

MANAJEMEN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN KERJASAMA MADRASAH DENGAN MASYARAKAT

Oleh: Muhammad Muhlis
Dosen STAI Salahuddin Pasuruan

Abstrak

Akhir-akhir ini sering terjadi hubungan yang kurang harmonis antara lembaga pendidikan dengan masyarakat. hal ini jelas disebabkan oleh banyak faktor seperti kurang maksimalnya peran public relations dalam organisasi sehingga timbul kesenjangan hubungan antara Madrasah dengan masyarakat sebagai pelanggan pendidikan yang berdampak pada nilai atau anggapan dan opini masyarakat terhadap image lembaga pendidikan yang kurang baik.

Dalam Manajemen Public Relations dalam Meningkatkan Kerjasama Madrasah dengan Masyarakat ada beberapa tahapan yang harus dilakukan seorang manager meliputi prinsip Manajemen yaitu: Perencanaan, Pelaksanaan dan Evaluasi. Pada tahap Perencanaan manager merumuskan serangkaian kegiatan meliputi: Menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan dengan keputusan-keputusan, Merumuskan keadaan atau kondisi, Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan internal dan eksternal, Mengembangkan rencana strategis. Adapun bidang kerjasama meliputi: kerjasama antara Madrasah dengan orang tua siswa, Pengorganisasian (Organizing) meliputi: penetapan tujuan yang jelas, Terdapat kesatuan arah sehingga dapat terwujud kesatuan tindakan dan pikiran, Terdapat keseimbangan antara wewenang dengan tanggungjawab, Terdapat pembagian tugas atau pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan, keahlian dan bakat masing-masing, Bersifat relatif permanen, dan terstruktur sederhana sesuai kebutuhan, koordinasi, pengawasan dan pengendalian, Terdapat jaminan keamanan pada anggota, Adanya tanggung jawab serta tata kerja yang jelas dalam struktur organisasi, Pelaksanaan (Actuating) yaitu: Adanya suatu tujuan yang hendak dicapai yang dibutuhkan kerjasama, Adanya suatu gagasan/ide yang perlu disebarakan sebagai media dalam mempengaruhi orang lain, sehingga orang tersebut dapat merespon dengan positif, Tersedianya saluran yang dapat menghubungkan sumber informasi dengan penerima informasi, Adanya feedback dari penerima berita, Adanya noises atau gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator, Evaluasi (Evaluating) meliputi: Perbaikan sistem, Pertanggung jawaban kepada pemerintah dan masyarakat, Penentuan tindak lanjut hasil pengembangan.

Kata Kunci: Manajemen Public Relations, Kerjasama Madrasah dengan Masyarakat

A. PENDAHULUAN

Beberapa kajian menunjukkan bahwa kurang adanya suasana harmonis antara lembaga pendidikan dengan masyarakat¹ diantaranya kurang maksimalnya peran *public relations* dalam organisasi. Kesenjangan tersebut berdampak pada nilai atau anggapan dan opini masyarakat terhadap *image* lembaga pendidikan yang kurang baik. Posisi *public relations* dalam lembaga pendidikan dapat mengaktifkan pandangan dan opini publik terkait dengan pendidikan yang dijalankan oleh sebuah *Madrasah* atau lembaga pendidikan.²

Selain itu, terkadang yang menyebabkan bidang *public relations* kurang berjalan baik dalam organisasi adalah karena manajemen yang kurang baik, akibatnya berpengaruh terhadap *image* organisasi. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Sumantra Ghoshal dari Advanced Institute of Management Research (AIM), UK and London Business School menyebutkan bahwa

sekolah-sekolah di Inggris mengalami penurunan yang sangat drastis dalam banyak bidang yang disebabkan manajemen yang kurang baik. Penurunan tersebut disebabkan oleh sebuah teori baru dalam praktiknya di lembaga pendidikan yang disebut dengan “manajemen jahat”³ yang dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap manajemen *Madrasah* yang selama ini diterapkan. Sebenarnya hal ini bisa diatasi, namun pihak *Madrasah* tidak menemukan jalan komunikasi yang baik dengan masyarakat maupun *stakeholder*, sehingga hubungan antara *Madrasah* dengan masyarakat menjadi *miss* (tidak jelas).⁴ Dengan demikian, dapat dipahami bahwa kejelasan informasi yang disampaikan oleh pihak *Madrasah* kepada masyarakat atau sebaliknya berpengaruh terhadap manajemen (pengelolaan) *Madrasah*. Kenyataan tersebut menggambarkan bahwa manajemen dalam *public relations* berpengaruh terhadap sistem kelembagaan pendidikan.

Peran *public relations* dalam organisasi atau lembaga sangat dibutuhkan dalam rangka mempertahankan eksistensi struktur dan

¹ Shahram Gilaninia, et.al., *The Impact of Public Relations Performances on Market Share of Firms: Case Study: Power Battery Manufacturing In Isfahan*, Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business, (Vol.5, No.5, September 2013), hal. 357.

