

MODEL-MODEL *PUBLIC RELATION* DI LEMBAGA PENDIDIKAN

Taufik Hidayat

Mahasiswa Pendidikan Agama Islam
Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Togo Ambarsari
taufikhidayat97t@gmail.com

Akhmad Ghasi Pathollah

Dosen Pendidikan Agama Islam
Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Togo Ambarsari
akhmadpathollah91@gmail.com

ABSTRAK

Public relation atau yang kita kenal dengan hubungan masyarakat adalah bagian penting dari manajemen terutama pada lembaga pendidikan yang bertujuan untuk memberikan informasi dan membentuk pelanggan yang royal terhadap product yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan tentunya dengan berpegang teguh kepada kepuasan pelanggan (customer satisfaction) yang merupakan hal pertama dalam fungsi humas sebagai badan penghubung antara lembaga pendidikan dan pihak pengguna jasa pendidikan.

Dalam hubungan masyarakat (PR) ada empat model yang ditawarkan oleh seorang tokoh yang pertama adalah model Press agency (agen pemberitaan atau agen pres) yang kedua Model public information (informasi publik) yang ketiga two way asymmetrical (dua arah asimetris) dan yang terakhir adalah model two way symmetrical (dua arah simetris). keempat model tersebut merupakan cara untuk mendeskripsikan dan memberikan pemahaman terkait mengapa sebuah praktek PR dilaksanakan oleh praktisi tersebut. Lembaga pendidikan sebagai wadah dari jasa pendidikan pasti memiliki manajemen kehumasan yang bertujuan untuk menginformasikan serta menghubungkan antara lembaga pendidikan dengan pelanggan atau penikmat jasa pendidikan dengan menerapkan beberapa model diatas. Oleh karenanya article ini akan membahas bagaimana menggunakan model-model public relation yang tepat dan sering digunakan pada lembaga pendidikan sebenarnya.

Kata Kunci: Model, PR, Lembaga Pendidikan

PENDAHULUAN

Praktek Hubungan masyarakat yang kita kenal saat ini telah dimulai sejak akhir abad ke-19 dan di awal abad ke-20 sebagai sebuah usaha publisitas. Saat itu, seorang bernama Phineas T. Barnum dianggap sebagai salah satu publisitas yang sangat gencar dan

rela menghalalkan segala cara untuk mempromosikan pertunjukan sirkusnya kepada publik di Amerika. Barnum bahkan kemudian menjadi sangat dikenal karena slogannya yang berbunyi *"there's no such thing as bad publicity"*.¹Praktek PR mulai mengalami perubahan dari publisitas² menjadi *public information* (informasi publik) di awal abad ke-20 berkat seorang bernama Ivy Lee.³ Pada masa tersebut, hubungan antara dunia bisnis dengan media massa mengalami titik terendahnya karena minimnya informasi yang diberikan perusahaan kepada publik. Sedikitnya pemberitaan inilah yang pada akhirnya memancing kecurigaan dari media massa atas praktek bisnis perusahaan. Pemberitaan mengenai kebobrokan beberapa perusahaan menjadi konsumsi publik dan memberi tekanan yang besar terhadap dunia bisnis. Saat itu, Lee mendongkrak kariernya dari seorang jurnalis menjadi penasihat bagi perusahaan-perusahaan yang mengalami masalah dengan media massa. Lee memperkenalkan suatu pendekatan baru dimana para pebisnis dianggap lebih baik untuk berterus terang kepada publik ketimbang berdiam diri dan menimbulkan berbagai spekulasi negatif.⁴

Orang yang pertama kali mengenalkan empat model dalam *Public Relation* ialah bernama Grunig dan Hunt. Grunig dan Hunt mengatakan bahwa model Hubungan Masyarakat merupakan cara untuk mendefinisikan serta menjelaskan bagaimana dan mengapa salah satu Praktek Hubungan masyarakat dilakukan oleh praktisi tersebut. Diantara beberapa model yang ditawarkan ialah: *press agentry, public information, two-way asymmetrical, dan two way symmetrical*.⁵ Dalam instansi tertentu pasti memiliki perbedaan dalam memeraktekkan model-model *Public relation* dengan instansi yang lain. Menurut Grunig ada dua hal yang dianggap berpengaruh dalam perbedaan praktek model PR, pertama ialah kualisi dominan yang memiliki kekuasaan dan kekuatan di dalam organisasi tersebut. Melalui tiga aspek kualisi dominan mempengaruhi model PR dalam oraganisasi

¹Keith Butterick, 'Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik. (Jakarta: PT. Rajagrafindo. 2012). Hal. 10.

²Publisitas Merupakan Proses Dimana Informasi-Informasi Terkait Sesuatu Tertentu Di Sebarakan Dengan Terencana Dan Menggunakan Alat Yang Tertentu Pula Untuk Mencapai Tujuan Organisasi Dengan Tanpa Melakukan Pembayaran Pada Media. Nunung Prajarto. Efektivitas Publisitas:Menilai Reputasi Institusi. Jurnal Ilmu Komonikasi, Vol. 6. No. 2. 2008. Hal. 79.

³Keith Butterick. Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik. Hal. 11.

