

Strategi Hubungan Masyarakat dalam Pendidikan Islam

M. Asep Fathur Rozi
STAI Muhammadiyah Tulungagung
fathur0783@gmail.com

ABSTRACT: *Public Relations is the management function which evaluates public attitudes, indentifies the policies and procedures of an individual or organization with the public interest and axecutes a program of action to earn public understanding and acceptance. The principle of Public relations are Qaulan Ma'ruf, Qawlan Syahid, Qaulan Baligha, Qaulan Karimah, Qaulan Maysurah, dan Qaulan Layyinah. The relationship between school and internal public can be done by extracurricular, field trip, camping, field practice, internal meeting with teacher and community service. Strategy school in establish external public could be done in a form of report to students parents, school magazine, school exhibition, open house, school visitation, radio and television, letters and telephone. A synergy between educational institutions with the community (parents) can be created by taking the community as a partner. This level higher than only become the community as customer. In this case the community or parents involved in the policy making and planning in education. Thus people to determine the development of educational institutions that eventually impact on child development.*

Keywords: *Public Relations, Public Relations Strategy, Role and Functions of Public Relations.*

ABSTRAK: Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengindentifikasi kebijakan dan prosedur untuk kepentingan umum dan penerimaan. Prinsip hubungan masyarakat adalah Qaulan Ma'ruf, Qawlan Syahid, Qaulan Baligha, Qaulan Karimah, Qaulan Maysurah, dan Qaulan Layyinah. Hubungan antara

sekolah dan internal masyarakat dapat dilakukan dengan ekstrakurikuler, kunjungan lapangan, camping, latihan lapangan, pertemuan internal dengan guru dan pengabdian masyarakat. Strategi sekolah dalam membangun masyarakat luar dapat dilakukan dalam bentuk laporan kepada siswa orang tua, majalah sekolah, pameran sekolah, open house, kunjungan sekolah, radio dan televisi, surat dan telepon. Sinergi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat (orang tua) dapat tercipta dengan mengajak masyarakat sebagai mitra. Tingkat ini lebih tinggi daripada sebagai komunitas sebagai pelanggan. Dalam hal ini masyarakat atau orang tua dilibatkan dalam pembuatan kebijakan dan perencanaan pendidikan. Dengan demikian masyarakat menentukan perkembangan institusi pendidikan yang pada akhirnya berdampak pada perkembangan anak.

Kata kunci: Hubungan Masyarakat, Strategi Humas, Peran dan Fungsi Humas.

Pendahuluan

Keberadaan humas dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dengan publiknya. Humas memiliki tujuan untuk menyebarkan informasi dan membina hubungan baik antara lembaga dan masyarakat pengguna layanan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan citra positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Sehingga dalam hal ini humas menjadi salah satu garda depan penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat.

Lembaga menempatkan komunikasi sebagai aktifitas dan kebutuhan mendasar. Komunikasi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari setiap kegiatan interaktif organisasi, baik organisasi profit maupun nirlaba. Hal ini digunakan untuk mencapai tujuan bersama dari organisasi tersebut dan memegang peranan yang sangat penting dalam keberhasilan maupun kegagalannya. Tujuan organisasi dapat dicapai secara maksimal apabila seluruh sumberdaya organisasi tersebut mampu bekerjasama dalam sebuah tim dan memainkan perannya masing-masing secara maksimal pula.

Konsep dasar humas bisa ditemukan dalam al-Quran tentang *hablum mi an nas* dalam surat Ali Imron 112 :

ضَرَبَتْ عَلَيْهِمُ الدَّلَّةُ أَيْنَ مَا تَقِفُوا إِلَّا بِحَبْلٍ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلٍ مِنَ النَّاسِ

Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia (QS. Ali Imran: 112)

Ayat diatas menjelaskan tentang hubungan (tali) kepada Allah dan kepada manusia. Dalam konsep hubungan sesama manusia, dijelaskan pada awal ayat bahwa manusia akan diliputi kehinaan yang menurut penulis, bisa ditafsirkan sebagai kegagalan yang dialami manusia jika tidak mau melakukan hubungan sesama manusia. Artinya bahwa membina hubungan baik dengan sesama manusia ini bisa menjadi salah satu yang menyebabkan tercapainya tujuan.

