



 Open access

TATA KELOLA HUBUNGAN MASYARAKAT BERBASIS WEBSITE DI MADRASAH

Okta Fahruriza^a, Muhammad Hizbul Muflihin^b

^aoktafahza@yahoo.com; Pascasarjana IAIN Purwokerto; Jl. A. Yani No.40-A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia

^bhizbulmuflihin@gmail.com Program Studi Manajemen Pendidikan, IAIN Purwokerto; Jl. A. Yani No.40-A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of public relations in educational institutions is to create the image of a trusted institution in front of the community. But there are Islamic education institutions that do not have a deputy head of the madrasah in the field of public relations. Madrasa's public relations can strive to build communication with the public through offline and online media. One form of online media that is commonly used today is the website. The menu display on the website is designed to target information seekers who are classified into 2 groups, namely internal and external public. This research is a multi-case study with the aims to reveal the management of madrasa public relation based website according to the theory of the classification of information target recipients, with descriptive qualitative methods. Data collection techniques use the analysis method with the website menu display as the source. The results show that 1 of 5 subjects displays only information targeting the external public, while the other 4 display menus with internal and external public targets.

Keywords: *Public relation; madrasa; website.*

ABSTRAK

Tujuan hubungan masyarakat (humas) di lembaga pendidikan ialah menciptakan citra lembaga yang terpecaya dimata masyarakat. Namun masih terdapat lembaga pendidikan keagamaan islam yang belum memiliki wakil kepala madrasah bidang humas. Humas madrasah dapat berupaya membangun komunikasi dengan masyarakat melalui media *offline* maupun *online*. Salah satu bentuk media online yang lazim digunakan saat ini adalah website. Tampilan menu pada website dirancang untuk menyasar pencari informasi yang diklasifikasikan menjadi 2 kelompok, yakni *public internal* dan *public eksternal*. Penelitian ini merupakan studi multikasus dengan tujuan untuk mengungkap tata kelola humas madrasah berbasis website berdasarkan teori klasifikasi sasaran penerima informasi, dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode analisis dengan tampilan menu website sebagai sumbernya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1 dari 5 subjek hanya menampilkan informasi yang menyasar *eksternal public* saja. Sedangkan 4 lainnya menampilkan menu dengan sasaran *internal* dan *eksternal public*.

Kata Kunci: Hubungan masyarakat; madrasah; *website*.

RIWAYAT NASKAH,

Dikirim, 15 Mei 2019

Diterima, 25 Juni 2019

PENDAHULUAN

Hubungan Masyarakat (humas) atau *Public Relations* dibutuhkan oleh organisasi atau lembaga, baik yang bersifat komersial maupun tidak, misalnya perusahaan industri, organisasi sosial dan budaya dan pemerintahan. Bagi sebuah organisasi, humas difungsikan sebagai tempat untuk menjalin komunikasi dengan para *stakeholder*, untuk mengomunikasikan visi, misi, tujuan dan program organisasi kepada publik (Purnomo, 2015).

Namun pada praktiknya, masih terdapat lembaga pendidikan keagamaan Islam yang belum memiliki wakil kepala madrasah bidang humas. Sehingga mengakibatkan tujuan yang diharapkan dari adanya humas belum tercapai. Selain itu, bagi madrasah yang telah memiliki wakil kepala madrasah bidang humas pun diperlukan berbagai referensi mengenai tugas dan arah yang harus ditempuh oleh praktisi humas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tata kelola humas berbasis website pada lima lembaga pendidikan keagamaan Islam dengan fokus kajian mengenai sasaran informasi berdasarkan tampilan menu. Teori yang di hunakan dalam penelitian ini adalah teori *public relation*, *Public relations is a management tool designed to establish support among a firm's various internal and external publics* Thomas dan Lane dalam (Rivero & Theodore, 2014). Hubungan masyarakat adalah alat manajemen yang dirancang untuk membangun dukungan di antara berbagai aspek internal dan eksternal public dalam suatu perusahaan atau isntitusi.

Meskipun teori tersebut merujuk kepada teori manajemen bisnis, dalam praktiknya dapat diasumsikan relevan dengan konteks lembaga pendidikan. Zulkarnaian dalam Sutrimo berpendapat bahwa: pihak-pihak yang termasuk ke dalam *public internal* seperti: dosen atau guru, tenaga administrasi kependidikan, mahasiswa atau siswa. Adapun pihak yang termasuk *public external* ialah orang tua/wali siswa, masyarakat, media masa dan instansi-instansi ataupun organisasi lain di luar lembaga pendidikan tersebut (Wiwitan & Yulianita, 2018).