² Kingsley Agyapong, et.al., *Educational Public Relations Functions In Private Tertiary Universities In Ghana*, Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business, (Vol 4, No 11 March 2013), hal. 162.

³ Dalam bahasa Inggris disebut dengan *The Bad Management*

⁴ Sumantra Ghoshal, *Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practices*, Academy of Management Learning & Education, 2005, Vol. 4, No. 1, 75–91.

kualitas kelembagaan.⁵ Masyarakat sebagai *core publik* dan juga merupakan obyek utama dari program kerja *public relations* dalam sebuah kelembagaan (baik organisasi, perusahaan, maupun lembaga pendidikan).⁶ Mengingat kepentingan dan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam, maka setiap lembaga atau organisasi membutuhkan sebuah manajemen humas dalam prosesnya.⁷

peran dan fungsi *public relations* akan maksimal apabila didukung dengan manajemen yang baik. Manajemen yang baik harus melibatkan banyak orang mulai dari membuat analisis lingkungan atau situasi strategis sampai dengan implementasi strategi.⁸ Partisipasi dalam manajemen tidak hanya dari internal organisasi/lembaga, tetapi juga eksternal atau masyarakat yang merupakan konsumen dari sebuah lembaga pendidikan. Karena itu, hubungan

Madrasah dengan masyarakat harus terus dijaga. Berdasarkan paparan di atas, maka penulis perlu untuk mengambil kajian Manajemen *Public Relations* dalam Meningkatkan Kerjasama Madrasah dengan Masyarakat.

B. PEMBAHASAN

1. Pengertian Manajemen Humas

Manajemen berasal dari kata *manus* yang memiliki arti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Kemudian kata itu digabungkan menjadi *managere* yang berarti menangani. Secara bahasa manajemen berarti memimpin, menangani, mengatur atau membimbing. Sedangkan secara istilah manajemen merupakan sebuah proses yang khas dan terdiri dari tindakan-tindakan seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.⁹

Berdasarkan definisi tersebut di atas, dapat dirumuskan bahwa manajemen pendidikan sebagai

⁵ Cdr. Nav. Karadeniz Mustafa, Ph.D. *The Comparison Of Public Relations And Advertisement Activities In A Successful Marketing Management. Which One Should Be In Forefront ?*, (Journal of Naval Science and Engineering, (2009, Vol. 5 , No.2, pp. 43-54), hal. 43.

⁶ Rachmat Kriyantono, Ph.D., *The Situational Theory of the Publics in an Ethnography Research: Identifying Public Response to Crisis Management*, (International Journal of Business and Social Science, Vol. 3 No. 20 (Special Issue – October 2012), hal. 124.

⁷ Rachmat Kriyantono, Ph.D., *The Situational Theory of the Publics in an Ethnography Research: Identifying Public Response to Crisis Management*,... hal. 124.

⁸ Yosol Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relation*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hal. 73.

⁹ Morisan, *Manajemen Publik Relations*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2008),hlm.5.

seluruh proses kegiatan bersama dan dalam bidang pendidikan dengan memanfaatkan semua fasilitas yang ada, baik personal, material, maupun spiritual untuk mencapai tujuan pendidikan.¹⁰ Sedangkan istilah hubungan masyarakat (humas) dikenalkan pertama kali oleh Thomas Jefferson (mantan Presiden Amerika Serikat) pada tahun 1807. Humas pada waktu itu dikaitkan dengan istilah “*foreign relations*” yang berarti hubungan kerjasama luar negeri atau antar bangsa.

Secara etimologis, “hubungan masyarakat” diterjemahkan dari perkataan bahasa Inggris *public relation*, yang berarti hubungan *Madrasah* dengan masyarakat ialah hubungan timbal balik antara suatu organisasi (*Madrasah*) dan masyarakat. Namun, terdapat beberapa teori tentang komunikasi yang dirumuskan oleh beberapa ahli, diantaranya adalah:

a. The British Institute of Public Relations

Suatu upaya untuk membangun dan mempertahankan saling pengertian antara organisasi dan masyarakatnya.¹¹

b. Onong Uchjana Effendy

komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama.¹²

c. Morisan

Ilmu sosial yang dapat digunakan untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, menasihati pemimpin organisasi dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan publik.¹³

d. Suharsimi Arikunto

Fungsi yang khas antara organisasi dengan publiknya atau antara lembaga pendidikan dengan warga di dalam dan masyarakat luar. Masyarakat adalah orang, lembaga, badan pemerintah dan swasta, pasar, toko dan lain sebagainya.¹⁴

10 H. Sufyarma. M, *Kapita Selekta Manajemen Pendidikan*, (Bandung:Alfabeta,2003), hlm.189.

11 Morisan, *Manajemen ...*, hlm.7.

12 Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat : Suatu Studi Komunikasi*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2006), hlm.23.

13 Morisan, *Manajemen ...*, hlm.6.

14 Suharsimi Arikunto, *Manajemen...*, hlm.361.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas manajemen humas adalah suatu komunikasi dua arah antara suatu lembaga dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan serta evaluasi dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Manajemen humas berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi; mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari menyelenggarakan acara *open house* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.