⁴Keith Butterick. Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik. Hal. 13.

⁵James Grunig. Excellence in Public Relations and Communications Management. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate Publisher. 1992. Hal.290.

antaranya: potensi dari bagian PR, budaya atau kultur Instansi, serta alur PR yang digunakan oleh instansi itu.⁶

Lembaga pendidikan yang merupakan suatu peraturan yang bersifat abstrak, suatu ideologi yang memiliki norma-norma dan konsepsi yang terdiri dari sekelompok manusia dan membentuk tujuan bersama serta mencapai tujuan tertentu juga dengan bersama serta tempat untuk melaksanakan proses di dalamnya adalah diantaranya: masjid, sekolah, kuttab⁷ dan sebagainya⁸ harus memiliki *Public relation* yang baik dengan berpedoman kepada beberapa model yang telah ditawarkan oleh pakar-pakar sebelumnya.

Model-model PR Grunig dan Hunt adalah salah satu tool yang dapat digunakan untuk melihat hubungan yang terjalin antara organisasi dan publiknya dan bagaimana praktisi PR berperan di dalamnya. Salah satu pendekatan yang juga dapat membantu kita untuk memahami hubungan antara organisasi dan publik adalah pendekatan sistem. Organisasi dikatakan oleh Lattimore sebagai suatu tempat yang terbuat dari beberapa bagian yang memiliki keterkaitan satu antara yang lain serta bisa menyesuaikan diri terhadap perubahan pada bentuk politik, ekonomi sosial dimana instansi tersebut dilaksanakan.⁹

Melalui model-model PR yang ditawarkan Grunig dan Hunt, kita dapat melihat praktek-praktek PR dalam organisasi yang meliputi bentuk-bentuk komunikasi, tujuan komunikasi, dan riset yang digunakan untuk mengetahui opini publik. Komunikasi dan riset ini menurut Cutlip, Center, dan Broom adalah hal yang prinsipal bagi kerja PR.¹⁰

Pada penelitian terdahulu terdapat artikel dengan judul *Model Public Relation Pada Aktivitas Media Relation (Studi Kasus pada aktivitas media relation di Sheraton mustika Yogyakarta resort and spa)* oleh Asteria Intan Permatasari dan Ike Devi Sulistyaningtyas yang berfokus pada penerapan model yang pertama yaitu *Public Information* hal tersebut

⁶James Grunig. Excellence in Public Relations and Communications Management. Hal. 298.

⁷Kuttab Marupakan Nama Tempat Bagi Orang Yang Belajar Menulis Dan Mengajar Menulis Pada Masa Pra Sejarah Islam Namun Masih Belum Terkenal Pada Masa Sejarah Islam Kuttab Mulai Terkenal Dan Digunakan Bukan Hanya Tempat Untuk Belajar Dan Mengajar Menulis Saja.

⁸Ramayulis, Ilmu Pendidikan Islam. Jakarta: Kalam Mulia. 2002. Hal. 342.

⁹Lattimore Dan, Baskin Otis, Suzette T. Heiman, L. Toth Elizabeth, James K. Van Leuven. Public Relations The Professional and The Practise. USA: McGraw Hill. 2004. Hal. 51.

¹⁰Glen M. Broom, Cutlip, Scott M., Allen H. Center. Effective Public Relations: Tenth Edition. United State of America: Prentice Hall. 2009. Hal. 24.

dikarenakan beberapa faktor antara lain budaya organisasi, potensi departemen PR, skema PR dalam organisasi dan media massa.

Selanjutnya Artikel ini memiliki keunikan yang berbeda daripada penelitian yang terdahulu diantaranya adalah artikel ini fokus pada penerapan model humas di lembaga pendidikan dan artikel ini menggunakan model humas yang berbeda dibandingkan model humas yang digunakan pada penelitian terdahulu.

Oleh karenanya, menjadi penting bagi oknum yang mempelajari *public relations* atau praktisi PR khususnya pada lembaga pendidikan untuk mengetahui artikel ini lebih lanjut bagaimana komunikasi dan riset melalui keempat model yang ditawarkan tersebut mana yang lebih cocok dipraktekkan dalam dunia nyata di lembaga pendidikan.

PEMBAHASAN

PERAN PUBLIC RALATION DALAM LINGKUNGAN SOSIAL

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan bantuan dari orang lain meskipun memiliki kemampuan untuk mengerjakan sendiri namun status sosial yang mengharuskan manusia untuk saling tolong menolong dan bekerja sama di dalam suatu pekerjaan. Hal ini selain pekerjaan akan menjadi ringan, juga akan lebih memudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan. Karena manusia hidup berdampingan dengan manusia lain, maka menjaga dan membina hubungan baik menjadi salah satu syarat mutlak untuk terciptanya hidup yang damai dan harmonis. Dalam suatu organisasi lembaga pendidikan diperlukan kerja sama antara pimpinan dengan semua bawahan, juga diperlukan adanya kerja sama dengan pihak eksternal yaitu lembaga pendidikan lain. Oleh karenanya, pentingnya untuk mempelajari semua unsur-unsur dan semua hal yang terkait dengan hubungan masyarakat.¹¹

