan bagian *public relation* di era milenial ini, merupakan serangkaian kegiatan yang cukup luas, dikarenakan program kegiatan yang direncanakan menyangkut keberadaan dan eksistensi dari lembaga pendidikan Islam dan simpati masyarakat, sehingga diperlukan beberapa strategi dalam pengembangan bagian *public relation* tersebut, antara lain:

1. Menentukan terlebih dahulu langkah-langkah yang akan digunakan dalam menyusun kegiatan/program kerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

³⁴ Agus Maulana, *Manajemen Strategik*, 119-121

³⁵ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan; Konsep, Fenomena, Dan Aplikasinya*,

2. Membentuk team/unit berisikan beberapa anggota bagian *public relation*, yang bertanggung jawab dalam menjalankan setiap langkah-langkah yang digunakan.
3. Membuat jadwal pelaksanaan program kerja yang telah disepakati, dan mengurutkan pengaturan waktu setiap langkah-langkah yang digunakan.³⁶

Selain hal diatas, pengembangan bagian *public relation*, menurut M. Daryanto juga terdiri dari beberapa strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan bagian *public relation* dalam menjaga eksistensi lembaga pendidikan Islam terhadap masyarakat di era milenial, antara lain:

1. Memberikan opini dan fakta yang beredar di lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, yang diperoleh dari wawancara, observasi, penelitian, dan sebagainya.
2. Menganalisa menggunakan SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan), menyangkut beberapa permasalahan antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dalam hal masa depan lembaga pendidikan Islam, citra dan reputasi lembaga pendidikan Islam.
3. Seperti hal yang publikasi (baik melalui jurnal, koran, majalah dan sebagainya), berkomunikasi dengan masyarakat dalam memberikan informasi terkait lembaga pendidikan Islam, juga dapat dilakukan dengan memberikan penafsiran sesuai dengan pengetahuan dan pendapat yang apa adanya, untuk memperkuat opini yang telah beredar di masyarakat.³⁷

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam merencanakan strategi pengembangan bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam adalah adanya kecenderungan strategi yang digunakan merupakan cara tunggal yang diberlakukan untuk semua kebijakan, program, dan kegiatan yang dilaksanakan oleh lembaga pendidikan Islam. Padahal yang lebih tepat adalah strategi pengembangan bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam disusun dan dirancang berdasarkan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai oleh lembaga pendidikan Islam. Dalam bagian tertentu juga ditentukan oleh masyarakat mana yang hendak dipenuhi kebutuhannya dan bagian mana dari masyarakat yang hendak dijangkau dalam menjaga eksistensi lembaga pendidikan Islam.

Catatan Akhir

Berdasarkan dari pemaparan di atas dapatlah diambil kesimpulan bahwa; *Pertama*, pengembangan bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam di era milenial ini sangatlah penting, dikarenakan dengan adanya pengembangan dalam hal *source*, *message*, *channel*, dan *effect*, diharapkan dapat menciptakan hubungan yang baik dan harmonis antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dan mampu memberikan pembinaan dan peningkatan terhadap hubungan yang kuat dan kokoh antara lembaga pendidikan

³⁶ James A. F Stoner dan Charles Wankel, *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 131

³⁷ M. Daryanto, *Administrasi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 73-74

Islam dan masyarakat dalam rangka mewujudkan lembaga pendidikan Islam yang lebih maju di masa yang akan datang;

Kedua, prinsip dasar dalam mengembangkan bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam di era milenial, meliputi: a. Mengetahui apa yang menjadi keyakinan dan kepercayaan dari bagian *public relation*, b. Melaksanakan program dan kegiatan pendidikan dengan baik dan selalu menjaga hubungan persahabatan dengan masyarakat, c. Mengetahui gambaran yang konkrit tentang masyarakat yang ada disekitar lembaga pendidikan Islam, d. Mengadakan survey mengenai masyarakat yang ada di sekitar lembaga pendidikan Islam, e. Mempersiapkan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam menjalankan tugasnya sebagai bagian *public relation* di lembaga pendidikan Islam, f. Menjadi anggota dalam keorganisasian yang ada di masyarakat, g. Mengadakan kunjungan secara berkala ke rumah-rumah masyarakat terlebih ke rumah orang tua siswa, dan h. Melayani masyarakat dengan baik;

Ketiga, strategi pengembangan bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam di era milenial, terdiri dari beberapa langkah, upaya, dan pendekatan dalam menjalin hubungan yang baik antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat. Dalam menjaga eksistensi lembaga pendidikan Islam di era milenial, setidaknya diperlukan beberapa strategi dalam mengembangkan bagian *public relation*, antara lain: a. Memberikan opini dan fakta yang beredar di lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, yang diperoleh dari wawancara, observasi, penelitian, dan sebagainya; b. Menganalisa menggunakan SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan), menyangkut beberapa permasalahan antara lembaga pendidikan Islam dan masyarakat, dalam hal masa depan lembaga pendidikan Islam, citra dan reputasi lembaga pendidikan Islam; c. Seperti hal yang publikasi (baik melalui koran, artikel, majalah dan sebagainya), berkomunikasi dengan masyarakat dalam memberikan informasi terkait lembaga pendidikan Islam, juga dapat dilakukan dengan memberikan penafsiran sesuai dengan pengetahuan dan pendapat yang apa adanya, untuk memperkuat opini yang telah beredar di masyarakat.

Daftar Rujukan

- Coulson, Colin dan Thomas (1990), *Public Relation Pedoman PR*, Jakarta: Bumi Aksara.
Daryanto, M (2001), *Administrasi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
Fattah, Nanang (2001), *Landasan Manajemen Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
IKIP Malang, Tim Dosen Administrasi Pendidikan (1989), *Administrasi Pendidikan*, Malang: IKIP Malang Press.
Iriantara, Yosol (2013), *Manajemen Humas Sekolah*, Bandung: Sambiosa Rekatama Media.
Kadarmansi dan Udaya, Jusuf (1992), *Pengantar Ilmu Manajemen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
Kurnia, Indhira Hari, Santoso, Djoko, Rahmanto, Andre. (2013). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus Di SMA Negeri 1 Surakarta). *JUPE-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(2).
Kusumastuti, Frida (2002), *Dasar-Dasar Humas*, Jakarta, Ghalia Indonesia.
Maulana, Agus (1997), *Manajemen Strategik*, Jakarta: Binarupa Aksara.
Marno, Triyo Supriyono (2011), *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*, Bandung: PT. Refika Aditama.

- Mulyasa, E (2007), *Manajemen Berbasis Sekolah; Konsep, Strategi, Implementasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, E (2008), *Standar Kompetensi Dan Sertifikasi Guru*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, E (2013), *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarnain (2010), *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan; Konsep, Fenomena, Dan Aplikasinya*, Malang: UMM Press.
- Purwanto, Ngalim (1995), *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady (2016), *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sukiwa, Iwa (1986), *Dasar-Dasar Umum Manajemen Pendidikan*, Bandung: Transito.
- Stoner, James A. F, dan Wankel, Charles (1993), *Perencanaan dan Pengambilan Keputusan dalam Manajemen*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Stronge, James H, Richard, Holly B, dan Catano, Nancy (2013), *Kualitas Kepala Sekolah yang Efektif*, Jakarta: PT Indeks.
- Syam, Aldo Redho, Ashari, Riza, Niam, M. Nizhomun Niam. (2018). *Public Relations Management Mi Pesantren Anak Sholeh Baitul Qur'an Gontor Developing Islamic Education Institutions*. *Ettisal Journal of Comunication*, 3(1). <http://dx.doi.org/10.21111/ettisal.v3i1.1923>.
- Trimanah, Diah Wulandari. (2018). *Prinsip Public Relations dalam Ajaran Islam Menurut Persepsi Anggota Perhumas Jawa Tengah*. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 11(1). doi:<https://doi.org/10.29313/mediator.v11i1.3171>.
- Yuwono, Trisno, dan Abdullah, Pius (1994), *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Arloka.
- Yusuf, Pawit M (1990), *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Internasional*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Zuchairiny, Anah (2008), *Human Relations dalam Perspektif Islam*, *Jurnal Hunafa*, 5(2).