2. Tujuan Manajemen Humas

Tujuan humas adalah untuk memastikan bahwa niat baik dan kiprah organisasi bisa selalu dimengerti oleh pihak lain yang berkepentingan (atau lazim disebut sebagai seluruh “khalayak” atau publiknya). Menurut E. Mulyasa, tujuan utama yang ingin dicapai dengan mengembangkan kegiatan Humas adalah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang

tujuan serta sasaran yang ingin direalisasikan *Madrasah*, meningkatkan pemahaman *Madrasah* tentang keadaan serta aspirasi masyarakat tersebut terhadap *Madrasah*, meningkatkan usaha orang tua siswa dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik serta meningkatkan kuantitas serta kualitas bantuan orang tua siswa dalam kegiatan pendidikan *Madrasah*, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya peran serta mereka dalam memajukan pendidikan di *Madrasah* dalam era pembangunan, terpeliharanya kepercayaan masyarakat terhadap *Madrasah* serta apa yang dilakukan oleh *Madrasah*, pertanggungjawaban *Madrasah* atas harapan yang dibebankan masyarakat kepada *Madrasah*, dukungan serta bantuan dari masyarakat dalam memperoleh sumber-sumber yang diperlukan untuk meneruskan dan meningkatkan program *Madrasah*.¹⁵ Sedangkan menurut T Sianipar dalam bukunya Purwanto meninjau tujuan hubungan masyarakat melalui sudut kepentingan kedua lembaga tersebut, yakni kepentingan *Madrasah* dan

15 E. Mulyasa, *Standar Kompetensi dan Sertifikasi Guru*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 178.

kepentingan masyarakat itu sendiri.¹⁶

Ditinjau dari kepentingan *Madrasah*, penyelenggaraan hubungan *Madrasah* dan masyarakat bertujuan untuk:

- a. Memelihara kelangsungan hidup *Madrasah*
- b. Meningkatkan mutu pendidikan di *Madrasah* yang bersangkutan
- c. Memperlancar proses belajar mengajar
- d. Memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat yang diperlukan dalam pengembangan dan pelaksanaan program *Madrasah*

Sedangkan ditinjau dari kebutuhan masyarakat, tujuan hubungan masyarakat dengan *Madrasah* adalah untuk:

- a. Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama dalam bidang mental spiritual.
- b. Memperoleh bantuan *Madrasah* dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat.
- c. Menjamin relevansi program *Madrasah* dengan kebutuhan masyarakat.
- d. Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkatkan kemampuannya¹⁷

Jadi pada dasarnya tujuan diselenggarakannya manajemen hubungan masyarakat adalah untuk:

- a. Mencegah kesalahpahaman (to prevent misunderstanding)
- b. Mendapatkan hubungan dan bantuan moral maupun finansial yang dibutuhkan bagi pengembangan *Madrasah* (to secure financial support)
- c. Menjalinkan kerjasama dalam pembuatan kebijakan baru (to secure *copparation in policy making*).¹⁸

3. Fungsi Manajemen Humas

Fungsi manajemen humas dapat berhasil secara optimal apabila berada langsung di bawah pimpinan tertinggi pada organisasi tersebut. Fungsi manajemen humas dalam menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara organisasi yang diwakilinya dengan masyarakat sebagai sasaran pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh organisasi yang bersangkutan. Hal tersebut sesuai dengan intisari definisi kerja humas. Manajemen hubungan masyarakat merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik (masyarakat) secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama

16 Ngalim Purwanto, *Administrasi...*, hlm.189-190.

17 Ngalim Purwanto, *Administrasi ...*, hlm.189-190.

18 M. Daryanto, *Administrasi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hlm. 75.

serta pemenuhan kepentingan bersama.¹⁹

Fungsi atau aktivitas kegiatan organisasi adalah untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya, menentukan struktur kerja atas dasar kebutuhan-kebutuhan dalam mencapai tujuan.²⁰

Pada dasarnya fungsi manajemen humas tidak jauh berbeda dengan fungsi manajemen secara umum. Fungsi ini sangat berkaitan dengan tujuan manajemen humas, dimana tujuan itu menjadi hasil akhir, titik akhir atau segala sesuatu yang akan dicapai. Dedy Jamaludin Malik berpendapat bahwa fungsi humas adalah membantu manajemen dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam publik.²¹ Fungsi atau dalam bahasa Inggris *function*, berarti penampilan, perbuatan, pelaksanaan, atau kegiatan. Humas dalam suatu lembaga dikatakan berfungsi apabila Humas itu menunjukkan kegiatan yang jelas. Yang bisa dibedakan dari

kegiatan lainnya. Dalam konsepnya fungsi humas adalah :

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Membina hubungan masyarakat yang harmonis antara organisasi dengan *public intern* dan *public ekstern*,
- c. Menciptakan kombinasi dua arah dengan penyebaran informasi dan organisasi kepada *public* dan menyalurkan opini *public* dan menyalurkan opini *public* kepada organisasi. Melayani *public* dengan menasehati pimpinan organisasi dengan kepentingan umum.²²