Perkembangan zaman yang semakin maju terdapat alternatif baru yaitu media online yang dapat digunakan sebagai media komunikasi, termasuk dalam humas. Praktik kegiatan humas yang mengandalkan internet dikenal dengan istilah *electronic public relations* (e-pr) atau *cyber public relations* Onggo dalam (Yazid, 2016). Ada beberapa cara yang dapat dilakukan melalui e-pr, yakni (Bin et al., 2018): 1) e-mail, 2) chat, 3) *mailing list*, 4) *newsgroup*, 5) *www* (*word wide web*), 6) *e-newsletters*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi multikasus dengan tujuan untuk mengungkap tata kelola humas madrasah berbasis *website* berdasarkan teori klasifikasi sasaran penerima informasi, dengan metode deskriptif kualitatif-fenomenologis (Buckley & Irawan, 2015), yakni secara almhiah, asli dan tidak dibuat-buat (Yusuf & Irawan, 2010). Subjek penelitian diantaranya adalah MTsN 2 Hulu Sungai Utara, Madrasah Aliyah Negeri 13 Jakarta, Pondok Pesantren Al-Hikmah MAN 1 Gresik, Mandarasah Aliyah Negeri 1 Makasar, dan Madrasah Aliyah Negeri 14 Jakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan metode analisis dengan tampilan menu website sebagai sumbernya (John W. Creswell, 2016).

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Temuan

Sasaran dalam hubungan masyarakat di lembaga pendidikan dilihat dari sasaran sebagai objek dan sasaran sebagai tujuan dari humas tersebut. Sasaran sebagai objek yaitu ada objek internal meliputi siswa, guru, dan tenaga kependidikan, sedangkan objek eksternal meliputi wali siswa, masyarakat, dan media masa. Dalam implementasinya sasaran yang sering berinteraksi dengan humas secara langsung yaitu objek eksternal seperti wali siswa dan masyarakat. Namun dalam konteks penelitian ini, humas madrasah mencoba membangun komunikasi melalui media website.

Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 2 Hulu Sungai Utara merupakan peraih Humas Award se-Kabupaten Hulu Sungai Utara pada tahun 2018 (Yanti, 2018). Bahkan ditahun berikutnya yaitu tahun 2019 tim Humas MTsN 2 Hulu Sungai Utara mendapatkan studio baru sebagai vasilitas perekaman video berita. Wakil Kepala Madrasah (Wakamad) Humas MTsN 2 Hulu Sungai Utara, Bapak Wardinnor menyatakan senang dan bersyukur dapat memanfaatkan studio baru untuk proses pengambilan video/*shouting*. “Tim humas akan berusaha meningkatkan kinerja mempublikasikan berita kategori video agar bisa mencapai prestasi maksimal,” pungkasnya (Yanti, 2019).

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 13 Jakarta memiliki Wakil Kepala Madrasah (Wakamad) bidang humas bernama Desi Puspitasari Berdasarkan tampilan dan *update* berita yang dipublikasikan, website MAN 13 Jakarta masih dikelola hingga saat ini. Namun pada beberapa *menu* masih menampilkan informasi yang *out of date*. Salah satu yang menarik dari websitenya adalah ditampilkannya foto beserta profil singkat tenaga pendidik dan kependidikan satu persatu. Jika biasanya dalam suatu website sekolah, tenaga pendidik dan kependidikan ditampilkan dalam pose foto bersama, maka pada website ini lain dari pada itu (Humas MAN 13, 2019).

Pondok Pesantren Al-Hikmah Madrasah Aliyah Negeri 1 Gresik memiliki blog yang dikhususkan untuk media humas. Didalamnya termuat berbagai informasi mengenai kegiatan santri dan berbagai acara yang diselenggarakan. Dalam sejumlah artikel yang dipublikasikan, terdapat salah satu informasi yang jarang ditemukan dalam website humas sekolah. Informasi yang dimaksud adalah mengenai rekrutmen pegawai atau lowongan pekerjaan (Humas PP Al-Hikmah, 2019).

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Makasar. Website MAN 1 Makasar memiliki 24 *menu*. Menu tersebut diantaranya adalah (1) tentang kami, (2) hubungi kami, (3) term of service, (4) disclaimer, (5) hubungi kami, (6) privacy policy, (7) daftar isi, (8) home, (9) news MAN 1 Makasar, (10) Info Wakamad, (11) ekskul, (12) wali kelas, (13) karya siswa, (14) English corner, (15) tips belajar, (16) mading siswa, (17) KPN As’saadah, (18) Inspirasi guru, (19) perpustakaan, (20) laboratorium, (21) OSIM, (22) Study geography, (23) komite madrasah, (24) berita alumni. Jumlah ini terbilang lebih banyak dibandingkan menu website madrasah lainnya (Humas MAN 1, 2019).

Madrasah Aliyah Negeri 14 Jakarta. Website MAN 14 Jakarta memiliki perbedaan dalam salah satu konten menu yang ditampilkan. Konten yang dimaksud adalah jadwal kegiatan belajar mengajar. Jadwal ini tidak hanya diperlukan oleh siswa dan orang tua siswa, namun para tenaga pendidik dan kependidikan pun dapat dengan mudah mengaksesnya (Humas MAN 14, 2020).

Tabel dibawah ini merupakan data dari website lembaga pendidikan keagamaan Islam yang dijadikan subjek dalam penelitian ini. Dalam website madrasah tersebut tersedia *menu* informasi yang diperlukan oleh berbagai *stakeholder*. Informasi yang tercantum dalam website tersebut merupakan bagian

dari upaya membangun komunikasi antara pelaksana manajerial dengan *internal public* dan *ekternal public*.

Tabel 1. Klasifikasi Tampilan Menu Pada Website dengan Sasaran *Internal Public*

Institusi	Sasaran <i>Internal Public</i>		
	Siswa	Guru	Tenaga Kependidikan
Madrasah Tasanawiyah Negeri 2 Hulu Sungai Utara	Soal Online	Materi Pembelajaran Perangkat Pembelajaran	-
Madrasah Aliyah Negeri 13 Jakarta	Ekstrakurikuler OSIS Beasiswa	-	-
Ponpes Al Hikmah/ Madrasah Aliyah Negeri 1 Gresik	-	-	-
Madrasah Aliyah Negeri 1 Makasar	Karya Siswa English Corner Tips Belajar	Inspirasi guru	Info wakil kepala madrasah
Madrasah Aliyah Negeri 14 Jakarta	Beasiswa	Kurikulum Pembelajaran	Jadwal Kegiatan Belajar Mengajar

Tabel 2. Klasifikasi Tampilan Menu Pada Website dengan Sasaran *Eksternal Public*

Institusi	Sasaran <i>Eksternal Public</i>		
	Wali Siswa	Masyarakat	Media Masa
Madrasah Tasanawiyah Negeri 2 Hulu Sungai Utara	Kelulusan	Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Profil Sekolah	Prestasi Siswa
Madrasah Aliyah Negeri 13 Jakarta	Guru Berprestasi	Berita Kegiatan Madrasah Infomasi Penerimaan Peserta Didik Baru	Prestasi Siswa
Ponpes Al Hikmah/ Madrasah Aliyah Negeri 1 Gresik	Aktititas siswa	Rekrutmen Pegawai/ Lowongan Pekerjaan	-
Madrasah Aliyah Negeri 1 Makasar	Komite Madrasah	Berita Kegiatan Madrasah	-

		Berita Alumni	
Madrasah Aliyah Negeri 14 Jakarta	Foto dan Video Kegiatan	Profil Madrasah	Prestasi siswa

Pembahasan

Visi dari humas di lembaga pendidikan untuk menciptakan citra yang baik bagi lembaga pendidikan tersebut. Humas memberikan informasi yang dibutuhkan oleh siswa, guru, tenaga pendidik, wali siswa, masyarakat dan media masa. Sedangkan misi dari humas merupakan cara dan media yang akan digunakan untuk mencapai visi. Salah satu media yang dapat digunakan adalah website. Dari lima madrasah yang diambil sebagai sampel penelitian ini empat diantaranya memiliki *website*. Hanya satu yang menggunakan *blog* sebagai media yaitu pondok pesantren Al-Hikmah MAN 1 Gresik. Menurut Wikipedia *blog* merupakan singkatan dari *web log* adalah bentuk aplikasi *web* yang berbentuk tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web (Mulyadi, 2018).

Website sekolah bisa dikatakan websiteresmi atau *officialwebsite*. Istilah *official website* merujuk pada keberadaan *website* yang dikelola oleh lembaga yang menyajikan informasi secara resmi. Komponen informasi yang umumnya terdapat pada sebuah *official website* adalah profil lembaga, profil unit kerja, profil pengelola, profil pegawai, program kegiatan, berita tentang kegiatan lembaga, informasi kepegawaian, pengumuman, dan fasilitas mesin pencari (Utari, 2013).

Pemaksimalan sasaran dari humas diperlukan adanya teknik dalam berhubungan dengan masyarakat diantaranya a) Memberikan laporan perkembangan peserta didik kepada orang tua; b) Publikasi mengenai kondisi sekolah (sarana dan prasarana); c) Profil sekolah melalui kreasi murid; d) Kegiatan ekstrakurikuler; e) Pendekatan secara akrab (*offline*) (Suardi, 2017).

Teknik pertama adalah memberikan laporan perkembangan peserta didik kepada orang tua. Di dalam menu yang tampil pada *website* madrasah sampel tidak secara tersurat menampilkan laporan perkembangan peserta didik. Namun pada beberapa diantaranya memuat tentang prestasi siswa secara akademik maupun non akademik (Ekstrakurikuler). Madrasah yang menampilkan menu dengan konten perkembangan peserta didik diantaranya adalah MAN 2 Hulu Sungai Utara, MAN 13 Jakarta dan MAN 14 Jakarta.

Teknik kedua adalah dengan mempamerkan kondisi sekolah atau dengan kata lain menyajikan informasi mengenai sarana dan prasarana. Dalam penelitian ini MAN 13 Jakarta, MAN 1 Makasar, MAN 14 Jakarta, MTsN 2 Hulu Sungai Utara menampilkan menu sarana dan prasarana. Sasaran tampilan menu ini adalah pengunjung *website* dari kalangan masyarakat atau wali santri. Tidak hanya santri lama tetapi juga wali santri baru yang hendak mendaftarkan putra/putrinya (Humas MAN 1, 2019; Humas MAN 13, 2019; Humas MAN 14, 2020; Suardi, 2017).

Teknik selanjutnya adalah dengan menampilkan profil sekolah melalui kreasi murid. Pada laman website masing-masing madrasah ditampilkan berbagai foto atau video yang berkaitan dengan aktifitas siswa. Baik aktivitas pembelajaran didalam kelas, maupun diluar kelas. Bukti dokumentasi berupa foto atau video ini menjadi media yang dapat dimakasimalkan untuk sampai pada sasaran yaitu komunitas madrasah atau pesantren berupa wali santri atau siswa, masyarakat dan media masa.

Keempat adalah dengan menggunakan kegiatan ekstrakurikuler untuk mengkomunikasikan nilai lebih yang dimiliki oleh suatu lembaga pendidikan. Keaktifan dalam mengelola ekstrakurikuler ditandai dengan adanya menu

“ekstrakurikuler” dalam *website*. Lebih dari itu berbagai informasi dan dokumentasi pun dipublikasikan secara *up to date* seperti dalam *website* MAN 14 Jakarta.

Selain dengan menggunakan media *website* secara *online*, pendekatan secara akrab dapat dilakukan dengan dialog secara langsung atau tidak melalui jaringan internet (*off line*) dengan orang tua murid, tokoh masyarakat atau tokoh agama serta tokoh pendidikan lainnya tentang lembaga pendidikan tersebut. Pendekatan secara akrab dikenal juga dengan istilah pendekatan secara sosial-fenomenologis, yakni alamiah, asli dan tidak dibuat-buat (Yusuf & Irawan, 2010). Dengan beberapa teknik tersebut diharapkan kerja dari humas dalam memperkenalkan lembaga pendidikannya menjadi lebih mudah. Dengan adanya kegiatan atau informasi yang diberikan oleh sekolah kepada masyarakat akan menambah kepercayaan masyarakat kepada lembaga pendidikan tersebut (Ningrum, 2010; Utari, 2013).

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1 dari 5 subjek hanya menampilkan informasi yang menyasar *eksternal public* saja. Website yang terkategori menampilkan informasi untuk *eksternal public* saja adalah website humas pondok pesantren Al-Hikmah Madrasah Aliyah Negeri 1 Gresik. Sedangkan 4 lainnya yaitu Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Hulu Sungai Utara, Madrasah Aliyah Negeri 1 Makassar, Madrasah Aliyah Negeri 13 Jakarta serta Madrasah Aliyah Negeri 14 Jakarta menampilkan menu dengan sasaran *internal* dan *eksternal public*. Namun keseluruhan tata kelola humas berbasis website pada madrasah yang dijadikan sample mengaplikasikan teknik dalam berhubungan dengan masyarakat, guna menjangkau sasaran informasi. Untuk memaksimalkan fungsi humas dalam lembaga pendidikan, hendaknya tata kelola humas dengan menggunakan media website dapat lebih mempertimbangkan mengenai sasaran penerima informasi. Sehingga akan berimplikasi terhadap pemilihan menu yang ditampilkan dalam media tersebut. Dengan harapan humas dapat memberikan kontribusi terhadap usaha pencapaian visi dan misi suatu lembaga pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bin, M. T. T. M. A., Bin, M. T. T. H., & Bin, A. P. A. (2018). Public relation activities in Islamic banking industry: An approach of circuit of culture (COC) model. *Journal of Islamic Marketing*, 09(02), 283–295. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2016-0047>
- Buckley, P., & Irawan, I. (2015). The Scientific Paradigm of Islamic Education Management: Phenomenology Perspective. *Jurnal Pendidikan Islam*, 02(01), 1–29. <https://doi.org/10.15575/jpi.v2i1.701>
- Humas MAN 1. (2019, August). *Tampilan Website Madrasah Aliyah Negeri 1 Makassar yang dikelola Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas*. Humas MAN 1 Makassar.
- Humas MAN 13. (2019, August). *Tampilan Website Madrasah Aliyah Negeri 13 Jakarta yang dikelola Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas*. Humas MAN 13 Jakarta.
- Humas MAN 14. (2020, August). *Tampilan Website Madrasah Aliyah Negeri 14 Jakarta yang dikelola Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas*. Wakil Kepala Bidang Humas.
- Humas PP Al-Hikmah. (2019). *Humas Pondok Pesantren Al-Hikmah MAN 1*

Gresik. Humas PPH.

- John W. Creswell. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (A. Fawaid (ed.)). Pustaka Belajar.
- Mulyadi, S. (2018). Perencanaan Humas dan Usaha Membangun Citra Lembaga yang Unggul. *Tadbir : Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 02(02), 121–134. <https://doi.org/10.29240/jsmp.v2i2.566>
- Ningrum, E. S. C. (2010). Memaksimalkan Peran Humas di Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini. *FOUNDASIA*, 02(10), 16–27. <https://doi.org/10.21831/foundasia.v2i10.5835>
- Purnomo, S. (2015). Pengembangan Sasaran, Visi dan Misi Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan Berbasis Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Kependidikan*, 03(02), 52–69. <https://doi.org/10.24090/jk.v3i2.899>
- Rivero, O., & Theodore, J. (2014). The Importance of Public Relations in Corporate Sustainability. *Global Journal of Management And Business Research*.
- Suardi, M. (2017). Analisis Manajemen Humas dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 02(02), 117–126. <https://doi.org/10.24256/kelola.v2i2.434>
- Utari, R. (2013). Website Sebagai Media Humas Sekolah. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*, 06(02). <https://doi.org/10.21831/jpipip.v6i2.4800>
- Wiwitan, T., & Yulianita, N. (2018). The Meaning Construction of Public Relations Marketing of Islamic Private Higher Education PR. *Jurnal The Messenger*, 10(02), 135–143. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v10i2.870>
- Yanti. (2018, August). *MTsN 2 HSU Terbaik I Humas Award 2018*. Sub Bagian Informasi & Humas Kanwil Kemenag Kalsel.
- Yanti. (2019, August). *Tim Humas MTsN 2 HSU Miliki Studio Baru*. Sub Bagian Informasi & Humas Kanwil Kemenag Kalsel.
- Yazid, T. P. (2016). Implementasi Cyber Public Relations Melalui Pengelolaan Website Pemerintah Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 06(02), 160–173.
- Yusuf, A., & Irawan. (2010). Filsafat Sosial. In Boedhi Oetojo (Universitas Terbuka) (Ed.), *Filsafat Sosial* (Kesatu, p. 550).