Public Ralation memiliki peran yang sangat penting yang harus ada pada lembaga pendidikan, PR atau yang sering kita ketahui dengan hubungan masyarakat adalah sebagai salah satu bagian dari manajemen yang dimiliki oleh lembaga pendidikan maupun organisasi, public relation merupakan ujung tanduk yang berfungsi untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Masyarakat merupakan suatu kesatuan yang utuh melalui ikatan yang

¹¹A. Fauzi. Pengembangan Human Relation Perspektif Nilai-Nilai Al-Qur'an. Mutawatir UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015. Vol. 1. No. 2. Hal. 168.

beraturan serta disebutkan stabil.¹² Eksistensi humas dalam sebuah lembaga merupakan tempat penyambung antara lembaga dengan pengguna atau khalayak publiknya. Dengan begitu perlu adanya pengembangan dan desain terhadap humas yang bertujuan untuk menjalin hubungan yang harmonis antara lembaga dengan publiknya.

Public relation merupakan fungsi dari manajemen dan suatu keahlian bagi sebuah organisasi yang tidak boleh tidak sebuah organisasi harus memiliki *Public Relation* tersebut, baik organisasi tersebut merupakan organisasi komersial (perusahaan) maupun organisasi tersebut adalah non komersial. Humas adalah suatu kewajiban yang harus dimiliki oleh sebuah organisasi baik kita suka maupun tidak humas merupakan hal yang sangat dibutuhkan dan ditunggu kehadirannya. Karena tugas utama dari pada humas adalah keberlangsungan organisasi tersebut. Dalam artian bahwa pada zaman sekarang keterpercayaan terhadap humas semakin terasa.¹³

Publik merupakan sekumpulan orang yang memiliki keinginan, kepentingan serta perhatian yang sama pada suatu objek. Publik bisa juga dikatakan sebagai kumpulan beberapa orang yang berjumlah sedikit maupun banyak atau dengan istilah grup kecil dan besar yang memiliki sebuah kekayaan atau semacam harta benda yang kolektif bagi kelompok tersebut yang memiliki keterkaitan terhadap kepentingan tertentu dan menunjukkan kebersamaan. Dalam terjemahan bahasa indonesia *Public relation* merupakan istilah dari hubungan masyarakat.¹⁴

Sedangkan pengertian *relation* (dengan istilah jamak) adalah prinsip dari *Public relation* yang memiliki kandungan makna adanya timbal balik atau *two-way-communication*.¹⁵ Pendapat meksiko *Public relation* merupakan ilmu sosial serta seni untuk meriset beberapa kecenderungan, memperkirakan setiap kemungkinan-kemungkinan yang terjadi melalui pertimbangan konsekuensi, dan juga berfungsi untuk memberi nasehat atau saran kepada pimpinan maupun karyawan serta melakukan program yang sudah di

¹²Baharun, H., & Awwaliyah, R. Pendidikan Multikultural Dalam Menanggulangi Narasi Islamisme Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies)*, 2017 Vol. 5 No.2, Hal. 224-245.

¹³J. Lexy Moleong, 'Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002).178.

¹⁴A. Puspokusumo. Peranan Manajemen *Public Relation* dalam mempertahankan citra Perusahaan jasa Perhotelan: studi Kualitatif Re-opening hotel mamdarin oriental, Jakarta. *Binus Business Review*, 2011 Vol. 2 No.1, 202-215.

¹⁵Sista, T. R. Implementasi Manajemen Kurikulum Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Educan*, 2017 Vol. 1 No. 1, 44.

rencanakan matang-matang untuk melayani kebutuhan lembaga dan kepentingan publiknya.

Fungsi Public relation adalah untuk bisa sampai pada target yang telah direncanakan sebelumnya dan harus memiliki sebuah program kerja yang jelas dan dapat dipahami, mencari fakta yang actual, merencanakan, mengkomunikasikan dan pada akhirnya mengevaluasi hasil apa saja yang telah diraih perusahaan. *Public Relation* atau yang biasa disebut dengan humas (Hubungan Masyarakat) , adalah hal yang sudah biasa ada di setiap lembaga pendidikan maupun lembaga perusahaan. Humas memiliki posisi yang begitu penting pada setiap instansi, karena humas memiliki peran penting pada sebuah citra perusahaan atau instansi.

Penelitian tentang kegiatan humas (*Public relation*), menyatakan bahwa ada dua tugas dalam kegiatan humas yaitu berperan sebagai teknisi dan sebagai manajemen. Humas memiliki tiga peran sekaligus. Pertama, yaitu sebagai penasehat dalam mendeskripsikan masalah, menyarankan pilihan dan memantau penerapan kebijakan instansi. Kedua, sebagai sarana komunikasi, dalam artian adalah seorang yang memiliki kewajiban pada sebuah lembaga dalam berinteraksi langsung dengan lingkungannya serta menjaga hubungan dua arah antara lembaga dan publik. Ketiga, sebagai sarana pemecah problem. Dalam maksud adalah seorang yang bertanggung jawab untuk mengidentifikasi menyelesaikan dan menginformasikan masalah kepada atasan. Hubungan masyarakat merupakan kemampuan seorang humas untuk membentuk pemahaman citra baik sehingga menimbulkan keyakinan publik terhadap lembaga.¹⁶

Secara global humas pada lembaga pendidikan adalah serangkaian manajemen yang memiliki hubungan terhadap semua kegiatan lembaga dengan publiknya yang mempunyai tujuan untuk mendukung proses pembelajaran di lembaga pendidikan sehingga akhirnya membuat mutu pembelajaran yang baik. Murid yang memiliki motivasi belajar yang tinggi akan terlibat aktif, tekun dan semangat dalam pembelajaran, sehingga pembelajaran akan menjadi lebih aktif dan bermakna serta pencapaian kualitas hasil belajar.¹⁷

¹⁶Nur Izza Afkarina. Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Publik Opinion Lembaga Pendidikan. Idarah. Vol. 2 No. 1. 2018. Hal. 53.

¹⁷H. Baharun, . Penerapan Pembelajaran Active Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Di Madrasah. Jurnal Pendidikan Pedagogik, 2015 1(1), 34-46.'

Dalam hal ini fungsi humas di lembaga sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 bahwa” sistem pendidikan Nasional harus menjamin pemerataan kesempatan pendidikan, peningkatan mutu serta relevansi dan efisiensi manajemen pendidikan untuk menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan perubahan kehidupan lokal, Nasional dan global. Mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.¹⁸

Untuk meningkatkan kualitas dan terjalannya suatu komunikasi yang baik antara lembaga dan masyarakat maka, hubungan masyarakat dan sekolah menjadi kebutuhan bersama. Program sekolah dan kegiatan di lembaga yang bersangkutan memerlukan dukungan dari masyarakat setempat. Sebelumnya lebih lanjut maka kita perlu mengetahui terlebih dahulu apa itu kinerja. Kinerja diartikan sebagai suatu hasil aktivitas seseorang atau suatu kelompok pada suatu organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dalam hal ini untuk mencapai tujuan organisasi dalam waktu tertentu. Menurut Mangkunegara, kinerja adalah hasil kerja yang secara kualitas dan kuantitas dilakukan oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan amanah yang akan diberikan kepadanya.¹⁹

Dari sini kita dapat mengartikan bahwa kinerja humas sangat berperan penting dalam menciptakan citra baik dalam suatu lembaga pendidikan, sehingga kinerja yang bagus menjadi suatu hal yang akan menentukan alur maju mundurnya suatu lembaga tersebut. Hal itu tergantung pada bagaimana strategi humas dalam berintraksi Dalam sejarah PR, Grunig dan Hunt adalah orang-orang yang pertama kali mengidentifikasi mengenai model-model dalam praktek PR. Dalam hal ini, “model” dipadengkan masyarakat setempat sehingga citra positif akan terbangun.

MODEL-MODEL *PUBLIC RELATION*

Model Humas merupakan langkah-langkah yang akan di tempuh oleh sebuah lembaga untuk merealisasikan rencananya. Langkah itu diantaranya penilaian situasi, mendefinisikan secara obyektif, definisi publik, memilih teknik dan bahan, anggaran, dan

¹⁸Hasan Baharun, Z. Manajemen Mutu Pendidikan : Ikhtiar Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah Melalui Pendekatan Balanced Scorecard. Tulungagung: Akademia Pustaka. 2017. hal. 64.

¹⁹H. Baharun. Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Pada Lembaga Pendidikan Islam. At-Tajdid: Jurnal Ilmu Tarbiyah, 2016 5(2). 4.

laporan. Semua langkah itu akan membentuk suatu acuan untuk membuat program dalam bagan organisasi hubungan masyarakat.²⁰

Grunig dan Grunig mengatakan bahwa melalui modelmodel PR yang dibuatnya, kita dapat mengetahui dan menjelaskan bagaimana praktisi dan departemen PR menjalankan fungsi komunikasinya dan mengapa mereka bertindak demikian. Model-model PR membantu mendeskripsikan bagaimana suatu budaya dan sistem politik memengaruhi praktek PR dalam suatu organisasi. Selain itu, dengan mengidentifikasi model-model PR, kita dapat mengetahui bagaimana bentuk komunikasi dan riset yang digunakan oleh praktisi PR untuk mengetahui opini atau pendapat dari publik organisasi. Riset, seperti dikatakan oleh Lattimore dkk.²¹ adalah fungsi yang vital bagi PR, dimana riset dibutuhkan dalam merencanakan aksi-aksi PR dan berperan dalam mengevaluasi aksi tersebut. Pentingnya komunikasi dan riset dalam PR juga dijelaskan oleh Cutlip, Center, dan Broom dalam definisi PR berikut ini:²²

“Public relations is the distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communication, understanding, acceptance, and cooperation between an organization and its publics... and uses research and sound and ethical communication as its principal tools.”

Dari definisi di atas kita dapat melihat bahwa riset dan komunikasi merupakan hal yang penting dan mendasar dari praktek kerja PR, terutama dalam menjalankan fungsinya untuk membangun dan menjaga hubungan yang harmonis dengan publiknya. PR adalah bagian dari manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya. Definisi inilah yang membantu mereka untuk merumuskan empat model dalam praktek PR. Keempat model PR tersebut adalah:

1. Press agency (agen pemberitaan atau agen pers)

²⁰Slamet Mulyadi. Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul. Tadbir. Jurnal Studi Manajemen Pendidikan. 2018 Vol. 2 No. 1. Hal. 125.

²¹James K. Van Leuven, Lattimore Dan, Baskin Otis, Suzette T. Heiman, L. Toth Elizabeth. Public Relations The Professional and The Practise. USA: McGraw Hill. 2004. Hal. 102.

²²Glen M, Cutlip, Scott M, Allen H, Center, Broom. Effective Public Relation, Edisi 8. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia. 2005. Hal. 24.

Model pertama didasarkan pada kerja agen pers dan publisistis yang melakukan aktivitasnya dari pertengahan abad ke-19 hingga awal abad ke-20.²³ Model ini dianggap sebagai bentuk tertua dari praktek PR. Praktisi PR dalam model ini selalu mencari kesempatan agar nama organisasi mereka muncul di media tanpa banyak melakukan riset tentang publik mereka. Termasuk dalam model ini adalah taktik propaganda. Komunikasi antara organisasi dan publik dijalankan secara satu arah (*one-way*) tanpa diawali riset dengan tujuan membujuk publik untuk melakukan tindakan tertentu sesuai dengan apa yang diinginkan organisasi.

2. Public information (informasi publik)

Model kedua merujuk pada kerja Ivy Lee dan pendekatan "*public be informed*" dimana informasi dikirim keluar oleh sebuah organisasi. Dalam model ini, praktisi PR mengutamakan persuasi dalam penyampaian informasi yang jujur dan akurat kepada publik tanpa bertujuan memeralat mereka. Sama halnya dengan model pertama, komunikasi dilakukan secara satu arah tanpa didahului riset mengenai informasi apa yang paling baik untuk dikomunikasikan kepada publik.²⁴ Selain itu, kedua model satu arah ini cenderung menggunakan media sebagai alat komunikasi dengan publiknya.

3. Two-way asymmetrical (dua arah asimetris)

Grunig dan Hunt mengatakan bahwa model ini adalah karakter dari tipe PR yang dipraktekkan dari pertengahan tahun 1920 hingga 1950-an.²⁵ Model asimetris dua arah ini dianggap sebagai kerja persuasi ilmiah yang menerapkan metode riset ilmu sosial untuk meningkatkan efektivitas persuasi dari pesan yang disampaikan. Persuasi ilmiah ini dianggap sebagai tujuan utama dan dijalankan melalui komunikasi dua arah dengan efek yang tidak seimbang (*imbalanced effect*).²⁶ PR History mengatakan bahwa riset yang dilakukan PR dalam model ini digunakan untuk mengubah sikap publik agar sesuai dengan tujuan atau sasaran dari organisasi. Riset yang digunakan dalam model two-way

²³James, Grunig. *Excellence in Public Relations and Communications Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate Publisher. 1992. Hal. 30.

²⁴James K. Van Leuven, Lattimore Dan, Baskin Otis, Suzette T. Heiman, L. Toth Elizabeth. *Public Relations The Professional and The Practise*. USA: McGraw Hill. 2004. Hal. 63.

²⁵Butterick, Keith. *Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT. Rajagrafindo. 2012. Hal. 32.

²⁶Matthew Dan Huberman, Michael, Miles. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: Universitas Indonesia. 1992. Hal. 36.

asymmetrical berbentuk formatif dan evaluatif. Formatif, untuk membantu merencanakan suatu aktivitas dan memilih sasaran-sasaran, dan evaluatif jika sasaran tersebut telah dicapai. Feedback yang didapat dari riset semata-mata digunakan untuk menentukan pesan-pesan persuasif yang lebih baik. Bernays, sebagai pelopor model ini menggunakan pihak ketiga (*third party authorities*) untuk secara tidak langsung membantu organisasi memanipulasi publiknya. Bernays bahkan mengatakan bahwa "*if you can influence the leaders, either with or without their conscious cooperation, you automatically influence the group which they sway*". Dengan kata lain, cukup dengan mempersuasi pihak ketiga yang notabene merupakan perwakilan dari publik, organisasi sudah dapat memengaruhi keseluruhan publik tersebut.

4. Two-way symmetrical (dua arah simetris)

Karakter utama dari model ini adalah adanya kemauan kedua belah pihak untuk berdialog tidak hanya membujuk, namun juga mendengarkan, mempelajari, dan mengadaptasi perilaku dari pihak-pihak yang berdialog.²⁷ Model ini mensyaratkan komunikasi dua arah yang jujur dan memposisikan kedua pihak yang berkomunikasi dalam kedudukan seimbang. Komunikasi yang dijalin antara organisasi dan publik bertujuan untuk menciptakan *mutual understanding*. Dalam model ini, komunikasi dijalankan secara dua arah dengan efek yang seimbang (*balanced effect*). Model two-way symmetrical didasarkan pada kebebasan pertukaran informasi yang kemudian digunakan untuk mengubah sikap dari organisasi dan publiknya. Organisasi menggunakan dua jenis riset dengan dua tujuan yang berbeda. Riset pertama yaitu riset formatif, bertujuan untuk mempelajari bagaimana publik mempersepsi organisasi dan menentukan akibat-akibat apa yang ditimbulkan organisasi dalam praktek bisnisnya. Hasil dari riset ini dapat membantu manajemen untuk merumuskan kembali kebijakan-kebijakan perusahaan. Kedua, riset evaluatif digunakan untuk mengukur apakah PR telah memperbaiki pemahaman publik tentang organisasi dan pemahaman manajemen atas publik-publiknya.²⁸

²⁷Butterick, Keith. Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik. Jakarta: PT. Rajagrafindo. 2012 Hal. 33.

²⁸Matthew Dan Huberman, Michael, Miles. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: Universitas Indonesia. 1992. Hal. 39.

RELEVANSI LEMBAGA PENDIDIKAN DAN MANAJEMEN KEHUMASAN

Faktor-faktor yang berpengaruh sangat vital dalam proses pendidikan baik pendidikan positif ataupun negatif adalah lingkungan pendidikan atau lembaga pendidikan. Sebagai wadah berlangsungnya proses pendidikan lembaga pendidikan merupakan bentuk dari lingkungan sosial masyarakat. Dalam menunjang proses pendidikan lembaga pendidikan sangat penting agar menimbulkan keadaan belajar yang efektif, efisien, nyaman, tertib, dan berkelanjutan.

Dalam pengertian bahasa, lembaga pendidikan merupakan suatu acuan, yang memberikan bentuk terciptanya bentuk yang lain, organisasi, instansi yang memiliki tujuan untuk melaksanakan suatu kajian ilmiah atau keilmuan serta melakukan suatu usaha.²⁹ Dalam bahasa Inggris, lembaga disebut Institute (dalam pengertian fisik), yaitu sarana atau organisasi untuk mencapai tujuan tertentu, sedangkan lembaga dalam pengertian non fisik atau abstrak disebut Institution, yaitu suatu sistem norma untuk memenuhi kebutuhan. Lembaga dalam pengertian fisik disebut juga dengan bangunan, dan lembaga dalam pengertian non fisik disebut dengan pranata.

Secara terminologi bahwa lembaga pendidikan adalah suatu sistem peraturan yang bersifat abstrak, suatu konsepsi yang terdiri dari kode-kode, norma-norma, ideologi-ideologi dan sebagainya, baik tertulis atau tidak, termasuk perlengkapan material dan organisasi simbolik: kelompok manusia yang terdiri dari individu-individu yang dibentuk dengan sengaja atau tidak, untuk mencapai tujuan tertentu dan tempat tempat kelompok itu melaksanakan peraturan-peraturan tersebut adalah: masjid, sekolah, kuttab dan sebagainya.³⁰

Lembaga pendidikan adalah suatu badan yang berusaha mengelola dan menyelenggarakan kegiatan-kegiatan sosial, kebudayaan, keagamaan, penelitian keterampilan dan keahlian. yaitu dalam hal pendidikan intelektual, spiritual, serta keahlian/ keterampilan. Sebagai tempat atau wadah dimana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terorganisasi, terpimpin dan

²⁹Daryanto, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Surabaya: Apollo. 1997. Hal. 367.

³⁰Ramayulis, Ilmu Pendidikan Islam. Jakarta: Kalam Mulia. 2002. Hal. 342.

terkendali, dalam memanfaatkan sumber daya, sarana-parasarana, data, dan lain sebagainya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan pendidikan.³¹

Dilihat dari definisi lembaga pendidikan di atas mengisyaratkan adanya proses manajemen yang dilaksanakan oleh pihak yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung dengan lembaga pendidikan, dengan begitu dikarenakan hubungan masyarakat adalah salah satu dari bagian penting dari manajemen maka dengan otomatis di dalam sebuah lembaga pendidikan pasti dan wajib ada seorang yang kompeten di bidang kehumasan dalam rangka memberikan pelayanan yang optimal terkait informasi yang akan di publisasikan kepada pelanggan pada lembaga pendidikan tersebut, Dengan tujuan memberikan kepuasan bagi pengguna jasa di lembaga pendidikan melalui informasi yang disampaikan oleh *public relation*.

ANALISIS MODEL-MODEL *PUBLIC RELATION* PADA LEMBAGA PENDIDIKAN

Lembaga pendidikan merupakan tempat dimana proses pembentukan karakter, penemuan jati diri dan sebagainya pada manusia menjadi lebih sempurna, oleh karenanya selayaknya lembaga pendidikan menggunakan model yang tepat pula dibidang kehumasan agar menimbulkan kepercayaan terhadap lembaga pendidikan tertentu bahwa lembaga tersebut adalah tempat yang layak untuk dipilih sebagai proses pembentukan karakter dan jati diri mereka.