Fungsi-fungsi manajemen humas sama seperti kegiatan manajemen pada umumnya. George R. Terry merumuskan fungsi-fungsi manajemen sebagai POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*). Berikut fungsi manajemen humas:

- a. Perencanaan (*Planning*)

Pada dasarnya perencanaan (*planing*) adalah menentukan kegiatan yang hendak dilakukan, agar hasil yang dicapai sesuai dengan harapan. Perencanaan merupakan fungsi awal dari seluruh fungsi manajemen. Tanpa adanya perencanaan tidak dapat diketahui usaha yang

19 Rosady Ruslan, *Manajemen ...*, hlm.119.

20 H. Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2000), hlm. 46

21 Dedy Djamiluddin Malik, *Humas Membangun Citra dengan komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 13.

22 H. Syaiful Sagala, *Administrasi ...*, hlm.20

dilakukan mencapai hasil atau tidak. Rencana strategis (*strategic planing*) merupakan rencana yang mencakup tujuan jangka panjang dan bersifat umum yang ingin dicapai perusahaan. Berfikir strategis meliputi tindakan memperkirakan atau membangun tujuan masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang akan membantu atau akan menghalangi tercapainya tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan.²³ Semua kegiatan perencanaan pada dasarnya melalui empat tahapan, yaitu:

- 1) Menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan, perencanaan dimulai dengan keputusan-keputusan. Tanpa adanya rumusan tujuan yang jelas, sebuah lembaga akan menggunakan sumber daya yang kurang efektif.
- 2) Merumuskan keadaan saat ini, pemahaman akan kondisi saat ini dari tujuan yang hendak dicapai sangat penting untuk tujuan dan rencana waktu yang akan datang.
- 3) Mengidentifikasi segala kemudahan dan hambatan,

perlu pemahaman tentang faktor lingkungan internal dan eksternal yang digunakan dalam mengukur kemampuan dalam mencapai tujuan.

- 4) Mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan untuk pencapaian tujuan, digunakan

Dalam penyusunan perencanaan program humas, harus terdapat hubungan erat antara tujuan program yang ditetapkan dengan sasaran yang dituju dan strategi yang dipilih. Hal yang terpenting adalah bahwa strategi dipilih untuk mencapai suatu hasil yang dinyatakan dalam tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya perencanaan harus benar-benar berpijak pada fakta. Fakta adalah kenyataan, baik berupa hal yang dilihat sendiri ataupun keterangan yang didapat dari sumber lain.²⁴ Untuk itu, diperlukan informasi mengenai hasil evaluasi humas pada periode sebelumnya. Sehingga semua masalah yang muncul dan mungkin akan menghambat tujuan dapat diatasi. Selain berdasarkan fakta dan hasil

23 Morissan, *Manajemen...*, hlm.152

24 Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat ...*, hlm.100.

evaluasi, perencanaan program humas juga membutuhkan komunikasi intensif antara pihak lembaga pendidikan dengan masyarakat guna menjalin kerjasama yang harmonis. Komunikasi itu dilakukan dalam rangka menentukan tujuan kerjasama, bentuk kerjasama dan bidang kerjasama yang akan dilakukan.

- 1) Tujuan kerjasama antara *Madrasah* dengan orang tua siswa. Usaha kerjasama yang dilakukan bertujuan untuk: Saling membantu dan saling mengisi. *Madrasah* bisa memberikan informasi pada orang tua siswa mengenai perkembangan ketaqwaan, perkembangan kecerdasan dan keterampilan, perkembangan budi pekerti, perkembangan tingkah laku, pergaulan serta kelemahan dan kelebihan siswa, Bantuan keuangan, Mencegah munculnya perbuatan kurang baik.
- 2) Bentuk kerjasama antara *Madrasah* dengan orang tua siswa Usaha kerjasama yang dilakukan dapat dilakukan dengan: Melalui pertemuan misalnya penerimaan siswa baru, kegiatan wisuda, penyerahan raport serta pertemuan-pertemuan lain yang membicarakan tentang perkembangan siswa di

Madrasah, Ceramah ilmiah, bazar, malam tutup tahun, dan sebagainya.

- 3) Bidang kerjasama yang dilakukan. Beberapa hal penting yang masuk dalam rencana hubungan kerjasama antara *Madrasah* dengan orang tua siswa, yaitu: Bidang pendidikan mental, misalnya pengawasan terhadap siswa yang membolos, berbohong, tidak tertib, suka berkelahi, suka mencuri, suka menggoda lawan jenis. Bidang pengembangan bakat, dilakukan apabila nampak bakat yang menonjol dan dapat dikembangkan. Bidang pengajaran, misalnya dengan mengawasi mengerjakan PR, tugas bersama, tugas kelompok, kesulitan belajar, kelambatan berfikir, dsb. Pembinaan jasmani, misalnya penyakit yang diderita anak.²⁵