UUD 1945 menyebutkan bahwa setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.¹ Selanjutnya dipertegas dalam UU No 14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik: Menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta alasan pengambilan suatu keputusan publik.²

Adanya jaminan dari pemerintah untuk mengetahui hal-hal yang dulu sifatnya menjadi rahasia, maka hal ini tentu harus diimbangi dengan strategi publikasi yang lebih tepat. Dalam proses publikasi ini dibutuhkan tenaga terampil khusus dibidang hubungan masyarakat. Tenaga terampil inilah yang kemudian menjadi garda depan untuk mengkomunikasikan program maupun produk dalam sebuah organisasi. Dengan bahasa lain bisa disebut tenaga kehumasan.

Konsep Dasar Manajemen Humas

Menurut Glenn dan Denny Griswold seperti yang dikutip oleh Oemi Abdurrachman mengemukakan definisi sebagai berikut : *“Public Relations is the management function which evaluates public attitudes, indentifies the policies and procedures of an inividual or organization with the public interest and axecutes a program of action to earn public understanding and acceptance”*. (Public Relations adalah suatu manajemen yang menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publik).³

¹UUD 1945 Pasal 28 Ayat F

²UU No 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik Pasal 3

³Oemi Abdurrachman, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), hlm. 26.

Berikut definisi *public relation* yang dikemukakan oleh beberapa ahli :

1. Menurut Rex F. Harlow bahwa “*Public Relations is a distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communication, understanding, acceptance, and cooperation between an organization and its public; involves the management problems or issues; helps management keep informed on and responsive to public opinion; defines and emphasizes the responsibility of management to serve the public interest; helps management keep abreast of and effectively utilize change, serving as an early warning system to help anticipate trends; and uses research and sound ethical communication techniques as its principal tools.*”⁴
2. Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glenn M. Broom dalam *Effective Public Relations* “*Public Relations is the management function that identifies, establishes, and maintains mutually beneficial relationships between an organization and the various publics on whom its success or failure depends*”⁵
3. Menurut *The International Public Relations Association (IPRA)* yang merumuskan definisi *public relation* pada *The World Assembly of Public Relations* di Mexico City pada tahun 1978 dan didukung oleh 34 organisasi nasional bahwa “*Public Relations practice is the art and social science of analyzing trends, predicting their consequences, counseling organization leaders, and implementing planned programs of action which serve both the organization’s and the public’s interest.*”⁶

Prinsip Humas dalam Pendidikan Islam

Dalam melakukan kegiatan komunikasi dalam *public relations* agar terwujud komunikasi yang efektif maka perlu adanya kunci sukses dalam berkomunikasi. Kunci sukses tersebut tentunya tergantung pada prinsip-prinsip komunikasi perspektif Islam, Jalaluddin Rahmat menawarkan enam prinsip komunikasi dalam al-Qur’an yang menurut penulis bisa menjadi prinsip dalam humas, diantaranya:⁷

⁴Dennis L. Wilcox, *Public Relations: Strategies and Tactics*, 7th Edition. (Boston: Pearson Education, 2003), hlm. 3.

⁵Scott M. Cutlip; Allen H. Center, Glenn M. Broom, *Effective Public Relations*, 8th Edition, (New Jersey: Prentice Hall, 1999), hlm. 1.

⁶Antony Davis. *Everything You Should Know About Public Relations: Panduan Lengkap Tentang PR*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005), hlm. 4.

⁷Jalaluddin Rahmat, *Prinsip-Prinsip Komunikasi Menurut Al-Qur’an*, Dalam *Audienta Jurnal Komunikasi*. Vol I, hlm. 35.