Dalam dunia *Public Relation* Grunig dan Hunt telah menawarkan empat Model hubungan masyarakat yang secara global bisa digunakan oleh semua khalayak sesuai kebutuhan keempat model tersebut diantaranya adalah: *press agency* dengan tipe Komunikasi satu arah dengan propaganda. *Public information* dengan tipe Komunikasi satu arah serta menyebarkan informasi yang benar dan akurat. *Two-way asymmetrical* dengan tipe Komunikasi dua arah dengan teknik persuasi ilmiah. *Two way symmetrical* dengan tipe Komunikasi dua arah untuk membangun saling pengertian.

Sebuah riset yang dilakukan Grunig dan Hunt, menunjukkan bahwa 50% dari organisasi mempraktekkan model *public information*, 20% menggunakan model *two-way asymmetrical*, 15% *press agency*, dan 15% menggunakan *two-way symmetrical* model. Lebih jauh dikatakan bahwa model *press agency* banyak dipraktekkan dalam kegiatan

³¹Hasbullah. Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan. Jakarta: Raja Grafinda Persada, 1999. Hal. 3.

olahraga, teater, dan promosi produk. Model *public information* banyak dipraktikkan oleh PR di pemerintahan, lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, dan bahkan beberapa korporasi. Model ketiga yaitu *two-way asymmetrical* dipraktikkan oleh perusahaan-perusahaan yang berorientasi pada persaingan dan beberapa perusahaan PR. Terakhir, model *two-way symmetrical* banyak dipraktikkan oleh *regulated businesses* juga oleh beberapa perusahaan PR.³²

Berdasarkan riset yang dilakukan Grunig dan Hunt dari empat model yang ditawarkan tidak semua relevan untuk digunakan pada *public relation* di lembaga pendidikan, karena pada model-model tersebut mempunyai karakteristik yang berbeda, dan jika diterapkan pada lembaga pendidikan akan menimbulkan dampak tertentu yang bisa menguntungkan atau merugikan lembaga pendidikan jika salah dalam menggunakan model tersebut.

Ada dua model yang relevan untuk digunakan pada lembaga pendidikan, yaitu model *public information* dan model *two-way symmetrical*. *public information* merupakan model yang cocok digunakan pada lembaga pendidikan karena menggunakan komunikasi satu arah dengan menyebarkan informasi kepada public atau khalayak ramai secara benar dan akurat, model ini biasanya dilakukan oleh lembaga pendidikan dengan menggunakan siaran pers, cetak banner, atau media yang lainnya dengan menggunakan teknik komunikasi satu arah untuk menginformasikan semua informasi tentang lembaga pendidikan. *Contoh:* Pihak lembaga pendidikan mencetak banner untuk mengumumkan acara rapat wali murid yang diadakan setiap akhir semester. Sedangkan model yang kedua adalah model *two-way symmetrical* yang memiliki tipe komunikasi dua arah antara lembaga pendidikan dengan konsumen (wali murid) dari lembaga pendidikan tersebut yang bertujuan untuk membangun pengertian. Karakteristik model tersebut adalah menggunakan komunikasi dua arah antara lembaga pendidikan dan khalayak publik untuk bernegosiasi, menyelesaikan konflik, mengembangkan saling pengertian serta saling menghormati antara organisasi lembaga pendidikan dengan publik-publiknya. *Contoh:* pihak lembaga pendidikan memberitahukan rencana peningkatan mutu lembaga

³²James Grunig. Excellence in Public Relations and Communications Management. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate Publisher. 1992. Hal. 303.

pendidikan melalui kenaikan administrasi pembiayaan dalam rapat wali murid serta bermusyawarah untuk mendapatkan hasil yang disepakati bersama.

KESIMPULAN

Lembaga pendidikan merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap praktek pendidikan baik positif ataupun negatif. Lembaga pendidikan sebagai tempat berlangsungnya proses pendidikan yang memiliki suatu sistem terencana merupakan bagian dari lingkungan sosial. Oleh karenanya lembaga pendidikan butuh kepada khalayak publik untuk mendukung proses terealiasasinya proses pendidikan. Dan tentunya untuk mengkomunikasikan serta menginformasikan kepada publik terkait lembaga pendidikan tersebut membutuhkan *Public relation*/humas sebagai bagian khusus untuk berkomunikasi serta memeberikan informasi kepada khalayak publik.

Ketika Humas pada lembaga pendidikan berperan penting untuk berkomunikasi dengan publiknya butuh model yang menjadi acuan untuk mengkomunikasikan sesuatu tertentu kepada publik, sebagaimana mana di tawarkan oleh Grunig dan Hunt ada Empat Model yang Diantaranya adalah: *Prees agentry, public information, two-way asymmetrical, two way symmetrical*.

Dari beberapa model yang ditawarkan oleh Grunig dan Hunt ada dua model yang relevan digunakan di lembaga pendidikan pertama adalah model *Public Relation* yang memiliki tipe komunikasi satu arah dan fokus kepada kebenaran serta keakuratan informasi kedua adalah model *two way symmetrica* yang memiliki tipe komunikasi dua arah dan menggunakan negosiasi untuk mendapatkan saling sepemahaman dan sepengetian antara lembaga pendidikan dan publiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- 'A. Fauzi. Pengembangan Human Relation Perspektif Nilai-Nilai Al-Qur'an. Mutawatir UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015. Vol. 1. No. 2. Hal. 168.'
- 'Baharun, H., & Awwaliyah, R. Pendidikan Multikultural Dalam Menanggulangi Narasi Islamisme Di Indonesia. Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education Studies), 2017 Vol. 5 No.2, Hal. 224-245'
- 'Baharun, H. (2015). Penerapan Pembelajaran Active Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Di Madrasah. Jurnal Pendidikan Pedagogik, 1(1), 34-46.'
- 'Baharun, H. (2016). Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Pada Lembaga Pendidikan Islam. At-Tajdid: Jurnal Ilmu Tarbiyah, 5(2). 4.'
- 'Butterick, Keith. 2012. Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik. Jakarta: PT. Rajagrafindo. Hal. 32.'
- 'Butterick, Keith. 2012. Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik. Jakarta: PT. Rajagrafindo. Hal. 33.'
- Butterick, Keith, 'Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik. (Jakarta: PT. Rajagrafindo. 2012). Hal. 10'
- 'Daryanto, Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Surabaya: Apollo. 1997. Hal. 367'
- 'Glen M, Cutlip, Scott M, Allen H, Center, Broom. Effective Public Relation, Edisi 8. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia. 2005. Hal. 24.'
- 'Glen M. Broom, Cutlip, Scott M., Allen H. Center. Effective Public Relations: Tenth Edition. United State of America: Prentice Hall. 2009. Hal. 24.'
- 'Hasan Baharun, Z. (2017). Manajemen Mutu Pendidikan : Ikhtiar Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah Melalui Pendekatan Balanced Scorecard. Tulungagung: Akademia Pustaka. 64.'
- 'Hasbullah. Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan. Jakarta: Raja Grafinda Persada, 1999. Hal. 3.'

- 'James, Grunig. 1992. Excellence in Public Relations and Communications Management. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate Publisher. Hal. 30.'
- 'James Grunig. 1992. Excellence in Public Relations and Communications Management. Hal. 298.'
- 'James Grunig. 1992. Excellence in Public Relations and Communications Management. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate Publisher. 1992. Hal. 303.'
- 'James Grunig. 1992. Excellence in Public Relations and Communications Management. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associate Publisher. 1992. Hal.290.'
- 'James K. Van Leuven, Lattimore Dan, Baskin Otis, Suzette T. Heiman, L. Toth Elizabeth,. 2004. Public Relations The Professional and The Practise. USA: McGraw Hill. Hal. 102.'
- 'James K. Van Leuven, Lattimore Dan, Baskin Otis, Suzette T. Heiman, L. Toth Elizabeth,. 2004. Public Relations The Professional and The Practise. USA: McGraw Hill. Hal. 63.'
- 'Keith Butterick. Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik. (Jakarta: PT. Rajagrafindo. 2012). Hal. 11'
- 'Keith Butterick. Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik. Hal. 13'
- 'Kuttab Marupakan Nama Tempat Bagi Orang Yang Belajar Menulis Dan Mengajar Menulis Pada Masa Pra Sejarah Islam Namun Masih Belum Terkenal Pada Masa Sejarah Islam Kuttab Mulai Terkenal Dan Digunakan Bukan Hanya Tempat Untuk Belajar Dan Mengajar Menulis Saja'
- 'Lattimore Dan, Baskin Otis, Suzette T. Heiman, L. Toth Elizabeth, James K. Van Leuven. Public Relations The Professional and The Practise. USA: McGraw Hill. 2004. Hal. 51.'
- Lexy Moleong, J., 'Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002).178'
- 'Matthew Dan Huberman, Michael, Miles. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: Universitas Indonesia. 1992. Hal. 36.'

- 'Matthew Dan Huberman, Michael, Miles. Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru. Jakarta: Universitas Indonesia. 1992. Hal. 39.'
- 'Nur Izza Afkarina. Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Publik Opinion Lembaga Pendidikan. Idarah. Vol. 2 No. 1. 2018. Hal. 53.'
- 'Publisitas Merupakan Proses Dimana Informasi-Informasi Terkait Sesuatu Tertentu Di Sebarkan Dengan Terencana Dan Menggunakan Alat Yang Tertentu Pula Untuk Mencapai Tujuan Organisasi Dengan Tanpa Melakukan Pembayaran Pada Media. Nunung Prajarto. Efektivita'
- 'Puspokusumo, A. (2011). PERANAN MANAGEMENT PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN JASA PERHOTELAN: STUDI KUALITATIF PADA RE-OPENING HOTEL MANDARIN ORIENTAL, JAKARTA. Binus Business Review, Vol. 2 No.1, 202-215'
- 'Ramayulis, Ilmu Pendidikan Islam. Jakarta: Kalam Mulia. 2002. Hal. 342.'
- 'Sista, T. R. Implementasi Manajemen Kurikulum Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. Jurnal Educuan, (2017) Vol. 1 No. 1, 44.', *Cendekia*, 14 (2016), 02
- 'Slamet Mulyadi. Perencanaan Humas Dan Usaha Membangun Citra Lembaga Yang Unggul. Tadbir. Jurnal Studi Manajemen Pendidikan. Vol. 2 No. 1. 2018. Hal. 125.'