Dalam perencanaan humas diperlukan rencana strategis yang digunakan untuk menyusun langkah serta tindakan pelaksanaan humas. Strategi dalam kamus besar bahasa Indonesia memiliki arti ilmu siasat perang, akal (tipu muslihat) untuk mencapai tujuan. Strategi biasa diartikan sebagai rencana menyeluruh dalam

²⁵ Suharsimi Arikunto, Manajemen ..., hlm.361-362.

mencapai target meskipun tidak ada jaminan akan keberhasilannya. Strategi banyak diartikan dengan istilah taktik, teknik dan metode. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Dalam pencapaian tujuan tersebut, strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasional-nya.²⁶

Manajemen strategis pada dasarnya merupakan upaya organisasi untuk bisa menyelaraskan dirinya dengan lingkungan. Dalam mengelola organisasi tidak lagi memadai bila hanya mengandalkan intuisi, termasuk mengandalkan intuisi dalam menyusun siasat bisnis. Menurut Rowe yang dituliskan oleh Yosol Iriantara dalam bukunya manajemen strategis *public relations*, menyatakan bahwa manajemen strategis adalah proses untuk menyelaraskan kemampuan

internal organisasi dengan peluang dan ancaman yang dihadapinya dalam lingkungannya.

Dalam upaya menyelaraskan organisasi dengan lingkungannya tersebut, manajemen strategis melakukan langkah- langkah sebagai berikut: Menetapkan misi organisasi, Memformulasikan falsafah organisasi. Menetapkan kebijakan/ *policy*. Menetapkan tujuan/ objektif organisasi, Mengembangkan strategi, Merencanakan struktur organisasi, Menyediakan sumber daya manusia, Menetapkan prosedur kerja, Menyediakan fasilitas, Menyediakan modal kerja, Menetapkan standar, Menentukan rencana dan program operasional, Menyediakan informasi untuk keperluan pengendalian dan Mengaktifkan sumber daya manusia.²⁷

Adapun bentuk strategi hubungan masyarakat sendiri diantaranya berupa laporan orang tua murid, bulletin bulanan, surat kabar, pameran *Madrasah*,

26 Pawit M. Yusup, *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Instruksional*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), hlm.73.

27 Yosol Iriantara, *Manajemen Strategis Public Relations*, (Jakarta: Ghalia Indonesia,2004), hlm.12

kunjungan kerumah wali murid, penjelasan oleh staf *Madrasah*, radio serta laporan tahunan.²⁸ Suatu organisasi tentu memiliki struktur yang tergambar dalam tiap divisi. Dalam manajemen strategis, merumuskan visi/misi dan objektif organisasi merupakan langkah awal sebelum melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal. Adapun strategi dalam menjalin hubungan dengan masyarakat, meliputi:

- a) Strategi *Madrasah* dalam menjalin hubungan antara warga sendiri (*internal public*).
- b) Antara kepala *Madrasah* dengan guru. Guru merupakan pembantu kepala *Madrasah*. Tanpa bantuan guru-guru tidak mungkin akan terjadi kegiatan belajar mengajar. Kepemimpinan yang otoriter tidak perlu dipertahankan terlalu sering. Hal tersebut dilakukan untuk menumbuhkan hubungan dinas yang akrab dan bebas.
- c) Antara kepala *Madrasah* dengan tata usaha, wujud komunikasi ini juga seperti yang dilakukan oleh guru, dengan perbedaan pada jenis dan lingkup pekerjaannya.
- d) Komunikasi kepala

Madrasah dengan siswa, dapat dilakukan dengan tertulis (pengumuman, edaran, teguran, sanksi) maupun secara lisan (pengumuman teguran dan peringatan).

- e) Komunikasi antara guru dengan guru, hubungan kedinasan dapat berupa pertemuan dalam rapat *Madrasah*, bekerjasama dalam membimbing kelompok, menyelesaikan tugas kelompok dan sebagainya. Hubungan tidak formal antar guru selain dimaksudkan untuk melancarkan pelaksanaan tugas bersama juga untuk mempererat kekeluargaan antara kawan yang satu dengan yang lain.
- f) Komunikasi antara guru dengan tata usaha, hampir tidak ada yang bersifat formal, karena guru dan pegawai TU berkedudukan sederajat tetapi berbeda dalam jenis tugas. Jenis komunikasi yang dijalin banyak pada hal yang bersifat tidak formal, seperti dalam bentuk pertemuan dan kunjungan. Dalam kedinasan komunikasi di arahkan pada usaha kerjasama dalam mencapai tujuan bersama yakni membina dan mengembangkan *Madrasah*.
- g) Komunikasi anatara guru dengan siswa, dapat terjadi secara formal dikelas dalam proses belajar mengajar.

28 E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah, Konsep Strategi dan Implementasi*, hlm.20.

Komunikasi tidak formal dimaksudkan untuk lebih memahami siswa agar dapat diketahui kelemahan, kelebihan, watak, karakter kebiasaan dan hal yang diperlukan dalam kaitannya keuksesannya belajar siswa.