1. Qaulan Ma'ruf

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ مَعْرُوفًا

“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akal nya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik.” (QS. An-Nisa’: 5)

2. Qawlan Syahid

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِنَّ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.” (QS. An-Nisa’: 9)

3. Qaulan Baligha

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka.” (QS. An-Nisa’: 63)

4. Qaulan Karimah

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَنْبَغُ عِنْدَكَ الْكِبَرُ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

“Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia.” (QS. Al-Isra’: 23)

5. Qaulan Maysurah

وَإِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhan yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas” (QS. Al-Isra’: 28)

6. Qaulan Layyinah

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

“Pergilah kamu berdua kepada Fira’un, sesungguhnya ia telah melampaui batas; maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut mudah-mudahan ia ingat atau takut” (QS. Taha: 43-44)

Tujuan Humas di Lembaga Pendidikan

Menurut Frida Kusumastuti bahwa tujuan humas adalah terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (aspek kognisi), menjaga dan membentuk saling percaya (aspek afeksi), memelihara dan menciptakan kerjasama (aspek psikomotoris).⁸

Dilihat dari kepentingan sekolah, posisi humas di sekolah memiliki tujuan untuk memelihara kelangsungan hidup sekolah, meningkatkan mutu pendidikan, memperlancar proses belajar mengajar dan memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat. Sedangkan dilihat dari kebutuhan masyarakat, tujuan humas adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperoleh bantuan sekolah dalam memecahkan masalah, menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat, memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkat kemampuannya.⁹

Hubungan masyarakat yang dimiliki oleh lembaga pendidikan dapat membantu terjadinya saling pengertian, dan dapat memunculkan sikap kerjasama yang baik antara masyarakat dengan pihak sekolah. Sebagai contohnya adalah dapat mencegah kesalahpahaman, mendapatkan bantuan moral dan finansial yang diperlukan bagi pengembangan sekolah, menjalin kerjasama dalam pembuatan kebijakan baru.¹⁰

Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan

Scott M. Cutlip dan Allen Center dalam bukunya *Effective Public Relations*, menjelaskan bahwa humas memiliki fungsi untuk memberi kemudahan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili publik organisasi, agar nantinya kebijakan yang diambil dapat sesuai dengan kebutuhan dan pandangan masyarakat.¹¹ Sementara sebagaimana yang dikutip oleh Ida humas memiliki fungsi dan peran untuk meningkatkan kesadaran tentang pendidikan dan mencegah *misinformation*, membangun dukungan masyarakat khususnya dalam hal pendanaan, menjalin kerjasama dalam mengelola perubahan pendidikan, dan membangun kerjasama dengan pihak media.¹²

⁸Frida Kusumastuti, *Dasar Dasar Humas*, (Jakarta: Ghalia, 2002), hlm. 20-22.

⁹M. Ngalim Purwanto, *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1995), hlm. 189-190.

¹⁰M. Daryanto, *Administrasi Pendidikan, Cet 2* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hlm. 275.

¹¹Cutlip Et Al, *Effective Public...*, t.h.

¹²Ida Anggraeni Ananda, *Public Relations Perguruan Tinggi: Membangun Reputasi Organisasi Melalui Pengelolaan Budaya Organisasi*. Buku Koalisi Dominan: Refleksi Kritis Atas Peran Dan Fungsi Public Relations Dalam Manajemen. (BPP Perhumas. 2004), hlm. 99.

Peran humas di bidang pendidikan sama seperti peran humas secara umum yaitu sebagai *communicator*, *relationship*, *backup management*, *good image maker*.¹³ Sebagai *communicator*, humas memiliki peran baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara langsung, humas melakukan komunikasi langsung kepada masyarakat, sedangkan tidak langsung, melalui media cetak atau elektronik. Peran *relationship* seorang humas dapat dilihat dari bagaimana dia bisa membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal.