- h) Komunikasi antara siswa dengan pegawai tata usaha, misalnya surat-surat keterangan, pembayaran SPP, pengambilan buku presensi, buku kelas dan lain sebagainya. Jika diklasifikasikan ada urusan yang menyangkut pengajaran dan ada pula yang menyangkut urusan *Madrasah*.
- i) Komunikasi antar siswa dengan siswa, dapat merupakan komunikasi yang formal (tetapi bukan dinas) yaitu jika terjadi didalam kelas dalam situasi belajar, tetapi lebih banyak yang bersifat non formal.²⁹
- j) Strategi *Madrasah* dalam menjalin hubungan masyarakat luar (*eksternal public*). Hubungan *Madrasah* dengan masyarakat terbagi menjadi dua, yaitu:
- ❖ Secara individual. Orang tua datang ke *Madrasah* untuk berkonsultasi maupun untuk pemecahan masalah anaknya. Secara sukarela menyampaikan kritik dan saran untuk kemajuan

Madrasah.

- ❖ Secara organisasi melalui komite *Madrasah*. Organisasi ini akan lebih efektif bila *Madrasah* mampu menggerakkan dan memanfaatkan potensi yang ada dikalangan orang tua, yaitu: Para dokter untuk duduk pada seksi UKS bahkan untuk mendirikan poloklinik *Madrasah*. Para insinyur untuk memberikan saran-saran dalam pembangunan *Madrasah*. Para pemuka agama untuk peningkatan Imtaq (iman dan taqwa).
- ❖ Hubungan *Madrasah* dengan alumni. Dari para alumni, *Madrasah* bisa mendapatkan masukan tentang kekurangan *Madrasah* yang perlu dibenahi. Mengundang para alumni untuk menceritakan pengalamannya untuk motivasi atau menularkan pengetahuannya untuk penyegaran dan tambahan wawasan bagi para siswa, guru dan warga *Madrasah*.
- ❖ Hubungan dengan dunia usaha/kerja. Dalam pelaksanaannya biasanya dengan mengundang tokoh yang telah berhasil untuk memberikan motivasi agar semua pihak bisa berbuat serupa atau mengirimkan anak didik ke dunia usaha/dunia kerja. Biasanya melalui kegiatan magang yang dapat menguntungkan kedua belah pihak. Dunia

usaha mendapatkan tenaga murah, sedangkan siswa mendapatkan pengalaman kerja.

- ❖ Hubungan *Madrasah* dengan *Madrasah* lain. Hubungan ini dapat dibina melalui MGMP, MKS, MGP, K3S, dan K3M (Kelompok Kerja Kepala *Madrasah*). Hubungan *Madrasah* dengan lembaga/ badan-badan pemerintah swasta

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Organisasi atau pengorganisasian adalah keseluruhan aktivitas manajemen dalam mengelompokkan orang-orang serta penetapan tugas, fungsi, wewenang, serta tanggung jawab masing-masing dengan tujuan terciptanya aktifitas yang berdaya guna dan berhasil dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan terlebih dahulu. Menurut Syaiful Sagala, pengorganisasian dapat diartikan sebagai kegiatan membagi tugas pada orang yang terlibat dalam kerjasama pendidikan. Kegiatan pengorganisasian tersebut dilaksanakan untuk menentukan siapa yang akan melaksanakan tugas sesuai prinsip pengorganisasian.³⁰ Adapun

prinsip-prinsip pengorganisasian meliputi:

- 1) Memiliki tujuan yang jelas
 - 2) Terdapat kesatuan arah sehingga dapat terwujud kesatuan tindakan dan pikiran.
 - 3) Terdapat keseimbangan antara wewenang dengan tanggungjawab.
 - 4) Terdapat pembagian tugas atau pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan, keahlian dan bakat masing-masing.
 - 5) Bersifat relatif permanen, dan terstruktur sesederhana mungkin, sesuai kebutuhan, koordinasi, pengawasan dan pengendalian.
 - 6) Terdapat jaminan keamanan pada anggota.
 - 7) Adanya tanggung jawab serta tata kerja yang jelas dalam struktur organisasi.³¹
 - 8) Pengorganisasian pada semua komponen *Madrasah* adalah pelaksanaan hubungan *Madrasah* dengan masyarakat. Oleh karena itu, tugas-tugas mereka perlu dipahami dan ditata, sehingga penyelenggaraan hubungan *Madrasah* dengan masyarakat dapat berjalan efektif dan efisien.³²
- c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan menurut George R. Terry berarti merangsang anggota-anggota

30 H. Syaiful Sagala, *Administrasi ...*, hlm.49

31 M. Ngalim Purwanto, *Administrasi ...*, hlm.17.

32 Soetjipto dan Rafli Kosasi, *Profesi Keguruan*, (Jakarta:PT. Rieneka Cipta,2004), hlm.159.

kelompok melaksanakan tugas-tugas dengan antusias dan kemauan yang baik. Actuating artinya menggerakkan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau dengan kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif.

Kegiatan komunikasi sangat di butuhkan dalam pelaksanaan manajemen. Komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian berita dari satu sumber berita kepada orang lain. komunikasi merupakan segala bentuk perilaku seseorang baik verbal maupun nonverbal yang ditanggapi oleh orang lain. Berbagai jenis perilaku dapat dikatakan sebagai kegiatan komunikasi apabila melibatkan dua orang atau lebih. Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk nonverbal (non kata-kata), tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua belah pihak yang

berkomunikasi punya suatu simbol yang sama.³³

Komunikasi sebagai proses penyampaian berita dari seorang kepada orang lain itu sendiri melibatkan beberapa unsur yang saling berkaitan didalamnya. Seperti yang dikatakan Suharsimi Arikunto, bahwa didalam kegiatan komunikasi terdapat berbagai unsur antara lain:³⁴

- 1) Sumber (*Source*) atau sumber berita. Merupakan tempat yang menunjuk pada asal diperolehnya suatu gagasan atau ide. Sumber ini harus jelas dan mudah dipahami.
- 2) Pengirim berita. Pengirim pesan atau ide disebut sebagai komunikator atau *coder*.
- 3) Berita atau pesan (*Message*). Berita yang disampaikan biasanya berbentuk simbol-simbol yang mengandung arti. Pesan tersebut dapat berupa: Gerak : lambaian tangan, anggukan kepala, kerlingan mata, Suara: Dentuman meriam, klakson, dering, bahasa, ucapan, Benda: tanda, tulisan, bendera, Media atau saran penyampaian berita adalah benda yang digunakan untuk menyampaikan berita

33 Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif : Suatu Pendekatan Lintas Budaya*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya,2008), hlm.3.

34 Suharsimi Arikunto, *Manajemen ...*, hlm.354.

misalnya : surat kabar (untuk berita tertulis), bahasa bermakna, televisi (berita gambar dan suara), seorang penyanyi dan sebagainya.

- 4) Penerima berita (komunikasikan) adalah orang yang diberi berita atau orang yang menjadikan sasaran untuk dipengaruhi oleh pengirim berita.
- 5) Tujuan komunikasi. Seseorang yang mengirim berita tentunya memiliki tujuan untuk mempengaruhi penerima pesan atau berita tersebut.

Sedangkan M. Soebry Sutikno mengungkapkan beberapa unsur yang terlibat dalam proses komunikasi yaitu:

- 1) Unsur pertama dan yang paling utama adalah adanya seorang komunikator
- 2) Adanya suatu tujuan yang hendak dicapai yang dibutuhkan kerjasama.
- 3) Adanya suatu gagasan/ide yang perlu disebarkan sebagai media dalam mempengaruhi orang lain, sehingga orang tersebut dapat merespon dengan positif
- 4) Tersedianya saluran yang dapat menghubungkan sumber informasi dengan penerima informasi, sehingga terjadi hubungan timbal balik antara komunikator dengan komunikasikan.
- 5) Adanya *feedback* dari penerima berita

- 6) Adanya *noises* atau gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikasikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.³⁵

d. Evaluasi (*Evaluating*)

Evaluasi adalah tahap terakhir setelah tahap-tahap penelitian, perencanaan dan penggiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi.³⁶ Evaluasi dalam lembaga pendidikan memiliki peran penting yang berkaitan dengan perkembangan, kemajuan, atau kemunduran suatu program. Kegiatan evaluasi sangat strategis dalam upaya menentukan arah kebijakan selanjutnya bagi lembaga pendidikan. Evaluasi yang dilaksanakan akan berimplikasi pada kemajuan *Madrasah* bila evaluasi dilakukan secara obyektif tanpa adanya intervensi dari *Madrasah* terhadap opini publik dalam menentukan arah jawabannya akan suatu lembaga pendidikan yang ada di sekitarnya. Kemudian

35 M. Sobry Sutikno, *Maajemen Pendidikan : Langkah Praktis Mewujudkan Lembaga Pendidikan Yang Unggul*, (Lombok:Holistica,2012), hlm..137.

36 Onong Uchjana Efendy, *Human Relation ...*, hlm.131.

ditindaklanjuti dengan program-program baru yang telah dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan yang ada dalam program pelaksanaan evaluasi.³⁷

Pada dasarnya kegiatan evaluasi pelaksanaan program humas bertujuan untuk mengetahui implikasi suatu lembaga pendidikan terhadap masyarakat dalam berbagai hal. Sedangkan fungsi evaluasi dalam pelaksanaan humas yaitu: Berfungsi selektif. Dengan adanya evaluasi, pihak *Madrasah* memiliki cara untuk mengadakan seleksi terhadap kinerjanya. Berfungsi diagnostik. Bila menggunakan alat evaluasi yang memenuhi syarat, maka dengan melihat hasilnya *Madrasah* bisa mengetahui kelemahan yang dimilikinya. Ketika kelemahan telah teridentifikasi maka *Madrasah* akan mudah mencari alternatif dalam pemecahan masalah yang dialami melalui berbagai cara, tergantung tingkat kelemahan dan kebutuhan *Madrasah* serta masyarakat.