Peran humas sebagai *backup management* adalah dengan melakukan manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mendukung tercapainya tujuan lembaga. Sedangkan *good image maker* dilakukan humas untuk menciptakan citra positif yang merupakan prestasi lembaga tersebut. Hal ini menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan dan membangun citra lembaga yang diwakilinya.

Strategi Humas dalam Pendidikan

Strategi humas ditentukan dengan memetakan sasaran humas. Sasaran humas bisa *publik internal* (publik yang menjadi bagian dari unit atau badan atau perusahaan atau institusi atau organisasi itu sendiri) maupun *publik eksternal* (publik secara umum atau masyarakat). Publik humas dalam lembaga pendidikan terdiri dari peserta didik, staf lembaga baik itu pendidik maupun tenaga kependidikan, alumni, masyarakat, pemerintah, media (pers), orang tua dan pihak terkait lainnya.¹⁴ Sedangkan bentuknya berupa bulletin bulanan, surat kabar, pameran sekolah, kunjungan kerumah wali murid, penjelasan oleh staf sekolah, radio serta laporan tahunan.¹⁵

Strategi dalam menjalin hubungan dengan masyarakat terbagi menjadi 2, yaitu *internal public* dan *external public*. Strategi sekolah dalam menjalin hubungan antar warga sendiri (*internal public*) dapat dilakukan dengan kegiatan ekstra kurikuler, karya wisata, berkemah, praktik lapangan, rapat internal dengan guru dan karyawan, dan pelayanan masyarakat.

Ekstra kurikuler merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh kesan masyarakat (*public opini*) bahwa sekolah tersebut

¹³Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 26-27.

¹⁴Ida Anggraeni Ananda, *Public Relations...*, hlm. 101-103.

¹⁵Pawit M. Yusup, *Komunikasi Pendidikan Dan Komunikasi Instruksional*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), hlm. 73.

memiliki kegiatan yang menunjang pelajaran sekolah, juga program yang berkonsentrasi untuk ketrampilan siswa. Misalnya pramuka, PMR dan sebagainya.¹⁶ *Field trip* merupakan kunjungan siswa untuk memperoleh pengetahuan baru mengenai obyek tertentu sebagai bagian integral dari kegiatan kurikuler di sekolah.¹⁷ Manfaat yang diperoleh adalah mendorong siswa untuk bisa memaksimalkan kemampuan motoriknya melalui pengamatan terhadap benda, dan mengintegrasikan hasil pengamatan dengan pelajaran di kelas. Hal ini bisa menjadi motifasi siswa untuk melakukan penyelidikan dan penemuan baru, mengajarkan kebersamaan, memupuk dan menanamkan cinta pada alam sekitarnya.¹⁸

Berkemah merupakan kegiatan sekolah yang bertujuan untuk mengembangkan pemahaman siswa atas benda disekitarnya, peristiwa yang terjadi, lingkungan sosial dan lingkungan alam yang realistis dan konkrit. Siswa akan dilatih untuk menjadi pribadi yang mandiri, kreatif, disiplin, memiliki kekuatan fisik dan keberanian.¹⁹ Praktik lapangan bertujuan untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh siswa, sehingga dengan melatih kemampuan yang diperolehnya di bangku sekolah maka akan meningkatkan kemampuan peserta didik. Salah satu manfaatnya adalah peserta didik dapat merasakan dan memperoleh pengalaman nyata, sehingga peserta didik dapat mengembangkan kemampuannya.

Rapat internal dengan guru dan karyawan dilakukan untuk membina hubungan yang harmonis dan memelihara pengertian bersama sehingga dapat meningkatkan kemampuan tim dan mewujudkan saling percaya satu sama lain. Komunikasi ini tidak melulu dengan bentuk formal (rapat) melainkan bisa dilakukan dengan obrolan biasa pada saat istirahat dengan guru dan karyawan untuk membahas satu permasalahan yang berhubungan dengan pendidikan.²⁰ Pelayanan terhadap masyarakat merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memberikan pelayanan atau pengabdian kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan sekolah. Salah satu contohnya adalah perpustakaan sekolah dibuka untuk umum, unit kesehatan sekolah untuk umum maupun, mengadakan kerja bakti lingkungan sekitar.²¹

¹⁶Fatah Syukur, *Teknologi Pendidikan*, (Semarang: Rasail, 2005), hlm. 119.

¹⁷Nana Sudjana Dan Ahmad Rifdi, *Media Pengajaran*, (Bandung: Sinar Baru, 1990), hlm. 210.

¹⁸Fatah Syukur, *Teknologi*, hlm. 114-115.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 118.

²⁰Bambang Siswanto, *Hubungan Masyarakat, Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 19.

²¹Fatah Syukur, *Teknologi...*, hlm. 117.

Strategi sekolah dalam menjalin hubungan masyarakat luar (*external public*) bisa dilakukan dalam bentuk laporan kepada orang tua siswa, majalah sekolah, pameran sekolah, *open house*, kunjungan sekolah, radio dan televisi, surat dan telepon. Laporan pihak sekolah terhadap orang tua siswa terutama tentang kemajuan yang dicapai siswa dalam pembelajarannya dilakukan secara tertulis setiap akhir semester. Saat ini laporan yang diberikan hendaknya tidak hanya berupa angka-angka saja, tetapi juga laporan perkembangan anak melalui narasi. Sekolah memberikan penjelasan mengenai kekuatan dan kelemahan anak, memberikan saran tentang cara memperbaiki kelemahan anak.

Majalah sekolah merupakan media informasi yang diterbitkan oleh sekolah. Majalah ini diterbitkan bisa satu bulan sekali atau 2 mingguan. Isi dari majalah ini diantaranya adalah kegiatan belajar mengajar yang dilakukan di sekolah dan juga didalamnya mencantumkan penjelasan tentang kegiatan serta keadaan sekolah, kebijakan baru bahkan bisa juga memuat iklan untuk mendapatkan dana demi perkembangan majalah tersebut.

Pameran merupakan kegiatan sekolah yang dilakukan pada akhir tahun pelajaran. Acara ini bisa diprogramkan secara rutin oleh pihak sekolah. Pameran sekolah menampilkan kegiatan kesenian siswa yang telah dilatih dalam kurun waktu tertentu. Selain kesenian, pameran sekolah juga menampilkan hasil karya peserta didik termasuk karya tulis, seni, ketrampilan dan sebagainya. Kegiatan ini digunakan sebagai sarana untuk menciptakan hubungan sekolah dengan masyarakat sekitar, sekaligus mencari dana untuk kepentingan perkembangan dan kelancaran pendidikan di sekolah.²²

Open house merupakan terobosan baru untuk mengajak masyarakat lebih mengenal sekolah. Sekolah memberikan kesempatan kepada masyarakat tentang program dan kegiatan sekolah. Sekolah perlu menonjolkan program-program yang menarik masyarakat dan memberikan gambaran yang jelas terhadap keunggulan sekolah.²³ Hal yang mirip dengan *open house* adalah kunjungan ke sekolah oleh orang tua murid. Kunjungan ini dilakukan pada waktu pelajaran diberikan. Sekolah memberikan kesempatan kepada orang tua, untuk melihat anak mereka pada waktu belajar di kelas. Selain itu orang tua juga bisa melihat laboratorium dan beberapa perlengkapan yang ada di sekolah. Sehingga mereka memperoleh gambaran yang jelas tentang segala kehidupan dan aktifitas anak mereka di sekolah tersebut.

²²E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, Cet. Ke-4 (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2004), hlm. 176.

²³*Ibid.* hlm. 175.

Strategi humas selanjutnya adalah melalui radio dan televisi, dengan acara talk show atau tanya jawab seputar sekolah. Selain itu sekolah juga bisa memanfaatkan media elektronik ini sebagai sarana untuk mengiklankan kegiatan sekolah. Sekolah dapat menjalin kerja sama dengan masyarakat melalui media ini, artinya sekolah dapat menyampaikan masalah-masalah yang dihadapi di sekolah melalui program radio dan televisi masyarakat dapat memberi tanggapan atau bantuan langsung ke sekolah yang bersangkutan atau melalui lembaga lain yang ditunjuk.

Strategi terakhir adalah menjalin komunikasi melalui surat dan telepon. Dengan surat dan telepon ini, pihak sekolah dapat melakukan komunikasi kepada konsultan pendidikan mengenai persoalan dalam kegiatan belajar mengajar. Bisa juga untuk konsultasi mengenai penanganan peserta didik yang sering melakukan pelanggaran disiplin di sekolah kepada psikolog. Selanjutnya hasil konsultasi tersebut dapat digunakan sebagai pedoman dalam membina peserta didik di sekolah.²⁴

Sekolah dapat melakukan hubungan dengan masyarakat (*external public*) melalui *case conference*, badan pembantu sekolah dan laporan tahunan. *Case conference* merupakan rapat untuk membahas suatu kasus, ini biasanya digunakan dalam bimbingan dan penyuluhan orang tua, BP dan guru. Badan pembantu sekolah memiliki fungsi untuk membantu dan memelihara sekolah supaya sekolah itu hidup subur dan lebih sanggup memenuhi tugasnya sebagai tempat membentuk manusia yang berprestasi, yang cakap. Misalnya POMG (Perkumpulan Orang Tua Murid dan Guru).²⁵

Laporan tahunan merupakan bentuk pertanggung jawaban sekolah kepada pihak yang lebih tinggi. Laporan ini disusun oleh kepala sekolah, dan diberikan kepada pemerintah, yayasan yang menaungi sekolah maupun dari pihak sekolah kepada lembaga di atasnya. Laporan ini berisi administratif sekolah yang terdiri dari kurikulum, personalia, anggaran biaya dan sebagainya. Laporan ini dibuat sebagai pembinaan hubungan yang harmonis serta sebagai usaha menanamkan kepercayaan masyarakat luar terhadap lembaga pendidikan.²⁶

Pesan yang diberikan kepada masyarakat hendaknya memiliki syarat tertentu agar memiliki kesan yang baik. Pertama, pesan disebarkan dengan jelas dan singkat agar mudah dipahami. Artinya

²⁴E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, hlm. 176.

²⁵Zahara Idris, *Dasar-Dasar Kependidikan I*, (Padang: Angkasa Raya, 1992), hlm. 99-101.

²⁶Bambang Siswanto, *Hubungan Masyarakat...*, hlm. 20.

bahwa dengan bahasa sederhana pesan dapat ditangkap oleh sebagian besar dari publik humas. Kedua, menggunakan lambang/gambar yang mudah dipahami oleh masyarakat yang menjadi sasaran publik humas. Ketiga, pesan yang disampaikan dapat menimbulkan minat, perhatian, dan keinginan pada masyarakat untuk melakukan sesuatu kepada lembaga. Keempat, pesan yang disebarkan hendaknya dapat menimbulkan rangsangan untuk menerima pengaruh yang positif.²⁷

Hubungan masyarakat segala aktifitas dan kebijakan sekolah menjadikan masyarakat ikut andil bagian, sehingga produk dan hasil dari sekolah tidak ada yang tak berguna. Semua pasti bisa diterima oleh masyarakat. Keberhasilan humas bisa dilihat jika antara masyarakat dan sekolah menjadi kesatuan yang saling memberi masukan dan saling mempengaruhi, diantaranya selalu berkoordinasi dalam setiap permasalahan, segala kebijakan yang diambil sekolah bermuara pada kepentingan sekolah dan masyarakat.²⁸

Analisa

Lembaga pendidikan adalah merupakan tempat di mana manusia-manusia (peserta didik) dilatih, dididik, dan diajari untuk mencapai tingkat kedewasaannya. Sementara itu di sisi lain peserta didik itu sendiri sangat dipengaruhi oleh emosi, kematangan, bakat orang tua, lingkungan orang tua, ekonomi dan pendidikan orang tua, kepemimpinan orang tua, dan masih banyak lainnya. Sehingga peran humas sangat diperlukan untuk menjadikan potensi-potensi tersebut untuk dibawa dalam pengembangan pendidikan.

Hubungan yang sinergis antara lembaga pendidikan dengan masyarakat (orang tua peserta didik) dapat diciptakan dengan menjadikan masyarakat sebagai *partner*. Tingkatan ini lebih tinggi daripada hanya menjadikan masyarakat sebagai *customer*. Dalam hal ini masyarakat atau orang tua dilibatkan dalam pembuatan kebijakan dan perencanaan dalam pendidikan. Dengan demikian masyarakat ikut menentukan pengembangan lembaga pendidikan yang pada akhirnya berpengaruh terhadap perkembangan anak.²⁹

Sejalan dengan itu penulis mengutip tulisan dari Gunadi³⁰ tentang kunci sukses untuk menggalang partisipasi orang tua adalah

²⁷Santoso Sastro Poetro, *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi Dan Disiplin Dalam Pembangunan Nasional*, (Bandung: Alumni, 1998), hlm. 214.

²⁸Abu Ahmadi, *Sosiologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm. 134.

²⁹Ahmad Sukardi, *Urgensi Public Relation Bagi Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam*, *Jurnal al-Munzir*, Volume 7 Nomor 1, 2014, hlm. 26.

³⁰Tugas Ali Gunadi, *Pentingnya Peran Serta Orang Tua dalam Peningkatan Mutu Pendidikan di SMK*, *Jurnal JUPEDASMEN* Volume 2 No 1 tahun April 2016, hlm. 47.

dengan menjalin hubungan yang harmonis, maka perlu diprogramkan beberapa hal, diantaranya:

1. Melibatkan orang tua secara proporsional dan profesional dalam mengembangkan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi program sekolah. Misalnya dalam mengembangkan program unggulan sekolah dan *life skill*
2. Menjalinkan komunikasi secara intensif. Secara proaktif sekolah menghubungi orang tua
3. Melakukan pengenalan dan orientasi singkat dengan sekolah, dewan pendidikan, serta komite sekolah kepada orang tua peserta didik agar mereka mengetahui sekolah dengan berbagai program dan aktivitasnya
4. Mengadakan rapat secara rutin dengan orang tua, sehingga rapat dapat efektif dan orang tua dapat saling kenal
5. Mengirimkan berita tentang sekolah secara periodik, sehingga orang tua mengetahui program dan perkembangan sekolah
6. Mengundang orang tua rangka mengembangkan kreatifitas dan prestasi peserta didik
7. Mengadakan kunjungan ke rumah untuk memecahkan masalah dan mengembangkan pribadi peserta didik
8. Mengadakan pembagian tugas dan tanggung jawab antara sekolah dengan orang tua dalam pembinaan pribadi peserta didik
9. Melibatkan orang tua dalam berbagai program dan kegiatan di sekolah sosial kemasyarakatan
10. Melibatkan orang tua dalam mengambil berbagai keputusan, agar mereka merasa bertanggung jawab untuk melaksanakannya
11. Mendorong guru untuk mendayagunakan orang tua sebagai sumber belajar dan menunjang keberhasilan belajar peserta didik.

Secara internal pihak lembaga pendidikan harus secara efektif menjalankan humas ke dalam (*public internal*) agar dapat memenuhi harapan-harapan masyarakat dan tujuan-tujuan bersama yang telah dibangun sebagai hasil interaksi atau humas dengan orang tua dan masyarakat (*public external*). Dalam hal ini fungsi humas adalah berusaha menciptakan komunikasi dan mengintegrasikan sikap dan perbuatan kedua belah pihak, baik secara internal maupun secara eksternal.

Interaksi positif antara sekolah, keluarga dan masyarakat sangat penting ditegakkan, karena ia akan sangat menentukan keberhasilan siswa, produktivitas peserta didik dalam kegiatan belajar mengajar,

dan bahwa hubungan yang baik antara sekolah dan masyarakat akan meningkatkan efektivitas sekolah dan meningkatkan kualitas kehidupan di dalam masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, setiap sekolah perlu mencari model humas yang efektif dalam penyelenggaraan pendidikan.

Kesimpulan

Pada lembaga pendidikan publik relations atau humas juga sangat dibutuhkan. Apalagi pada era global yang menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan pada aspek kehidupan masyarakat. Humas berperan penting untuk membangun image positif terhadap lembaga pendidikan baik dalam era global maupun dalam era etonomi pendidikan. Selain itu humas juga harus mampu menciptakan dan menjaga hubungan yang harmonis baik secara internal maupun eksternal dalam lembaga pendidikan, serta humas juga harus mampu mengelola informasi kepada publik terkait dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada lembaga pendidikan, karena lembaga pendidikan dituntut untuk menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi pada era global.

Daftar Pustaka

- Abdurrachman, Oemi, *Dasar-dasar Public Relations*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Ahmadi, Abu, *Sosiologi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Depag RI, 1978.
- Ananda, Ida Anggraeni, *Public Relations Perguruan Tinggi: Membangun Reputasi Organisasi Melalui Pengelolaan Budaya Organisasi*. Buku Koalisi Dominan: Refleksi Kritis Atas Peran dan Fungsi Public Relations Dalam Manajemen. BPP Perhumas, 2004.
- Cutlip, Scott M. etc, *Effective Public Relations, 8th edition*, New Jersey: Prentice Hall, 1999.
- Daryanto, M. *Administrasi Pendidikan, Cet 2* Jakarta: Rineka Cipta, 2001.
- Davis, Antony, *Everything You Should Know About Public Relations: Panduan Lengkap Tentang PR*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2005.
- Gunadi, Tugas Ali, *Pentingnya Peran Serta Orang Tua dalam Peningkatan Mutu Pendidikan di SMK*, Jurnal JUPEDASMEN Volume 2 No 1 April tahun 2016.

- Idris, Zahara, *Dasar-dasar Kependidikan I*, Padang: Angkasa Raya, 1992.
- Kusumastuti, Frida, *Dasar Dasar Humas*, Jakarta: Ghalia, 2002.
- Mulyasa, E. *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, Cet. Ke-4 Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2004.
- Poetro, Santoso Sastro, *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi dan Disiplin dalam Pembangunan Nasional*, Bandung : Alumni, 1998.
- Purwanto, M. Ngalim, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1995.
- Rahmat, Jalaluddin, *Prinsip-Prinsip Komunikasi menurut Al- Qur'an*. dalam *Audienta Jurnal Komunikasi*. Vol I.
- Ruslan, Rosady, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Siswanto, Bambang *Hubungan Masyarakat, Teori dan Praktek*, Jakarta: Bumi Aksara, 1992.
- Sudjana, Nana dan Rifdi, Ahmad, *Media Pengajaran*, Bandung: Sinar Baru, 1990.
- Sukardi, Ahmad *Urgensi Public Relation Bagi Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam*, *Jurnal al-Munzir*, Volume 7 Nomor 1, 2014.
- Syukur, Fatah, *Teknologi Pendidikan*, Semarang: RaSAIL, 2005.
- UU No 14 tahun 2008 tentang *Keterbukaan Informasi Publik* pasal 3
- Wilcox, Dennis L. *Public Relations: Strategies and Tactics*, 7th Edition. Boston: Pearson Education, 2003.
- Yusup, Pawit M. *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Instruksional*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990.