Berfungsi sebagai pengukur keberhasilan. Untuk mengetahui

sejauh mana suatu program berhasil diterapkan dan kemudian ditindaklanjuti dengan pengembangan program jika memungkinkan. Atas dasar uraian tersebut, dapat diketahui bahwa kegiatan evaluasi dalam pelaksanaan program humas di lembaga pendidikan dilaksanakan untuk:

- 1) Memperoleh informasi yang diperlukan untuk meningkatkan produktifitas serta keefektifan belajar siswa dan pengembangan *Madrasah*.
- 2) Memperoleh *feed back*
- 3) Memperoleh informasi yang diperlukan untuk memperbaiki dan menyempurnakan proses pembelajaran di *Madrasah*
- 4) Memperoleh informasi yang diperlukan untuk memperbaiki, menyempurnakan serta mengembangkan program.
- 5) Mengetahui kesukaran-kesukaran apa yang dialami siswa selama belajar dan bagaimana mencari jalan keluarnya.³⁸

Evaluasi pelaksanaan program humas dapat pula mengusulkan penambahan untuk peningkatan prestasi yang diharapkan dapat membawa ke arah perkembangan humas yang

37 Sri Minarti, *Manajemen Sekolah ...*, hlm.307.

38 Slameto, *Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta:PT. Bina Aksara,1988), hlm.15.

ada pada suatu lembaga pendidikan. Evaluasi dalam proses pengembangan dimaksud untuk memperbaiki sistem, pertanggungjawaban kepada pemerintah dan masyarakat, serta penentuan tindak lanjut hasil pengembangan, yaitu:

1) Perbaikan sistem

Peran evaluasi lebih bersifat konstruktif karena hasil penilaian dijadikan *input* bagi perbaikan yang diperlukan dalam program pelaksanaan humas di lembaga pendidikan yang sedang dikembangkan.

2) Pertanggung jawaban kepada pemerintah dan masyarakat

Pada fase pelaksanaan perlu adanya pertanggung jawaban dari pelaksana kepada pihak yang berkepentingan. Pihak-pihak yang dimaksud mencakup pemerintah, masyarakat, orangtua, petugas-petugas pendidikan dan pihak-pihak lain yang ikut mensponsori kegiatan pengembangan tersebut.

3) Penentuan tindak lanjut hasil pengembangan

Tindak lanjut yang dilakukan dapat berbentuk jawaban atas dua pertanyaan. *Pertama*, apakah sistem baru tersebut akan atau tidak akan disebar luaskan. *Kedua*, dalam kondisi bagaimana dan dengan cara yang bagaimana sistembaru itu akan disebarluaskan.

C. PENUTUP

Dari keseluruhan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Manajemen *Public Relations* dalam Meningkatkan Kerjasama Madrasah dengan Masyarakat secara keseluruhan dilaksanakan sesuai prinsip Manajemen yaitu: Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan dan Evaluasi yang dilaksanakan antar subyek internal, dengan pihak tokoh masyarakat, wali murid, pelaku usaha dan kemitraan lainnya yang mendukung adanya program *Madrasah*.

Daftar Rujukan

- Agyapong, Kingsley. et.al. 2013. *Educational Public Relations Functions In Private Tertiary Universities In Ghana*. Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business. Vol 4, No 11 March
- Cdr. Nav. Karadeniz Mustafa. 2009. *The Comparison Of Public Relations And Advertisement Activities In A Successful Marketing Management. Which One Should Be In Forefront ?*. Journal of Naval Science and Engineering. Vol. 5. No.2, pp. 43-54
- Djamaluddin Malik, Deddy. 2005. *Humas Membangun Citra dengan komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ghoshal, Sumantra. 2005. *Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practices*. Academy of Management Learning & Education. Vol. 4, No. 1, 75–91.
- Gilaninia, Shahram. et.al. 2013. *The Impact of Public Relations Performances on Market Share of Firms: Case Study: Power Battery Manufacturing In Isfahan*. Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business. Vol.5, No.5, September
- Iriantara, Yosol. 2004. *Manajemen Strategis Public Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *The Situational Theory of the Publics in an Ethnography Research: Identifying Public Response to Crisis Management*. International Journal of Business and Social Science, Vol. 3 No. 20. Special Issue – October
- Mulyana, Deddy. 2008. *Komunikasi Efektif : Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2008. *Komunikasi Efektif : Suatu Pendekatan Lintas Budaya*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya
- Pawit M. Yusup. 1990. *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Instruksional*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sagala, Syaiful. 2000. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Slameto. 1988. *Evaluasi Pendidikan*. Jakarta:PT. Bina Aksara
- Sobry Sutikno, M. 2012. *Maajemen Pendidikan: Langkah Praktis Mewujudkan Lembaga Pendidikan Yang Unggul*. Lombok: Holistica
- Soetjipto dan Rafli Kosasi. 2004. *Profesi Keguruan*. Jakarta:PT. Rieneka Cipta
- Uchjana Effendy, Onong. 2006. *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya