

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Partisipasi Masyarakat terhadap Sekolah/Madrasah**

###### **a. Pengertian Partisipasi Masyarakat**

Dalam Kamus Bahasa Indonesia, partisipasi adalah perihal turut berperan serta suatu kegiatan atau keikutsertaan atau peran serta. Menurut Dr. Made Pidata, partisipasi adalah pelibatan seseorang atau beberapa orang dalam suatu kegiatan. Keterlibatan berupa keterlibatan mental dan emosi serta fisik dalam menggunakan segala kemampuan yang dimilikinya (berinisiatif) dalam segala yang dilaksanakan serta mendukung pencapaian tujuan dan tanggung jawab atas segala keterlibatan.<sup>1</sup> Jadi partisipasi merupakan keterlibatan mulai dari fisik, mental dan emosi untuk mendukung pencapaian tujuan suatu lembaga.

Masyarakat adalah kelompok warga negara Indonesia non pemerintahan yang mempunyai perhatian dan peranan dalam bidang pendidikan.<sup>2</sup> Masyarakat adalah sekumpulan orang yang saling berinteraksi secara kontinyu, sehingga terdapat relasi sosial yang terpola, terorganisasi.<sup>3</sup>

Partisipasi masyarakat menurut Isbandi: adalah keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani

---

<sup>1</sup> Siti Irene Astuti Dwiningrum, 2011, *Desentralisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pendidikan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 50.

<sup>2</sup> *Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS)*, Jogjakarta: Ar Ruzz Media, 2003, hlm. 12.

<sup>3</sup> Soetomo, 2011, *Pemberdayaan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 25

masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi.<sup>4</sup>

Sedangkan menurut Cohen dan Uphoff sebagaimana yang dikutip oleh Siti Irene Astuti Dwiningrum bahwa partisipasi dibedakan menjadi empat jenis yaitu:<sup>5</sup>

- 1) Partisipasi dalam pengambilan keputusan. Partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan ini terutama berkaitan dengan penentuan alternatif dengan masyarakat untuk menuju kata sepakat tentang berbagai gagasan yang menyangkut kepentingan bersama.
- 2) Partisipasi dalam pelaksanaan. Partisipasi masyarakat dalam pelaksanaan program merupakan lanjutan dari rencana yang telah disepakati sebelumnya, baik yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, maupun tujuan.
- 3) Partisipasi dalam pengambilan manfaat. Partisipasi ini tidak terlepas dari kualitas maupun kuantitas dari hasil pelaksanaan program yang bisa dicapai. Dari segi kualitas maupun kuantitas dari hasil pelaksanaan program akan ditandai dengan adanya peningkatan *output*, sedangkan dari segi kualitas dapat dilihat seberapa besar prosentase keberhasilan program yang dilaksanakan, apakah sesuai dengan target yang telah ditetapkan.
- 4) Partisipasi dalam evaluasi. Partisipasi masyarakat dalam evaluasi ini berkaitan dengan masalah pelaksanaan program secara menyeluruh. Partisipasi ini bertujuan untuk mengetahui apakah pelaksanaan program telah sesuai dengan rencana yang ditetapkan atau ada penyimpangan.

---

<sup>4</sup> Isbandi Rukminto Adi, 2007, *Perencanaan Partisipatoris Berbasis Aset Komunitas: dari Pemikiran Menuju Penerapan*, Depok: FISIP UI Press.

<sup>5</sup> Siti Irene Astuti Dwiningrum, *Desentralisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pendidikan. . .*, hlm. 61-62.

Masyarakat mempunyai peran yang besar dalam pelaksanaan pendidikan nasional. Peran masyarakat itu antara lain menciptakan suasana yang dapat menunjang pelaksanaan pendidikan nasional, ikut menyelenggarakan pendidikan nonpemerintah (swasta), membantu pengadaan tenaga, biaya, sarana dan prasarana, menyediakan lapangan kerja, membantu mengembangkan profesi baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>6</sup>

#### **b. Tujuan Partisipasi Masyarakat**

Sedangkan tujuan partisipasi masyarakat adalah:

- 1) Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat
- 2) Mendapatkan dukungan dan bantuan moral maupun finansial yang diperlukan bagi sekolah.
- 3) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang isi dan pelaksanaan program sekolah.
- 4) Memperkaya dan memperluas program sekolah sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat.
- 5) Mengembangkan kerja sama yang lebih erat antara keluarga dan sekolah dalam mendidik anak-anak.<sup>7</sup>

#### **c. Bentuk-bentuk Partisipasi Masyarakat**

Adapun bentuk-bentuk Partisipasi Masyarakat yang biasa terjalin dengan institusi pendidikan antara lain:

---

<sup>6</sup> Fuad Ihsan, 2010, *Dasar-Dasar Kependidikan: Komponen MKDK*, Jakarta: Rineka Cipta, hlm. 59

<sup>7</sup> M. Ngalim Purwanto, 2000, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, hlm.188

1) Partisipasi Buah Pikiran

Partisipasi buah pikiran lebih merupakan partisipasi berupa sumbangan ide, pendapat atau buah pikiran konstruktif, baik untuk menyusun program maupun untuk memperlancar pelaksanaan program dan juga untuk mewujudkannya dengan memberikan pengalaman dan pengetahuan guna mengembangkan kegiatan yang diikutinya.

2) Partisipasi Tenaga

Partisipasi yang diberikan dalam bentuk tenaga untuk pelaksanaan usaha-usaha yang dapat menunjang keberhasilan suatu program.

3) Partisipasi Harta Benda

Partisipasi dalam bentuk menyumbang harta benda, biasanya berupa alat-alat kerja atau perkakas.

4) Partisipasi Keterampilan

Memberikan dorongan melalui keterampilan yang dimilikinya kepada anggota masyarakat lain yang membutuhkannya.

5) Partisipasi Sosial

Partisipasi sosial diberikan oleh partisipan sebagai tanda paguyuban. Misalnya arisan, menghadiri kematian, dan lainnya dan dapat juga sumbangan perhatian atau tanda kedekatan dalam rangka memotivasi orang lain untuk berpartisipasi.

**d. Tipe-tipe Partisipasi Masyarakat**

1) Partisipasi pasif/*manipulative*

- Masyarakat berpartisipasi dengan cara diberitahu apa yang sedang atau telah terjadi.

- Pengumuman sepihak oleh manajemen atau pelaksana proyek tanpa memperhatikan tanggapan masyarakat.
- Informasi yang dipertukarkan terbatas pada kalangan profesional di luar kelompok sasaran.

## 2) Partisipasi dengan cara memberikan informasi

- Masyarakat berpartisipasi dengan cara menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian seperti dalam kuesioner atau sejenisnya.
- Masyarakat tidak punya kesempatan untuk terlibat dan mempengaruhi proses penyelesaian.
- Akurasi hasil penelitian tidak dibahas bersama masyarakat.

## 3) Partisipasi melalui konsultasi

- Masyarakat berpartisipasi dengan cara berkonsultasi.
- Orang luar mendengarkan dan membangun pandangan-pandangannya sendiri untuk kemudian mendefinisikan permasalahan dan pemecahannya, dengan memodifikasi tanggapan-tanggapan masyarakat.
- Tidak ada peluang bagi pembuat keputusan bersama.
- Para profesional tidak berkewajiban mengajukan pandangan-pandangan masyarakat (sebagai masukan) untuk ditindaklanjuti.

## 4) Partisipasi untuk insentif materiil

- Masyarakat berpartisipasi dengan cara menyediakan sumber daya seperti tenaga kerja, demi mendapatkan makanan, upah, ganti rugi, dan sebagainya.
- Masyarakat tidak dilibatkan dalam eksperimen atau proses pembelajarannya.

- Masyarakat tidak mempunyai andil untuk melanjutkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada saat insentif yang disediakan/diterima habis.

#### 5) Partisipasi fungsional

- Masyarakat berpartisipasi dengan membentuk kelompok untuk mencapai tujuan yang berhubungan dengan proyek.
- Pembentukan kelompok (biasanya) setelah ada keputusan-keputusan utama yang disepakati.
- Pada awalnya, kelompok masyarakat ini bergantung pada pihak luar (fasilitator, dll) tetapi pada saatnya mampu mandiri.

#### 6) Partisipasi interaktif

- Masyarakat berpartisipasi dalam analisis bersama yang mengarah pada perencanaan kegiatan dan pembentukan lembaga sosial baru atau penguatan kelembagaan yang telah ada.
- Partisipasi ini cenderung melibatkan metode inter-disiplin yang mencari keragaman perspektif dalam proses belajar yang terstruktur dan sistematis.
- Kelompok-kelompok masyarakat mempunyai peran kontrol atas keputusan-keputusan mereka, sehingga mereka mempunyai andil dalam seluruh penyelenggaraan kegiatan.

#### 7) *Self mobilization*

- Masyarakat berpartisipasi dengan mengambil inisiatif secara bebas (tidak dipengaruhi/ditekan pihak luar) untuk mengubah sistem-sistem atau nilai-nilai yang mereka miliki.
- Masyarakat mengembangkan kontak dengan lembaga-lembaga lain untuk mendapatkan bantuan-bantuan teknis dan sumberdaya yang dibutuhkan.

- Masyarakat memegang kendali atas pemanfaatan sumberdaya yang ada.

#### **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat**

Menurut Slamet sebagaimana yang dikutip oleh Rodliyah, faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi masyarakat adalah :<sup>8</sup>

##### 1) Jenis Kelamin

Partisipasi yang diberikan oleh seorang pria akan berbeda dengan partisipasi yang diberikan oleh seorang wanita. Hal ini disebabkan karena adanya sistem pelapisan sosial yang terbentuk dalam masyarakat yang membedakan kedudukan dan derajat antara pria dan wanita, sehingga menimbulkan perbedaan-perbedaan hak dan kewajiban.

##### 2) Usia

Dalam masyarakat terdapat perbedaan kedudukan dan derajat atas dasar senioritas, sehingga memunculkan golongan tua dan golongan muda yang berbeda-beda dalam hal-hal tertentu, misalnya menyalurkan pendapat dan mengambil keputusan. Usia produktif juga sangat mempengaruhi pola pikir masyarakat dalam ikut serta meningkatkan kualitas pendidikan.

##### 3) Tingkat Pendidikan

Faktor pendidikan mempengaruhi masyarakat dalam berpartisipasi. Karena dengan latar belakang pendidikan yang diperoleh, seseorang lebih mudah berkomunikasi dengan orang luar dan cepat tanggap terhadap inovasi pendidikan serta memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap kualitas pendidikan.

---

<sup>8</sup> Rodliyah, 2013, *Partisipasi Masyarakat dalam Pengambilan Keputusan dan Perencanaan di Sekolah*, Yogyakarta: STAIN Jember Press, hlm. 56-58

#### 4) Tingkat Penghasilan

Besarnya tingkat penghasilan akan memberi peluang lebih besar bagi masyarakat untuk berperan serta. Tingkat pendapatan ini mempengaruhi kemampuan finansial masyarakat untuk berpartisipasi dalam pendanaan sekolah dan berinvestasi untuk kemajuan sekolah.

#### 5) Mata Pencaharian

Jenis pekerjaan seseorang akan menentukan tingkat penghasilan dan mempengaruhi waktu luang seseorang yang dapat digunakan untuk berpartisipasi, misalnya menghadiri pertemuan-pertemuan yang diadakan oleh sekolah untuk membicarakan rencana program-program sekolah mulai dari jangka pendek, menengah sampai jangka panjang. Selain itu juga mempengaruhi kesanggupan masyarakat khususnya orang tua dalam menanggung biaya pendidikan anak.

## 2. Manajemen Humas di Sekolah/Madrasah

### a. Pengertian Manajemen

Kata Manajemen adalah kata benda (*noun*) yang berasal dari kata kerja (*verb*) *to manage* yang artinya mengatur.<sup>9</sup> Secara etimologis, kata manajemen merupakan terjemahan dari *management*<sup>10</sup> (Bahasa Inggris). Kata *management* sendiri berasal dari kata *manage* atau *magiare* yang berarti melatih kuda dalam melangkah kakinya.<sup>11</sup> Sementara secara maknawiah berarti “memimpin, membimbing dan mengatur”.<sup>12</sup> Secara istilah manajemen adalah rangkaian proses

<sup>9</sup> Malayu S.P. Hasibuan, 2009, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 1.

<sup>10</sup> St.Djamaris, *Kamus Lengkap 25 Milyard*, Jakarta: Citra Harta Prima, hlm. 190

<sup>11</sup> Eka Prihatin, 2011, *Manajemen Peserta didik*, Bandung: ALFABETA, hlm. 1.

<sup>12</sup> Mulyono, 2008, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, Jogjakarta: Ar-ruzz Media, hlm. 16.



yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan organisasi melalui rangkaian kegiatan berupa perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian orang-orang serta sumber daya organisasi lainnya.<sup>13</sup>

Adapun pengertian manajemen menurut Sapre sebagaimana yang dikutip oleh Husaini Usman menyatakan bahwa manajemen adalah serangkaian kegiatan yang diarahkan langsung untuk penggunaan sumber daya organisasi secara efektif dan efisien dalam rangka mencapai tujuan organisasi.<sup>14</sup> *Process management involves planning and administering the activities necessary to achieve a high level of performance in key business processes, and identifying opportunities for improving quality and operational performance, and ultimately, customer satisfaction.*<sup>15</sup> Proses manajemen melibatkan perencanaan dan pengelolaan kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tingkat kinerja yang tinggi dalam proses bisnis utama, dan mengidentifikasi kesempatan untuk meningkatkan kualitas dan kinerja operasional, dan akhirnya tercapai kepuasan pelanggan.

Dalam Islam, terdapat pengertian yang sama dengan hakikat manajemen, yakni *al tadbir* yang artinya pengaturan. Kata ini merupakan derivasi dari kata *dabbaro* (mengatur) yang terdapat dalam al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat As-Sajdah ayat 5 yang berbunyi sebagai berikut :

يُدَبِّرُ الْأُمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ ثُمَّ يَعْرُجُ إِلَيْهِ فِي يَوْمٍ كَانَ مِقْدَارُهُ أَلْفَ سَنَةٍ مِّمَّا تَعُدُّونَ ﴿٥﴾

<sup>13</sup> Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, 2009, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Kencana, hlm. 6

<sup>14</sup> Husaini Usman, 2014, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan Edisi 4*, Jakarta: PT Bumi Aksara, hlm. 6

<sup>15</sup> James R Evans and William M. Lindsay, 2005, *The Management and Control of Quality*, Singapore: Seng Lee Press, hlm. 314

“Dia mengatur urusan dari langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadaNya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu.” (Q.S. as-Sajdah/32: 5).

Dari beberapa pengertian manajemen di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggiatan dan pengawasan secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu melalui pencapaian sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

#### **b. Fungsi Manajemen**

Fungsi-fungsi manajemen adalah serangkaian kegiatan yang dijalankan dalam manajemen berdasarkan fungsinya masing-masing dan mengikuti satu tahapantahapan tertentu dalam pelaksanaannya.<sup>16</sup>

Menurut George R Terry sebagaimana yang dikutip oleh Mulyono terdapat 4 fungsi manajemen, yang dalam manajemen dikenal sebagai POAC; Yaitu : *Planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan), dan *controlling* (pengendalian.)

##### 1) *Planning* (perencanaan)

Perencanaan merupakan fungsi yang paling awal dari keseluruhan fungsi manajemen sebagaimana banyak dikemukakan oleh para ahli. Perencanaan ialah kegiatan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang untuk mencapai tujuan.<sup>17</sup> Perencanaan merupakan proses penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dan menetapkan jalan dan sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu se-

---

<sup>16</sup> Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*,... hlm. 8

<sup>17</sup> Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan Edisi 4*,... hlm 49

efisien dan seefektif mungkin.<sup>18</sup> Perencanaan juga diartikan sebagai penetapan tujuan tertentu. Perencanaan juga diartikan sebagai penetapan tujuan, *policy*, prosedur, *budget*, dan program dari suatu organisasi. Jadi, dengan perencanaan dapat menetapkan tujuan lembaga pendidikan, menetapkan peraturan-peraturan dan pedoman-pedoman pelaksanaan, menetapkan biaya yang diperlukan dan pemasukan uang yang diharapkan diperoleh dari tindakan yang dilakukan.

Menurut Hadari Nawawi sebagaimana yang dikutip oleh Abdul Majid perencanaan berarti menyusun langkah-langkah penyelesaian suatu masalah atau pelaksanaan suatu pekerjaan yang terarah pada pencapaian tujuan tertentu.<sup>19</sup> Jadi perencanaan dalam manajemen humas harus dibuat dan dilaksanakan, sebagai patokan dalam melaksanakan kegiatan sehingga usaha pencapaian tujuan dari lembaga pendidikan dapat efektif dan efisien.

## 2) *Organizing* (pengorganisasian)

Organisasi berasal dari istilah Yunani *organon* dan istilah Latin *organum* yang berarti alat, bagian, anggota, atau badan.<sup>20</sup> Pengorganisasian merupakan fungsi manajemen yang kedua. Dimana pengorganisasian ini sangat berpengaruh terhadap berlangsungnya organisasi, termasuk di dalamnya lembaga pendidikan pengorganisasian itu menentukan bagaimana penyusunan organisasi dan kegiatan. Pengorganisasian, yaitu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah

---

<sup>18</sup> Nanang Fattah, 2011, *Landasan Manajemen Pendidikan*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hlm. 49.

<sup>19</sup> Abdul Majid, 2009, *Perencanaan Pembelajaran*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hlm. 16.

<sup>20</sup> M Manullang, 2008, *Dasar-dasar Manajemen*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, hlm. 59

struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan bisa memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi bisa bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Mohammad Mustari pengorganisasian adalah pengelompokan kegiatan yang diperlukan yaitu penetapan susunan organisasi serta tugas dan fungsi-fungsi dari setiap unit yang ada dalam organisasi.<sup>21</sup> Dengan demikian, perlu adanya pembagian tugas yang jelas antara kepala sekolah, waka humas, siswa dan masyarakat.

### 3) *Actuating* (Pelaksanaan)

Pelaksanaan merupakan fungsi manajemen yang paling utama, jika perencanaan dan pengorganisasian lebih banyak berhubungan dengan aspek-aspek abstrak proses manajemen. Maka fungsi *actuating* justru lebih menekankan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi lembaga pendidikan. Pelaksanaan dapat didefinisikan sebagai usaha keseluruhan usaha, cara, teknik, dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien, efektif, dan ekonomis.<sup>22</sup>

Menurut Terry sebagaimana yang dikutip oleh Daryanto *actuating* merupakan usaha untuk menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.<sup>23</sup> Dengan demikian, penggerakan berupaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan, dengan berbagai pengarahan dan motivasi agar

---

<sup>21</sup> Mohammad Mustari, 2014, *Manajemen Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Pers, hlm. 8.

<sup>22</sup> H.M. Daryanto, *Administrasi dan Manajemen Sekolah*,... hlm. 87.

<sup>23</sup> Daryanto, 2013, *Administrasi dan Manajemen Sekolah*, Jakarta : Rineka Cipta, hlm. 88

setiap karyawan dapat melaksanakan kegiatan sesuai dengan peran, tugas dan tanggungjawabnya. Dan perlu adanya kerjasama yang baik pula diantara semua pihak baik dari pihak atasan maupun bawahan.

#### 4) *Controlling* (Pengendalian)

Perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan setelah selesai dilaksanakan maka langkah selanjutnya adalah pengendalian. Fungsi pengendalian (*controlling*) adalah fungsi terakhir dari proses manajemen. Fungsi ini sangat penting dan sangat menentukan pelaksanaan proses manajemen karena itu harus dilakukan dengan sebaik-baiknya. Pengendalian ini berkaitan erat sekali dengan fungsi perencanaan dan kedua fungsi ini merupakan hal yang saling mengisi, karena:

- a. Pengendalian harus terlebih dahulu direncanakan.
- b. Pengendalian baru dapat dilakukan jika ada rencana.
- c. Pelaksanaan rencana akan baik, jika pengendalian dilakukan dengan baik.
- d. Tujuan baru dapat diketahui tercapai dengan baik atau tidak setelah pengendalian atau penilaian dilakukan.

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa peranan pengendalian ini sangat menentukan baik atau buruknya pelaksanaan suatu rencana.<sup>24</sup> Istilah tersebut digunakan sebagai alat pengawasan. Dengan kata lain, pengendalian adalah untuk mengatur pekerjaan yang direncanakan dan memastikan bahwa pelaksanaan pekerjaan tersebut berlangsung sesuai rencana atau tidak. Kalau tidak sesuai dengan rencana maka perlu adanya perbaikan. Oleh karena itu, manajemen harus dikelola sesuai dengan fungsi–fungsi manajemen di atas, agar tujuan yang

---

<sup>24</sup> Malayu S.P. Hasibuan, 2007, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 241

ditetapkan dapat tercapai. Khususnya dalam hal ini untuk meningkatkan partisipasi masyarakat.

### c. Manajemen Hubungan Masyarakat

Manajemen humas menurut Mc El Reath merupakan 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 penyelenggaraan *Open House* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan public hingga menangani kasus manajemen krisis.<sup>25</sup> Sedangkan menurut Gassing dan Suryanto bahwa manajemen hubungan masyarakat adalah proses penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan komunikasi yang didukung organisasi, ketika melaksanakan program kerjanya, praktisi *public relation* menggunakan konsep manajemen dengan tujuan untuk memudahkan pelaksanaan tugas dan mendukung semua tahap kerja hubungan masyarakat.<sup>26</sup>

Dilihat dari beberapa definisi manajemen serta hubungan masyarakat baik dari fungsi dan tujuan bahwa manajemen humas pada intinya dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya atau jika dikaitkan dengan lembaga pendidikan adalah public internal (guru, karyawan dan siswa), dan pulik eksterenal yaitu (orang tua siswa, masyarakat, dan institusi luar). dari penejelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen humas adalah

---

<sup>25</sup> Rosady Ruslan, 2007, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, Hlm. 31.

<sup>26</sup> Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, 2016, *Public Relations*, Yogyakarta: ANDI OFFSET, Hlm. 109.

suatu proses merencanakan, melaksanakan serta mengevaluasi dan monitoring suatu hal kegiatan secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari lembaga pendidikan yang diwakilinya.

Selanjutnya manajemen hubungan masyarakat merupakan komunikasi antara organisasi dengan public secara timbale balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan keentingan bersama. Terdapat 3 bentuk hubungan sekolah dan masyarakat diantaranya:

Hubungan edukatif, ialah hubungan kerja sama dalam hal mendidik murid, antara guru di sekolah dan orang tua di dalam keluarga. Adanya hubungan ini dimaksudkan agar tidak terjadi perbedaan prinsip atau bahkan pertentangan yang dapat mengakibatkan keraguankeraguan pendirian dan sikap pada diri anak.

- a) Hubungan kultural, yaitu usaha kerja sama antara sekolah dan masyarakat yang memungkinkan adanya saling membina dan mengembangkan kebudayaan masyarakat tempat sekolah itu berbeda.
- b) Hubungan institusional, yaitu hubungan kerja sama sekolah dengan lembaga-lembaga atau instansi resmi lain, baik swasta maupun pemerintah.<sup>27</sup>

Hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan yang diupayakan oleh sekolah agar dapat diterima ditengah-tengah masyarakat untuk mendapatkan aspirasi, dan simpati dari masyarakat. Dalam islam menyatakan bahwa humas sangatlah penting, islam menyadari bahwa usaha untuk mencapai kebahagiaan tidak dapat dilakukan sendiri tetapi harus bersama dengan yang lain atas dasar

---

<sup>27</sup> Rahmad Hidayat & Candra Wijaya, 2017, *Ayat – Ayat Al Qur'an (Tentang Manajemen Pendidikan Islam)*, Medan: LPPPI, Hlm. 146

saling tolong menolong dan saling melengkapi. Agama islam mengatur bukan saja amalan ibadah kepada Alla saja saja akan tetapi juga dengan sesama manusia yang dikenal dengan *hablumminallah* dan *hablumminannas*.

Sedangkan dalam sebuah hadits Rasulullah SAW menggambarkan bahwa hubungan antar sesama manusia (muslim) adalah bagaikan sebuah bangunan yang satu komponen dengan yang lainnya saling memperkuat. Secara jelas haditsnya dari abu musa Rasulullah SAW Bersabda.

المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا وشبك أصابعه

Artinya: “*Abu Musa r.a. berkata: Nabi SAW bersabda: Seorang Mu'min terhadap seorang mu'min bagaikan satu bangunan yang setengahnya menguatkan setengahnya, lalu nabi SAW merenggamkan jari-jarinya*” (H.R. Bukhari dan Muslim).<sup>28</sup>

Dalam hadits ini menjelaskan bahwa orang islam seperti bangunan yang saling melengkapi/menguatkan satu sama lain. Atas dasar itu maka setiap individu menjadi salah satu bagian dari yang lainnya. Manusia menjadi kuat karena kesempurnaan anggota-anggota badanya. Sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan kondisi yang baik dari luar dirinya. Sebaik-baiknya manusia adalah orang yang berbuat baik kepada keluarga dan orang-orang yang masih ada kaitan dengannya, mulai dari saudara, anak yatim atau orang lain yang ada hubungannya.

Jadi, manajemen humas pada lembaga pendidikan Islam adalah suatu proses pengelolaan tentang komunikasi antara sekolah dengan masyarakat dengan tujuan menambah pengertian kepada masyarakat tentang proses, kebutuhan pendidikan,

---

<sup>28</sup> Fu'ad Abdul Baqi Muhammad, 2011, *Terjemahan Al-Lu'lu Wal Marjan 2*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, Hlm. 45.



mendorong minat warga dan kerjasama untuk meningkatkan mutu sekolah dengan berlandaskan nilai-nilai Islam.

#### **d. Prinsip Manajemen Hubungan Sekolah dengan Masyarakat**

Kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat berhasil mencapai sasaran, dalam artian bahwa sasaran masyarakat/orang tua yang dapat diajak bekerjasama, maka beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam pelaksanaan hubungan sekolah dengan masyarakat dikemukakan oleh Fasli Jalal dan Dedy Supriyadi dalam Rahmat Hidayat yang disingkat dengan TEAM WORK sebagai berikut.<sup>29</sup>

- 1) T – Together (Kerja sama), antaraanggota yang satu dengan anggota yang lainnya bisa bekerja sama dalam organisasi agar dapat mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efesien.
- 2) E – Emphaty, (Pandai merasakan perasaan orang lain), menjaga persanaan orang lain dengan selalu menghargai pendapat hasil kerja orang lain. Menjaga untuk tidak membuat orang laintersinggung.
- 3) A – Asisst (saling membantu), ringan tangan untuk membantu pekerjaan orang lain dalam organisasi sehingga dapat menghindarkan persaingan negatif.
- 4) M – Maturity (saling penuh kedewasaan), dewasa dalam menghadapi permasalahan, bisa mengendalikan diri dari emosi sehingga dapat mengatasi masalah secara baik dan menguntungkan bersama.
- 5) W – Willingness (saling mematuhi), menjujung keputusan bersama dengan mematuhi aturan-aturan sebagai hasil kesepakatan bersama.

---

<sup>29</sup> Rahmad Hidayat & Candra Wijaya, *Ayat – Ayat Al Qur'an (Tentang Manajemen Pendidikan Islam)*, Hlm. 144-145

- 6) O – Organization (saling teratur), kerja sesuai dengan aturan main yang ada dalam organisasi dan sesuai dengan tugas serta kewajiban masing-masing anggota.
- 7) R – Respect (saling menghormati), menghormati antara satu dengan yang lainnya, menghormati dari yang muda dengan yang lebih tua begitu juga sebaliknya, dari yang lebih tua dengan yang lebih muda sehingga bisa menjaga kekompakan kerja.
- 8) K – Kidness (saling berbaik hati) bersabar, menyikapi orang lain secara baik-baik.

Prinsip yang telah diuraikan diatas merupakan pedoman dasar atau acuan dalam melaksanakan kegiatan humas bagi lembaga pendidikan untuk menciptakan suatu hubungan yang harmonis dengan orang tua siswa dan masyarakat.

### **3. Humas di Sekolah/Madrasah**

#### **a. Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas)**

Istilah hubungan masyarakat atau humas pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat, yaitu Thomas Jefferson pada tahun 1807. Akan tetapi, yang dimaksudkan pada waktu itu dengan istilah *public relations* yang dihubungkan dengan *foreign relations*. Secara etimologis hubungan masyarakat diterjemahkan dari bahasa Inggris *public relations* yang berarti hubungan timbal balik antara suatu organisasi (sekolah) dan masyarakatnya. Dengan demikian, maka humas dapat diartikan sebagai hubungan sekolah dengan masyarakat untuk berusaha menanamkan pengertian masyarakat tentang kebutuhan pendidikan serta

mendorong minat dan tanggungjawab masyarakat dalam usaha memajukan sekolah.<sup>30</sup>

Hubungan masyarakat atau yang disingkat humas adalah terjemahan dari *public relations* yang dikenal di Indonesia pada decade 1950-an, setelah kedaulatan Indonesia diakui oleh kerajaan Belanda pada tanggal 27 Desember 1949. Menurut IPRA (*The International Public Relations Association*) atau asosiasi praktisi *public relations* dari berbagai Negara sebagaimana yang dikutip oleh Onong Uchjana: *Public Relations* atau hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya – dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.<sup>31</sup>

Secara lebih spesifik, yaitu humas pendidikan menurut Mulyono adalah suatu kegiatan komunikasi yang lebih terarah antara sekolah dan masyarakat melalui langkah-langkah: saling mengenal, saling memahami, saling mengasihi, saling menolong, dan saling menanggung, sehingga terwujud kerja sama yang baik dan saling menguntungkan kepada pihak-pihak yang terkait, dengan tujuan utamanya untuk meningkatkan mutu pendidikan.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Sri Minarti, 2011, *Manajemen Sekolah, Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, hlm. 280-281.

<sup>31</sup> Onong Uchjana Effendy, 2002, *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologis*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hlm. 20-21.

<sup>32</sup> Mulyono, 2009, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, hlm. 208.

Menurut *The National School Public Relations Association* sebagaimana dikutip oleh Kowalski “*Educational public relations is a planned and systematic two-way process of communications between an educational organization and its internal and external publics designed to build morale, goodwill, understanding, and support for that organization.*”<sup>33</sup>

*Public relations* dalam dunia pendidikan adalah proses komunikasi dua arah yang terencana dan sistematis antara organisasi pendidikan dengan lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk membangun nilai, ketertarikan, pemahaman, dan dukungan terhadap organisasi tersebut.

Sedangkan *public relations* menurut West sebagaimana dikutip Kowalski “*Educational public relations is a systematically and continuously planned, executed, and evaluated program of interactive communication and human relations that employs paper, electronic, and people mediums to attain internal as well as external support for an educational institution.*”<sup>34</sup>

Program komunikasi dan hubungan interaktif yang sistematis, terencana, dilaksanakan, dan dievaluasi terus menerus dengan melibatkan kertas, alat elektronik, dan media manusia untuk mencapai tujuan internal dengan dukungan pihak eksternal terhadap lembaga pendidikan.

Dari berbagai pengertian di atas maka secara garis besar dapat dikatakan bahwa humas adalah bentuk kegiatan dan komunikasi yang dibangun antar lembaga dengan masyarakat, dimana hubungan yang dibangun tersebut bertujuan untuk menggali informasi, menyampaikan informasi, bahkan mempengaruhi. Jika ditarik

---

<sup>33</sup> Theodore J. Kowalski, 2011, *Public Relations in School*, Educational Leadership Faculty Publications: Paper 49, hlm. 14.

<sup>34</sup> Theodore J. Kowalski, *Public Relations in School.....*, hlm. 14.

dalam dunia pendidikan, maka humas sekolah adalah bagian dari manajemen sekolah yang bertugas membangun hubungan dengan masyarakat guna menggali berbagai informasi dari luar, menyalurkan informasi dari dalam, dan membangun citra yang baik sehingga dapat membangun kepercayaan masyarakat.

#### **b. Tujuan Hubungan Masyarakat (Humas)**

Menurut Kowalski tujuan PR atau humas dalam lembaga pendidikan adalah sesuai dengan masing-masing tujuan lembaga, harus sesuai dengan kondisi dan kebutuhan dari masing-masing lembaga, akan tetapi secara umum tujuan PR atau humas lembaga pendidikan menurut Theodore J. Kowalski adalah:

- 1) *Improving the quality of education*, yaitu meningkatkan kualitas pendidikan. Semua pihak dalam lembaga pendidikan bertanggungjawab terhadap kualitas pendidikan, termasuk PR, aktifitas PR adalah mempengaruhi pihak luar sehingga mendapatkan masukan dan kontribusi yang dapat meningkatkan pelayanan pendidikan.
- 2) *Encouraging open political communication*, yaitu mendorong komunikasi yang terbuka, baik komunikasi dengan pemerintah maupun dengan rival atau pesaing lembaga pendidikan lainnya guna memperoleh informasi untuk meningkatkan pendidikan.
- 3) *Enhancing the image of the school or district*, yaitu meningkatkan citra sekolah atau lembaga. PR lembaga pendidikan harus mampu menciptakan *image* yang bagus kepada publik, mampu menunjukkan keunggulan yang dimiliki lembaga, dan mampu menciptakan daya saing dengan perbedaan karakteristik yang dimiliki.

- 4) *Building support for change*, yaitu membangun dukungan untuk perubahan. Perkembangan organisasi menuntut adanya perbaikan dan perubahan. Perubahan tersebut penting untuk dikomunikasikan kepada pihak eksternal agar tidak terjadi kesalahpahaman atau bahkan ketidakpahaman. Tidak jarang juga jika perubahan yang terjadi menimbulkan konflik, maka disini PR atau humas lembaga pendidikan sebagai pihak yang bertanggungjawab dalam menyelesaikan konflik dengan terlebih dahulu melalui pembinaan dari kepala atau atasan.
- 5) *Managing information*, yaitu mengelola informasi. Informasi adalah sumber kekuatan organisasi. Maka tujuan PR pendidikan adalah untuk mengakses, menyimpan, menganalisis, mengolah, dan menggunakan data untuk membuat keputusan yang efektif.
- 6) *Marketing programs*, yaitu bertujuan sebagai program pemasaran. Perkembangan dunia pendidikan dan banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan menjadikan lembaga pendidikan perlu mempertimbangkan pemasaran. Pemasaran pendidikan adalah kegiatan mengembangkan program khusus sekolah sebagai respon dari kebutuhan dan keinginan dari sasaran pasar atau masyarakat. Pemasaran adalah cara menentukan kebutuhan dan harapan masyarakat terhadap sekolah atau lembaga tersebut.
- 7) *Establishing goodwill and a sense of ownership*, yaitu menumbuhkan keinginan dan rasa kepemilikan terhadap suatu lembaga pendidikan.
- 8) *Providing evaluation data*, yaitu menyajikan data untuk evaluasi. Lembaga pendidikan penting melakukan evaluasi, oleh sebab itu PR disini berguna dalam menyajikan data yang efektif dari pihak internal maupun eksternal

lembaga. Data yang dikumpulkan dari stakeholders dan yang lain merupakan aset berharga dalam menentukan langkah dan untuk meningkatkan pendidikan di masa depan.<sup>35</sup>

Sedangkan menurut Mujamil Qomar tujuan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang esensial, yaitu sebagai berikut:

- 1) Untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari masyarakat atas kebijakan-kebijakan yang ditempuh lembaga.
- 2) Untuk menunjukkan transparansi pengelolaan lembaga pendidikan sehingga memiliki akuntabilitas publik yang tinggi.
- 3) Untuk mendapatkan dukungan riil dari masyarakat terhadap kelangsungan lembaga pendidikan.<sup>36</sup>

Dari penjelasan tujuan PR diatas, maka PR atau humas memiliki tujuan membangun komunikasi dengan lingkungan eksternal atau masyarakat untuk mendapat umpan balik untuk mengembangkan program lembaga pendidikan. Selain itu humas juga memiliki tujuan dalam pengembangan mutu pendidikan dengan membangun komunikasi dengan lingkungan internal lembaga. Dapat dikatakan bahwa tujuan utama humas adalah membantu tercapainya tujuan lembaga pendidikan itu sendiri, baik dalam pengembangan mutu, maupun dalam mempertahankan eksistensi lembaga dengan menarik minat pelanggan pendidikan atau masyarakat.

Dari pendapat tersebut, humas memiliki tujuan yang lebih luas lagi yaitu meliputi aspek penguatan pemahaman, mempengaruhi emosi, sampai pada

---

<sup>35</sup> Theodore J. Kowalski, *Public Relations ...*, hlm. 14-15.

<sup>36</sup> Mujamil Qomar, 2007, *Manajemen Pendidikan Islam, Strategi Baru Pengelolaan Pendidikan Islam*, Jakarta: Erlangga, hlm. 185.

membangun keterlibatan aktif para publiknya untuk mencapai tujuan lembaga atau organisasi. Tentunya tujuan tersebut dapat dicapai dengan komunikasi baik yang dibangun humas.

### **c. Fungsi dan Peran Hubungan Masyarakat (Humas)**

Lembaga pendidikan atau sekolah sebagai organisasi diharapkan mampu melaksanakan fungsi organisasinya dalam penerapan administrasi pendidikan, dengan memperhatikan komponen lingkungan baik internal maupun eksternal sebagai salah satu faktor penting dalam pendidikan. Adapun fungsi utama humas lembaga pendidikan adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga dengan publiknya, intern dan ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat yang menguntungkan lembaga. Fungsi humas diharapkan menjadi “mata”, “telinga”, serta “tangan kanan” bagi top manajemen dari organisasi atau lembaga pendidikan.<sup>37</sup>

Fungsi humas menurut Onong Uchjana yaitu meliputi 1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi; 2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik intern dan publik ekstern; 3) Menciptakan kombinasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi; dan 4) Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.<sup>38</sup> Dari pendapat tersebut jelas bahwa humas dalam suatu lembaga memiliki fungsi mendukung dalam mencapai tujuan lembaga., utamanya berhubungan dengan masyarakat. Hubungan

---

<sup>37</sup> Sulistyorini, 2006, *Manajemen Pendidikan Islam*, Surabaya: eLKAF, hlm. 112.

<sup>38</sup> Onong Uchjana Effendy, 2002, *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologis*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hlm. 94.



dengan masyarakat penting dalam mempertahankan keberadaan dan eksistensi lembaga. Dengan demikian maka keberadaan humas dalam suatu lembaga tidak bisa dipandang sebelah mata.

Pelaksanaan fungsi dan peran humas seperti yang dijelaskan di atas dapat dilakukan dengan kegiatan komunikasi. Komunikasi harus dibangun dengan baik, terutama humas pendidikan yang harus mampu mengkomunikasikan keadaan internal kepada pihak eksternal sebagai bentuk publikasi ataupun promosi terhadap jasa pendidikan yang ditawarkan lembaga pendidikan, sehingga masyarakat menjadi tahu dan memiliki ketertarikan terhadap lembaga tersebut. Dengan demikian jika fungsi dan peran humas telah dilaksanakan dengan baik, maka tujuan lembaga dapat dicapai dengan efektif dan efisien.

#### **d. Ruang Lingkup dan Sasaran Hubungan Masyarakat (Humas)**

Ruang lingkup pekerjaan humas dalam sebuah lembaga secara garis besar adalah sebagai berikut:

- 1) *Publication and Publicity*, yaitu mengenalkan lembaga kepada publik. Misalnya membuat tulisan yang disebarakan ke media, *news letter*, artikel, dan *press release*.
- 2) *Events*, mengorganisasi *event* atau kegiatan supaya membentuk citra.
- 3) *News*, pekerjaan seorang humas adalah menghasilkan produk-produk tulisan yang sifatnya menyebarkan informasi kepada publik, seperti *press release*, *news release*, dan berita.
- 4) *Community Involvement*, humas harus membuat program-program yang ditujukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat sekitarnya.

- 5) *Identity-Media*, merupakan pekerjaan humas dalam membina hubungan dengan media (pers). Media adalah mitra kerja abadi humas. Media butuh humas sebagai sumber berita dan humas butuh media sebagai sarana penyebar informasi serta pembentuk opini publik.
- 6) *Lobbying*, keahlian dalam *lobbying* dan negosiasi dibutuhkan pada saat terjadi krisis manajemen untuk mencapai kata sepakat diantara pihak yang bertikai.
- 7) *Social Investment*, pekerjaan humas untuk membuat program-program yang bermanfaat bagi kepentingan dan kesejahteraan sosial.<sup>39</sup>

Ruang lingkup kerja humas sebagaimana disebutkan di atas, di mana humas memiliki tanggungjawab dalam membangun komunikasi dengan pihak eksternal. Komunikasi yang dimaksud tidak hanya menyampaikan informasi dari dalam lembaga kepada masyarakat, melainkan juga bagaimana humas mampu mempengaruhi masyarakat, membangun citra positif lembaga, dan menarik simpati masyarakat, sehingga lembaga pendidikan akan diminati.

Sejalan dengan ruang lingkup humas, maka segmen atau sasaran program humas bagi sekolah dapat dibagi menjadi dua sasaran:

- 1) Segmen intern yang meliputi: peserta didik, karyawan, guru, kepala sekolah, dan pengurus yayasan.<sup>40</sup>
- 2) Segmen esktern yang meliputi:
  - a) Pihak yang secara langsung pernah terlibat: alumni, masyarakat pengguna, orang tua atau wali murid.

---

<sup>39</sup> Rahmat Kriyantono, 2008, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm. 23-25.

<sup>40</sup> Mulyono, *Manajemen...*, hlm. 231.

- b) Lembaga penyedia dana atau donatur lembaga, GNOTA, Yayasan Supersemar, perusahaan atau pribadi.
- c) Lembaga terkait dalam penyelenggaraan pendidikan: Departemen Agama dan Diknas.
- d) Lembaga perantara: stasiun radio, TV, surat kabar, majalah, pengurus masjid atau musholla, pengurus jama'ah tahlil dan yasin atau organisasi masyarakat seperti NU, Muhammadiyah, dll.
- e) Tokoh-tokoh masyarakat dan pemerintah desa/kelurahan, kecamatan, Pemda/Pemkot, Provinsi maupun pusat.
- f) Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI)

DU/DI memiliki peranan yang penting dalam melaksanakan Pendidikan Sistem Ganda (PSG) di sekolah menengah kejuruan. Pelaksanaan Pendidikan Sistem Ganda (PSG) diperlukan suatu jalinan kerjasama yang sangat erat antara sekolah dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri (DU/DI). Berjalannya program pendidikan kejuruan sangat tergantung pada komitmen antara kedua belah pihak yaitu sekolah dan dunia usaha/dunia industri (DUDI) dalam menjalankan kerjasama. Kerjasama yang baik dapat menimbulkan hasil yang baik pulayang dalam hal ini adalah tercapainya tujuan SMK melalui program PSG.

Terwujudnya suatu kerjasama tentu saja tidak serta merta terjalin tanpa adanya suatu langkah permulaan. Langkah awal sebelum memulai suatu kerjasama suatu SMK sebaiknya melakukan ha-hal berikut ini:

1. Mensosialisasikan konsep PSG kepada semua pihak yang terkait agar mereka benar memahami konsep PSG.

2. Menciptakan dan meningkatkan komunikasi antara SMK dengan DUDI.
3. Menciptakan dan melaksanakan mekanisme perencanaan dan pengambilan keputusan secara bersama.
4. Mendiskusikan cara-cara melaksanakan PSG dengan pihak DUDI dan pihak terkait lainnya.
5. Mengusahakan adanya jaminan komitmen dari SMK dan DUDI.
6. Merumuskan keuntungan-keuntungan bagi pihak yang terlibat dalam sistem ganda.
7. Secara bersama-sama membuat aturan main dalam pelaksanaan PSG.

Upaya menjalin hubungan kerjasama antara sekolah dengan dunia usaha dan dunia industri (DU/DI) merupakan hal yang tidak bisa dipungkiri oleh SMK. Untuk menjalin kerjasama dengan pihak sekolah dalam pelaksanaan pendidikan di SMK. Dalam menjalankan upaya ini humas sekolah memegang peranan penting untuk turut mendukung terwujudnya suatu hubungan kerjasama yaitu dengan membina hubungan harmonis kepada publik baik itu intern maupun ekstren.<sup>41</sup>

g) Masyarakat umum.<sup>42</sup>

Sasaran humas adalah semua pihak internal lembaga dan pihak eksternal atau masyarakat. Pihak internal juga menjadi sasaran humas dikarenakan dalam membangun hubungan dengan masyarakat tentu humas perlu

---

<sup>41</sup> Pandit isbianti, 2009, "Peran Humas sebagai Upaya Menjalinkan Kerjasama Antara SMK dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DUDI)", Jurnal Manajemen Pendidikan No.01Th V/April/hlm. 43

<sup>42</sup> Pandit isbianti, "Peran Humas sebagai Upaya Menjalinkan Kerjasama Antara SMK dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DUDI)"... hlm. 43

memahami betul kondisi internal lembaga, sehingga dalam hal ini pihak internal yang menjadi sasaran humas. Sasaran dan ruang lingkup humas perlu dipahami dengan baik oleh humas lembaga, utamanya humas pendidikan, sehingga humas dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Humas dapat mengetahui hal-hal apa saja yang termasuk dalam tugas kerjanya termasuk siapa sasaran kerjanya.

#### e. Media Humas

Dalam menjalankan tugas kehumasan supaya berjalan dengan efektif dan informasi cepat tersampaikan mutlak dibutuhkan sarana atau media. Ada beberapa media yang dapat digunakan dalam hubungan sekolah dengan masyarakat :

##### 1) Media Langsung

Yang tergolong ke dalam media langsung ini adalah:

- a) Rapat-rapat formal yang diselenggarakan sekolah dengan mengundang disampaikan program sekolah dalam upaya peningkatan kegiatan dan mutu pendidikan.
- b) Pekan pendidikan, pada saat sekolah menampilkan prestasi dan kreasi para siswa sebagai sarana promosi sekolah.
- c) Hari ulang tahun sekolah, pada peringatan HUT sekolah ini, hubungan kerjasama antara sekolah dengan orang tua, alumni dan masyarakat juga dapat digalang melalui acara yang melibatkan semua pihak.
- d) Karyawisata, widyawisata gerak jalan atau sepeda santai bersama dan lain-lain.
- e) Kunjungan rumah (*home visit*) untuk mengetahui lebih jauh tentang situasi rumah anak didik tertentu. Dengan demikian diharapkan bukan hanya guru

sebagai orang tua kedua di sekolah tetapi juga orang tua sebagai guru kedua di rumah.

## 2) Media Tidak Langsung

Yang dimaksud dengan media tidak langsung di sini adalah media tanpa tatap muka. Sekolah mengadakan hubungan dengan masyarakat melalui:

- a) Media cetak berupa : buletin atau majalah sekolah, koran, brosur, leaflet atau booklet.
- b) Media elektronika: telepon, siaran radio dan televisi, video kaset, slide dan komputer.<sup>43</sup>

### f. **Humas dalam Perspektif Islam**

Islam mengatur segala hal dan aktifitas dalam kehidupan manusia secara jelas, baik aktifitas manusia dalam berhubungan dengan sesama manusia, dengan Tuhannya, juga bagaimana manusia memperlakukan hewan, tumbuhan dan alam semesta. Dalam berhubungan dengan sesama manusia, dalam Al-Quran dan Al-Hadits ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Kita dapat mengistilahkannya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam ini merupakan panduan bagi kaum muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, interpersonal dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain.

Humas yang memiliki aktifitas utama dalam membangun komunikasi antar lembaga pendidikan dengan masyarakat perlu berpedoman dengan prinsip-prinsip, kaidah-kaidah dan etika berkomunikasi sebagaimana yang digariskan Allah dan

---

<sup>43</sup> Suharsimi Arikunto & Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan*,..... hlm. 364

Rasul-Nya. Maka dalam perspektif Islam humas tidak boleh melaksanakan komunikasi dengan penuh kebohongan, menjelekkkan pihak lain, dan segala bentuk komunikasi lain yang bertentangan dengan etika. Adapun Jalaluddin Rahmat menyebutkan enam prinsip komunikasi dalam perspektif Islam sebagai berikut:<sup>44</sup>

1) Qaulan Sadida (perkataan yang benar, jujur)

Hendaknya komunikasi yang dilakukan humas dapat memberikan informasi-informasi yang benar dan jujur. Humas mengatakan apa yang benar-benar ada dalam lembaganya dan tidak mengada-ada sesuatu yang tidak ada. Sebagaimana terdapat dalam Surat An-Nisa' ayat 9:

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةَ ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ  
وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

"... Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar". (QS. An-Nisa':9)<sup>45</sup>

2) Qaulan Baligha (tepat sasaran, komunikatif, *to the point*, mudah dimengerti)

Dalam berkomunikasi tentunya yang diharapkan adalah komunikator dapat menyampaikan informasinya dengan tepat, mudah dipahami, sehingga mampu memberikan efek pada komunikannya. Dengan demikian humas juga perlu memahami karakteristik sasaran komunikasinya, sehingga tujuan komunikasi humas dapat tercapai. Sebagaimana Surat An-Nisa' ayat 63:

فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ﴿٦٣﴾

"... Karena itu berpalinglah dari mereka dan berilah mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka".(QS. An-Nisa': 63)

<sup>44</sup> Jalaluddin Rahmat, *Prinsip-Prinsip Komunikasi Menurut Al- Qur'an*. Jurnal Komunikasi Vol I, hlm. 35.

<sup>45</sup> Latief Awaludin, 2010, *Ummul Mukminin (Al-qur'an dan Terjemah Untuk Wanita)*, Jakarta: Wali, hlm. 78.

## 3) Qaulan Karima (perkataan yang mulia)

Al- Isra' ayat 23:

إِمَّا يَبْلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا ﴿٢٣﴾

“... Jika salah seorang diantara keduanya atau keduanya sampai berumur, maka janganlah kamu mengatakan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”. (QS. Al-Isra’: 23)

## 4) Qaulan Layyinan (perkataan yang lembut)

Humas dalam berkomunikasi juga perlu berperilaku yang baik dan dengan perkataan yang baik sehingga menarik simpati dan minat para komunikan, utamanya dalam pemasaran lembaga pendidikan, humas sangat perlu menciptakan komunikasi yang dapat menarik minat masyarakat, sehingga tujuan humas dalam memasarkan lembaganya akan tercapai dengan maksimal. Sebagaimana Surat Thaha ayat 43-44

أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٤٣﴾ فَقُولا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

“Pergilah kamu berdua kepada Fira’un, sesungguhnya ia telah melampaui batas (43) maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut...”(QS. Thaha: 43-44)

## 5) Qaulan Ma’rufa (perkataan yang baik)

Humas adalah penghubung antara lembaga pendidikan dengan masyarakat, oleh sebab itu dalam komunikasinya tentunya perlu dengan komunikasi yang baik, komunikasi dua arah yang saling menguntungkan, komunikasi yang bisa membangun saling keterbukaan antar lembaga pendidikan dengan masyarakat. Dengan hal tersebut masyarakat merasa menjadi bagian dari lembaga dan akan aktif ikut serta dalam pengembangan lembaga.



Sebuah Hadits Rasulullah SAW. Menggambarkan bahwa hubungan antar sesama muslim adalah bagaikan suatu bangunan yang satu komponen dengan komponen yang lainnya saling memperkuat, dalam sabdanya yang berbunyi:

عن ابي موسى رضى الله عنه : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : المؤمن للمؤمن كالبنيان يشد بعضه بعضا ( رواه البخارى

Dari Abu Musa RA: Rosulullah SAW bersabda: “Hubungan orang mu’min dengan mu’min yang lain bagaikan bangunan yang saling memperkuat/menguatkan satu sama lain.” (H. R. Bukhari)<sup>46</sup>

Orang Islam yang satu dengan yang lain adalah seperti sebuah bangunan yang saling melengkapi/menguatkan. Atas dasar itu maka setiap individu menjadi salah satu bagian dari yang lainnya. Manusia menjadi kuat karena kesempurnaan anggota-anggota badannya. Sebagai makhluk sosial, makhluk yang memerlukan kondisi yang baik dari luar dirinya. Sebaik-baiknya manusia adalah orang yang berbuat baik kepada keluarga dan orang-orang yang masih ada kaitan dengannya, mulai dari saudara, anak yatim atau orang lain yang ada hubungannya.

Jadi, manajemen humas pada lembaga pendidikan Islam adalah suatu proses pengelolaan tentang komunikasi antara sekolah dengan masyarakat dengan tujuan menambah pengertian kepada masyarakat tentang proses, kebutuhan pendidikan, mendorong partisipasi warga dan kerjasama untuk meningkatkan mutu sekolah dengan berlandaskan nilai-nilai Islam. Secara sederhana manajemen humas adalah salah satu proses dalam mena perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta mengkoordinasikan dengan serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama bagi sebuah lembaga atau organisasi.<sup>47</sup>

<sup>46</sup> Syinqithy Djamaluddin dan H.M. Mochtar Zoerni, *Ringkasan Shahih Muslim*, Bandung: PT Mizan Pustaka, hlm. 1030.

<sup>47</sup> Rosadi Ruslan, 2001, *Manajemen Public Relation: Konsep dan Aplikasinya*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm. 15.

Dengan demikian, hakikat Humas (hubungan masyarakat) dalam manajemen lembaga pendidikan Islam adalah suatu proses hubungan timbal balik antara lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dilandasi dengan *i'tikad* dan semangat *ta'aruf* (saling mengenal), *tafahum* (saling memahami), *tarahum* (saling mengasihi) dan *ta'awun* (saling tolong atau kerja sama) dalam rangka mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya.

#### **4. Fungsi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat**

##### **a. Perencanaan Hubungan Masyarakat**

Perencanaan sebagai fungsi manajemen dilakukan pada tahap pertama sebelum melaksanakan kebijakan, program dan kegiatan. Perencanaan sebagai cetak biru (*blue print*) atas kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan organisasi. Perencanaan merupakan upaya untuk menentukan program dan kegiatan yang ingin dilakukan dan bagaimana cara mencapai tujuan organisasi. Perencanaan sebagai suatu proses mempersiapkan hal-hal yang akan dikerjakan pada waktu yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Secara sederhana, perencanaan adalah usaha sadar, terorganisir dan terus-menerus dilakukan guna memilih alternatif yang terbaik dari sejumlah alternatif untuk mencapai tujuan.<sup>48</sup>

Dengan Adanya perencanaan, dapat diketahui tindakan apa yang akan dilakukan kemudian, dengan kata lain memberikan sasaran bagi pelaksanaan suatu tindakan.<sup>49</sup> Secara sederhana dapat penulis simpulkan bahwa perencanaan merupakan langkah awal atau pemikiran awal apa yang hendak di capai artinya

---

<sup>48</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, hlm. 63

<sup>49</sup> Ati Cahayani, *Dasar Dasar Organisasi dan Manajemen*, hlm. 7

bahwa dengan adanya perencanaan yang baik, maka kita dapat menetapkan cara atau prosedur terbaik untuk mencapai sasaran yang telah di rencanakan.

Ada beberapa hal yang penting dilaksanakan terus menerus dalam manajemen pendidikan sebagai implementasi perencanaan Humas sekolah, diantaranya:

- 1) Merinci tujuan dan menerangkan kepada setiap pegawai/ personil lembaga pendidikan.
- 2) Menerangkan atau menjelaskan mengapa unit organisasi diadakan.
- 3) Menentukan tugas dan fungsi, mengadakan pembagian dan pengelompokkan tugas terhadap masing-masing personil.
- 4) Menetapkan kebijaksanaan umum, metode, prosedur dan petunjuk pelaksanaan lainnya.
- 5) Mempersiapkan uraian jabatan dan merumuskan rencana/sekala pengkajian.
- 6) Memilih para staf (pelaksana), administrator dan melakukan pengawasan.
- 7) Merumuskan jadwal pelaksanaan, pembakuan hasil kerja (kinerja), pola pengisian staf dan formulir laporan pengajuan.
- 8) Menentukan keperluan tenaga kerja, biaya (uang) material dan tempat.
- 9) Menyiapkan anggaran dan mengamankan dana.
- 10) Menghemat ruangan dan alat-alat perlengkapan.<sup>50</sup>

Secara detail program kerja humas sebagai berikut. Semua kegiatan humas terlebih dahulu disusun melalui rencana program kerja humas dalam program rutin (jangka pendek) dan program kerja insidentil (jangka panjang). Sekolah dalam implementasi program kerja harus dilaksanakan secara terus

---

<sup>50</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, hlm. 65

menerus dan kronologis. Menurut Nasution dalam Benty dan Gunawan dalam Nasution bahwa program kerja humas sekolah dibagi menjadi 2 yaitu program kerja rutin dan program kerja insidental.<sup>51</sup>

1) Program Kerja Rutin.

Program kerja rutin adalah kegiatan yang dilaksanakan secara terus menerus dan kronologis. Berikut merupakan program kerja yang tergolong dalam kegiatan rutin yaitu sebagai berikut.

Tabel 2.1. Program Kerja Rutin Hubungan Masyarakat

No	Kegiatan	Jenis Program Kerja
1	Menerbitkan media cetak internal	Jangka pendek
2	Mengumpulkan, mengolah, dan menyampaikan informasi tentang kegiatan dan kebijakan di lembaga pendidikan	Jangka pendek
3	Melayani wartawan dari media massa, cetak, dan elektronik yang ingin memperoleh informasi tentang kegiatan dan suatu kebijakan pimpinan yang layak dipublikasikan	Jangka pendek
4	Menyampaikan segala usul dan saran yang diperoleh dari public intern maupun ekstern	Jangka pendek
5	Meluruskan berita-berita yang dimuat di media massa, cetak dan elektronik yang salah, berita yang negative tentang lembaga pendidikan.	Jangka pendek
6	Menyusun layanan informasi tatap muka	Jangka pendek
7	Menyusun layanan informasi tatap muka	Jangka pendek
8	Melakukan diskusi bulanan dengan pihak Jangka pendek media pers dan para mahasiswa	Jangka pendek

<sup>51</sup> Zulkarnain Nasution, 2010, *Manajemen HUMAS di Lembaga Pendidikan*, Malang: UMM Press, hlm. 100-103

	dengan narasumber secara bergantian dari unit kerja di lingkungan lembaga pendidikan tentang informasi atau suatu kebijakan	
9	Mendokumentasikan dan mempublikasikan Jangka pendek kegiatan yang layak dipublikasikan di lingkungan lembaga pendidikan	Jangka pendek
10	Mengolah isu public ekstern maupun intern	Jangka pendek

## 2) Program kerja insidentil

Program insidentil adalah kegiatan yang dilaksanakan pada periode tertentu. Program ini prinsipnya membantu pelaksanaan semua program kerja yang dilaksanakan kantor pusat dalam bidang komunikasi dan publikasi untuk semua warga sekolah/organisasi pendidikan maupun masyarakat luas.

Tabel 2.2. Program Kerja Insidentil Hubungan Masyarakat

No	Kegiatan	Jenis Program Kerja
1	Menyelenggarakan konferensi pers dengan wartawan media cetak dan elektronik	Jangka Menengah
2	Mengusulkan pembentukan forum antar humas di lembaga pendidikan	Jangka Panjang
3	Mengusulkan kepada pimpinan agar humas memiliki anggaran yang bisa dikelola humas sendiri	Jangka Panjang
4	Menyelenggarakan pelatihan tentang kehumasan	Jangka Menengah
5	Menyusun profil lembaga dalam bentuk media cetak (buku) atau audio-visual	Jangka Menengah

6	Mempublikasikan lembaga pendidikan kepada masyarakat melalui radio	Jangka Menengah
7	Menambah personil humas sesuai dengan kebutuhan bidang kerja di humas	Jangka Panjang

Keterangan:

Jangka pendek : Harus dilakukan pada setiap tahun

Jangka menengah : Dapat dilaksanakan selama 1 s.d. 2 tahun

Jangka panjang : Dapat dilaksanakan lebih kurang 3 s.d. 4 tahun

Selain daripada itu dalam menyusun program kerja humas perlu dipertimbangkan kemana saja arah dan hubungan yang akan di rencanakan humas. Oleh karena itu Arikunto dan Lia Yuliana menjelaskan hubungan sekolah dengan masyarakat itu sebagai berikut:<sup>52</sup>

- a. Hubungan sekolah dengan orang tua siswa dan warga masyarakat.
- b. Hubungan sekolah dengan alumni.
- c. Hubungan sekolah dengan dunia usaha dan industri.
- d. Hubungan sekolah dengan instansi lain.
- e. Hubungan dengan lembaga lembaga swasta.

Berdasarkan keterangan di atas dapat dipahami bahwa dalam perencanaan/penyusunan program humas terdapat hubungan dengan *public* internal dan eksternal sebagai mitra dan sasaran dalam semua rencana kerja yang disusun.

Masing-masing lembaga akan memaknai sendiri-sendiri jangka waktu yang digunakan dalam penyusunan rencana strategis program kerja humas. Dalam

---

<sup>52</sup> Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, 2008, *Manajemen Pendidikan*, Yogyakarta: Aditya Media Yogyakarta, hlm. 362

merencanakan program kerja hubungan masyarakat baik jangka pendek, menengah dan panjang harus diperhatikan secara cermat dan tepat agar hasil yang diinginkan dapat dicapai secara efektif dan efisien.

#### **b. Pelaksanaan Hubungan Masyarakat**

Pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat adalah tahap implementasian rencana program hubungan masyarakat. Pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat pada lembaga pendidikan adalah untuk membina hubungan dengan masyarakat yang terdiri dari dua macam, yaitu:

- 1) Pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat secara internal (guru, staf dan siswa)

Pelaksanaan internal hubungan masyarakat dalam hal ini bermaksud untuk menjalin hubungan di lembaga pendidikan, khususnya sekolah yaitu hubungan antara kepala sekolah dengan staf, guru dan siswa, hubungan antara sesama staf dan guru masih dalam satu lingkup sekolah itu sendiri. Tujuannya untuk mempererat hubungan guru memperlancar tugas-tugas harian sehingga menimbulkan hubungan yang harmonis.

Adapun kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan hubungan internal hubungan masyarakat anatar lain, yaitu:

- a) Memberikan pengertian kepada semua warga lembaga sekolah agar memiliki keterampilan *public relation*.
- b) Menciptakan komunikasi yang terarah dan efektif.
- c) Mecantumkan semua informasi pada papan informasi di tempat yang telah ditentukan.

d) Menerbitkan berita kegiatan sekolah melalui media jurnal atau bulletin sekolah.<sup>53</sup>

2) Pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat secara eksternal (masyarakat, lembaga instansi, perusahaan dan media massa)

Pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat secara eksternal dilaksanakan dengan tujuan mempererat hubungan dengan masyarakat atau instansi di luar sekolah, untuk menciptakan citra yang positif tentang lembaga pendidikan sehingga masyarakat akan memberi kepercayaan dan dukungan terhadap program yang dicanangkan sekolah. Adapun kegiatan tersebut antara lain:

- a) Memperkenalkan kegiatan yang akan dan sedang diselenggarakan lembaga pendidikan kepada masyarakat.
- b) Mensosialisasikan kepada masyarakat secara intensif terhadap kebijakan yang berkaitan dengan akademis, keuangan dan sebagainya agar persepsi masyarakat tidak keliru.

Selain kegiatan pelaksanaan di atas menurut Kertarto dalam Munifah bahwa kegiatan pelaksanaan program hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat terdiri dari:

- a) Bahan-bahan laporan
- b) Siaran
- c) Pamflet
- d) Keanggotaan dalam suatu organisasi
- e) Mengikuti kegiatan kesejahteraan

---

<sup>53</sup> Linggar Anggoro, 2011, *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara, hlm. 45



- f) Membentuk persahabatan dalam masyarakat
- g) Mendorong organisasi orang tua murid dengan hubungan yang harmonis
- h) Mengembangkan teknik-teknik hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat
- i) Mamecahkan masalah-masalah konflik sosial.<sup>54</sup>

Mulyono mengklasifikasi tugas dan program yang dilaksanakan hubungan masyarakat di lembaga pendidikan yaitu:

- a) Pengenalan dan promosi sekolah.
- b) Pertemuan orang tua dan guru, saran untuk mengevaluasi proses pendidikan dan menyampaikan informasi penting kepada wali murid.
- c) Pertemuan komite sekolah, untuk membahas kebijakan-kebijakan serta melakukan evaluasi dan menggalang masukan serta kritikan dari komite sekolah.
- d) Mengadakan *silaturahmi* untuk menyambung tali persaudaraan agar hubungan antara *stakeholder* semakin akrab dan terbuka.
- e) Pembuatan dan pendistribusian kalender.
- f) Menyediakan kartu saran, sebagai alat untuk menggalang kepuasan masyarakat, orang tua dan para pengunjung agar kesalahan tersebut dapat segera diperbaiki.
- g) Menerbitkan majalah sekolah, sebagai ajang untuk kreatif dalam tulis menulis, memaparkan kegiatan sekolah dan kegiatan apa yang menjadi topik

---

<sup>54</sup> Munifah, 2009, *Manajemen Pendidikan dan Implementasinya*, Kediri: STAIN Press, hlm.163

utama majalah serta mencantumkan beberapa kebijakan sekolah yang akan disampaikan kepada masyarakat.<sup>55</sup>

Kegiatan di atas dapat menimbulkan simpati dan bantuan positif dari masyarakat terhadap sistem sekolah. Dengan demikian unsur kepemimpinan dalam tahap pelaksanaan hubungan masyarakat sangat penting karena pimpinan dituntut untuk mencapai tujuan organisasi dan kelompok.

### **c. Evaluasi dan Monitoring Hubungan Masyarakat**

Evaluasi merupakan suatu proses menyediakan informasi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan harga dan jasa (*the worth and merit*) dari tujuan yang dicapai, desain, implementasi, dan dampak untuk membantu membuat keputusan, membantu pertanggung jawaban dan meningkatkan pemahaman terhadap fenomena.

Menurut rumusan tersebut, inti dari evaluasi adalah penyediaan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Evaluasi merupakan suatu proses atau kegiatan pemilihan, pengumpulan, analisis dan penyajian informasi yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan serta penyusunan program selanjutnya.<sup>56</sup>

Sedangkan menurut putra bahwa evaluasi adalah suatu kegiatan untuk memperoleh gambaran tentang keadaan suatu objek yang dilakukan secara terencana, sistematis dengan arah dan tujuan yang jelas.<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup> Mulyono, 2008, *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidikan*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, hlm. 115

<sup>56</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*,.... hlm. 67

<sup>57</sup> Ary Try Andreas Putra, 2012, *Evaluasi Program Pendidikan: Pendekatan Evaluasi Program Berorientasi Tujuan*, Diakses di [www.ejournal.iainkendari.ac.id](http://www.ejournal.iainkendari.ac.id) Pada Tanggal 12 April 2020 Pukul 20.30 Wib

Evaluasi merupakan proses yang menentukan sejauh mana tujuan pendidikan dapat dicapai. Pelaksanaan evaluasi terdapat tujuh elemen yang harus dilakukan, yaitu:

- 1) *Focusing the evaluation* (penentuan fokus yang akan dievaluasi),
- 2) *Designing the evaluation* (penyusunan desain evaluasi)
- 3) *Collecting information* (pengumpulan informasi)
- 4) *Analyzing and interpreting* (analisis dan interpretasi informasi)
- 5) *Reporting information* (pembuatan laporan)
- 6) *Managing evaluation* (pengelolaan evaluasi), dan
- 7) *Evaluating evaluation* (evaluasi untuk evaluasi)

Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan evaluasi, evaluator pada tahap awal harus menentukan fokus yang akan dievaluasi dan desain yang akan digunakan.

Hal ini berarti harus ada kejelasan apa yang akan dievaluasi yang secara implisit menekankan adanya tujuan evaluasi, serta adanya perencanaan bagaimana melaksanakan evaluasi. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan data, menganalisis dan membuat interpretasi terhadap data yang terkumpul serta membuat laporan. Selain itu, evaluator juga harus melakukan pengaturan terhadap evaluasi dan mengevaluasi apa yang telah dilakukan dalam melaksanakan evaluasi secara keseluruhan. Ada empat hal yang ditekankan pada rumusan tersebut, yaitu:

- 1) Menunjuk pada penggunaan metode penelitian,
- 2) Menekankan pada hasil suatu program,
- 3) Penggunaan kriteria untuk menilai, dan

- 4) Kontribusi terhadap pengambilan keputusan dan perbaikan program di masa mendatang.<sup>58</sup>

Berdasarkan pendapat di atas disimpulkan bahwa evaluasi merupakan proses yang sistematis dan berkelanjutan untuk mengumpulkan, mendeskripsikan, menginterpretasikan dan menyajikan informasi untuk dapat digunakan sebagai dasar membuat keputusan, menyusun kebijakan maupun menyusun program selanjutnya.

Adapun tujuan evaluasi adalah untuk memperoleh informasi yang akurat dan obyektif tentang suatu program. Informasi tersebut dapat berupa proses pelaksanaan program, dampak/hasil yang dicapai, efisiensi serta pemanfaatan hasil evaluasi yang difokuskan untuk program itu sendiri, yaitu untuk mengambil keputusan apakah dilanjutkan, diperbaiki atau dihentikan. Selain itu, juga dipergunakan untuk kepentingan penyusunan program berikutnya maupun penyusunan kebijakan yang terkait dengan program.

Dalam pelaksanaan suatu program juga dibutuhkan monitoring atau pemantauan yang tujuannya hampir sama dengan evaluasi. Monitoring dapat digolongkan menjadi delapan macam, sebagai berikut:

- 1) Monitoring yang digunakan untuk memelihara dan membakukan pelaksanaan suatu rencana dalam rangka meningkatkan daya guna dan menekan biaya pelaksanaan program.
- 2) Monitoring yang digunakan untuk mengamankan harta kekayaan organisasi atau lembaga dari kemungkinan gangguan, pencurian, pemborosan, dan penyalahgunaan.

---

<sup>58</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, hlm. 68

- 3) Monitoring yang digunakan langsung untuk mengetahui kecocokan antara kualitas suatu hasil dengan kepentingan para pemakai hasil dengan kemampuan tenaga pelaksana.
- 4) Monitoring yang digunakan untuk mengetahui ketepatan pendelegasian tugas dan wewenang yang harus dilakukan oleh staf atau bawahan.
- 5) Monitoring yang digunakan untuk mengukur penampilan tugas pelaksana.
- 6) Monitoring yang digunakan untuk mengetahui ketepatan antara pelaksanaan dengan perencanaan program
- 7) Monitoring yang digunakan untuk mengetahui berbagai ragam rencana dan kesesuaiannya dengan sumber-sumber yang dimiliki oleh organisasi atau lembaga.
- 8) Monitoring yang digunakan untuk memotivasi keterlibatan para pelaksana.<sup>59</sup>

Jadi secara sederhana penulis katakan bahwa dalam merencanakan, dan melaksanakan program hubungan masyarakat di sekolah perlu adanya kegiatan evaluasi dan monitoring sebagai tolak ukur keberhasilan dalam proses pelaksanaan program tersebut, selain itu evaluasi juga dapat menjadi alat dalam meluruskan antara tujuan yang ditetapkan dengan apa yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

## **5. Strategi Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat**

Lembaga pendidikan adalah suatu organisasi produksi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para konsumen. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan, dikarenakan tidak

---

<sup>59</sup> Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, hlm. 69

dapat memuaskan konsumen, maka produksi jasa yang ditawarkan tidak akan laku. Artinya lembaga pendidikan yang memproses jasa pendidikan tidak mampu memuaskan pengguna jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan pasar, bahkan lembaga pendidikan tidak bisa untuk terus eksis.

Kenyataan membuktikan, hubungan sekolah dengan masyarakat tidak selalu berjalan baik. Berbagai kendala yang sering ditemukan antara lain: komunikasi yang terhambat dan tidak profesional, tindak lanjut program yang tidak lancar dan pengawasan yang tidak terstruktur. Untuk mengatasi berbagai kendala tersebut beberapa hal bisa menjadi alternatif, adanya laporan berkala mengenai berbagai kegiatan sekolah serta keuangannya, diadakannya berbagai kegiatan yang mengakrabkan seperti *open house* kunjungan timbal balik dan program kegiatan bersama seperti pentas seni, perpisahan. Ada sejumlah strategi yang dapat diterapkan lembaga pendidikan khususnya bidang Humas baik pendidikan Islam maupun umum dalam menjalin dan membangun partisipasi masyarakat, diantaranya:

- a. Strategi Tertulis. Hubungan antara sekolah dan masyarakat dapat dilakukan secara tertulis, cara tertulis yang dapat digunakan meliputi:<sup>60</sup>
  - 1) Buku kecil pada permulaan tahun ajaran. Buku kecil pada permulaan tahun ajaran baru ini isinya dijelaskan tentang tata tertib, syarat-syarat masuk, hari-hari libur, hari-hari efektif. Kemudian buku kecil ini dibagikan kepada orang tua siswa.
  - 2) Pamflet. Pamflet merupakan selebaran yang biasanya berisi tentang sejarah lembaga pendidikan tersebut, staf pengajar, fasilitas yang tersedia, dan

---

<sup>60</sup> Rahmad Hidayat & Candra Wijaya, *Ayat – Ayat Al Qur'an (Tentang Manajemen Pendidikan Islam)*, hlm. 154

kegiatan belajar. Pamflet ini selain di bagikan ke wali murid juga bias di sebarakan ke masyarakat umum, selain untuk menumbuhkan pengertian masyarakat juga sekaligus untuk promosi lembaga.

3) Berita kegiatan siswa. Berita ini dapat dibuat sederhana mungkin pada selebaran kertas yang berisi informasi singkat tentang kegiatan kegiatan yang dilakukan di sekolah atau pesantren. Dengan membacanya orang tua murid mengetahui apa yang terjadi di lembaga pendidikan tersebut, khususnya kegiatan yang dilakukan murid.

4) Catatan berita gembira. Teknik ini sebenarnya mirip dengan berita kegiatan murid, keduanya sama-sama ditulis dan disebarkan ke orang tua. Hanya saja catatan berita gembira ini berisi tentang keberhasilan seorang murid. Berita tersebut ditulis di selebaran kertas dan disampaikan kepada wali murid atau bahkan disebarkan ke masyarakat. Buku kecil tentang cara membimbing anak. Dalam rangka menciptakan hubungan yang harmonis dengan orang tua, kepala sekolah atau guru dapat membuat sebuah buku kecil yang sederhana yang berisi tentang cara membimbing anak yang efektif, kemudian buku tersebut diberikan kepada orang tua murid.

b. Strategi Lisan. Hubungan sekolah dengan masyarakat dapat juga dengan lisan, diantaranya:<sup>61</sup>

1) Kunjungan rumah. Dalam rangka mengadakan hubungan dengan masyarakat, pihak sekolah dapat mengadakan kunjungan ke rumah wali murid, warga atupun tokoh masyarakat. Melalui kunjungan rumah ini guru akan mengetahui masalah anak dirumahnya. Apabila setiap anak diketahui

---

<sup>61</sup> Rahmad Hidayat & Candra Wijaya, *Ayat – Ayat Al Qur'an (Tentang Manajemen Pendidikan Islam)*... hlm. 155

problemnya secara totalitas, maka program pendidikan akan lebih mudah direncanakan untuk disesuaikan dengan minatnya.

- 2) Panggilan orang tua. Selain mengadakan kunjungan ke rumah, pihak sekolah sesekali juga memanggil orang tua murid datang ke sekolah. Setelah datang, mereka diberi penjelasan tentang perkembangan pendidikan di lembaga tersebut. Mereka juga perlu diberi penjelasan khusus tentang perkembangan pendidikan anaknya.
  - 3) Pertemuan. Dengan teknik ini berarti sekolah mengundang masyarakat dalam acara pertemuan khusus untuk membicarakan masalah atau hambatan yang dihadapi sekolah. Pertemuan ini sebaiknya diadakan pada waktu tertentu yang dapat dihadiri oleh semua pihak yang diundang. Sebelum pertemuan dimulai acaranya disusun terlebih dahulu. Oleh karena itu, setiap akan mengadakan pertemuan sebaiknya dibentuk panitia penyelenggara.
- c. Strategi Peragaan/Praktek. Hubungan sekolah dengan masyarakat dapat dilakukan dengan cara mengundang masyarakat melihat peragaan yang diselenggarakan sekolah. Peragaan yang diselenggarakan biasanya berupa pameran keberhasilan siswa. Misalnya, menampilkan kemampuan siswa melalui sebuah *event*, membaca puisi dan menari dan lain sebagainya. Pada kesempatan itu kepala madrasah atau guru tersebut dapat menyampaikan program-program peningkatan mutu pendidikan dan juga masalah atau hambatan yang dihadapi dalam merealisasikan program-program tersebut.<sup>62</sup>
- d. Strategi Elektronik. Seiring dengan perkembangan teknologi elektronik maka dalam mengkrabkan sekolah dengan orang tua murid dan masyarakat pihak

---

<sup>62</sup> Rahmad Hidayat & Candra Wijaya, *Ayat – Ayat Al Qur'an (Tentang Manajemen Pendidikan Islam)*... hlm. 156



sekolah dapat menggunakan sarana elektronik, misalkan dengan telpon, *Website*, *Whatsapp*, *facebook*, televisi, ataupun radio, sekaligus sebagai sarana untuk promosi pendidikan.

#### 4. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan kajian yang dilakukan penulis terhadap karya terdahulu, penulis menemukan hasil penelitian yang relevan dengan tema tesis ini, yaitu:

- 1) Jurnal karya Rudy Haryanto dan Sylvia Rozza tahun 2012 dengan judul “Pengembangan Strategi Pemasaran dan Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan”. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif terhadap strategi pemasaran dan manajemen hubungan masyarakat Politeknik Negeri Jakarta (PNJ). Objek Penelitian adalah unit hubungan masyarakat (Humas) PNJ yang pada struktur organisasi langsung bertanggung jawab kepada Direktur PNJ. Adapun fokus penelitiannya adalah pada strategi dan upaya pemasaran serta dukungan humas dalam meningkatkan pelanggan pendidikan.<sup>63</sup> Jurnal penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dan manajemen humas yang ada di perguruan tinggi dalam meningkatkan pelanggan pendidikan atau input pendidikan. Adapun yang membedakan dengan penelitian yang akan diangkat peneliti sekarang yaitu fokus penelitian pada strategi humas dalam meningkatkan pemasaran lembaga pendidikan setingkat sekolah menengah atas.
- 2) Vitri Yuniarti. 2015. Jurnal. Aplikasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MAN Malang 1. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sedangkan teknik penggalan

---

<sup>63</sup> Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol 11, No. 1, Juni 2012: hlm. 27-34

data menggunakan beberapa metode diantaranya metode observasi, metode dokumentasi dan metode wawancara. Adapun Hasil penelitian menunjukkan bahwa. *Pertama*, perencanaan manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di MAN Malang 1 mereka selalu membuat program atau menyusun program secara bersama-sama melalui rapat dengan semua pihak diantaranya kepala sekolah, kabid humas, para guru serta pegawai yang menyusun program bidang-bidang lain yang akan dilaksanakan selanjutnya. *Kedua*, Pelaksanaan manajemen humas di MAN Malang 1 dilaksanakan sesuai perencanaan dimana tugas humas untuk memberikan pelayanan dan informasi, menyediakan sarana dan prasarana yang memadai, berpenampilan yang Islami, dengan harapan dapat dijadikan wahana menjalin komunikasi dan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi sekolah dan masyarakat itu sendiri. *Ketiga*, evaluasi manajemen humas di MAN Malang 1 merupakan tahap akhir dari pengelolaan humas, dimana pada tahap evaluasi ini dilakukan sesuai standart pelayanan madrasah, evaluasi dilakukan oleh pihak internal dan pihak eksternal madrasah.<sup>64</sup>

- 3) Burhanuddin, 2015. Tesis. Manajemen Humas Dalam Peningkatan Pengelolaan Pendidikan di SD Muhammadiyah Kadisoka Kalasan Sleman. Penelitian ini didesain dalam bentuk penelitian kualitatif. Adapun Hasil penelitian ini menunjukkan, *Pertama*, terkait dengan fungsi manajemen humas dalam peningkatan pengelolaan pendidikan di SD Muhammadiyah Kadisoka berupa perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi adalah cukup efektif dengan program

---

<sup>64</sup> Vitri Yuniarti, *Aplikasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di MAN Malang 1*, Diakses di [Http://jurnal.stt.web.id](http://jurnal.stt.web.id).

humas seperti acara pertemuan wali murid, acara pengajian ahad perdana, pengajian akbar syawalan, acara awal dan akhir tahun, *home visit*, *school visitation*, kunjungan ke sekolah lain, karya wisata, pentas kesenian, buka bersama dan lain sebagainya. *Kedua*, Bentuk keberhasilan humas di SD Muhammadiyah Kadisoka dapat dilihat dari terlaksananya program humas, prestasi sekolah yang meningkat sehingga menjadi sekolah favorit berbasis agama yang kuat, bertambahnya sarpras, memiliki sekolah cabang di bayen, bertambahnya jumlah siswa saat ini, nama sekolah makin di kenal di masyarakat luas. *Ketiga*, factor pendukung antara lain dukungan dan partisipasi aktif dari kepala sekolah, pendidik dan seluruh staf, adanya pertanggungjawaban komite sekolah, peran aktif wali murid dan masyarakat. sedangkan factor penghambat antara lain terlalu banyaknya tugas dan wewenang dimana ada guru yang dibebani beban tambahan lebih dari satu bidang seperti coordinator bidang kesiswaan yang merangkap humas sehingga kinerjanya kurang maksimal, serta minimnya anggaran meskipun sudah ada dana BOS yang dianggap masih kurang sehingga program humas menjadi tertunda.<sup>65</sup>

- 4) Tesis karya Dedik Fatkul Anwar dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta” tahun 2014. Dalam penelitian ini membahas tiga pokok bahasan yaitu strategi pemasaran, implementasi strategi pemasaran, dan faktor pendorong dan penghambat strategi pemasaran jasa pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa sekolah tersebut menggunakan dua cara dalam pemasaran,

---

<sup>65</sup> Burhanuddin, 2015, *Tesis Manajemen Humas Dalam Peningkatan Pengelolaan Pendidikan di SD Muhammadiyah Kadisoka Kalasan Sleman*, Diakses di [www.digilib.uinsuka.ac.id](http://www.digilib.uinsuka.ac.id)

yaitu pemasaran langsung dan tidak langsung. Implementasinya dimulai dengan merumuskan strategi, membuat taktik, dan menunjukkan nilai lebih yang dimiliki sekolah. Adapun faktor pendukung pemasaran yang dimiliki oleh lembaga pendidikan ini adalah memiliki segmen yang jelas, kepercayaan masyarakat yang tinggi, dan lokasi yang strategis. Sedangkan faktor penghambatnya adalah belum adanya tim promosi, belum memiliki konsep promosi yang sistematis, dan tidak ada evaluasi.<sup>66</sup>

- 5) Tesis karya Siti Uswatun Kasanah dengan judul “Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan (Study Multi Kasus di MA Ma’arif NU Kota Blitar dan MAN Tlogo Kabupaten Blitar)” pada tahun 2014. Fokus penelitian ini adalah bagaimana formulasi, implementasi, dan evaluasi pemasaran madrasah di MAMNU dan MAN Tlogo. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Hasilnya yaitu formulasi strategi di MAMNU dilakukan dalam bentuk seleksi input dan membuka MAKK, promosi madrasah, peningkatan mutu SDM, dll. Di MAN Tlogo seleksi input, ekstra tata busana kerja sama dengan ITS, penentuan biaya pendidikan, dll. Implementasi strategi pemasaran di MA Ma’arif NU yaitu dengan memanfaatkan keunggulan lembaga, melakukan pengembangan terus menerus, dll. Sedangkan di MAN Tlogo dengan mengadakan kerjasama dengan ITS, peningkatan SDM, dll. Evaluasi strategi di MA Ma’arif NU dilakukan dengan rapat dinas, satminkal, rapat tahunan, dll.

---

<sup>66</sup> Tesis karya Dedik Fatkul Anwar, 2014 dengan judul “*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta*”

Sedangkan di MAN Tlogo dilakukan dengan kegiatan rapat tahunan di awal tahun, dll.<sup>67</sup>

Dari beberapa judul yang telah penulis paparkan, tidak ada yang sama dengan judul yang penulis ambil. Tetapi antara kelima judul di atas dengan judul tesis penulis saling berkaitan. Yaitu dalam hal manajemen humas, partisipasi masyarakat di lembaga pendidikan dengan cara mengikutsertakan masyarakat sebagai sasaran pemasaran produk pendidikan. Selain itu tidak ada yang mengambil tempat yang sama sebagaimana yang penulis laksanakan yakni di SMK NU Ma'arif Kudus.

## **5. Kerangka Berpikir**

Dalam penelitian ini, kerangka berfikir penelitian diawali dengan pengamatan penulis mengenai maraknya persaingan atau kontestasi antar sekolah. Tidak bisa kita pungkiri bahwa sebenarnya kehidupan ini penuh dengan persaingan. Persaingan untuk menjadi yang terbaik, persaingan untuk menjadi nomor satu. Hal ini terjadi juga dalam dunia pendidikan. Institusi pendidikan saling berebut pasar, peminat, atau lebih khususnya persaingan berebut murid atau mahasiswa. Di semua jenjang dari Play Group (PG), Taman Kanak-kanak (TK) hingga Universitas mau tidak mau harus ikut kontestasi merebut hati masyarakat dengan berbagai strategi, dari mengembangkan pembangunan fisik maupun non fisik. Semua sekolah memperbesar dan memperindah bangunan sekolahnya, menambah fasilitasnya, memaksimalkan pelayanan dan kualitasnya. Bila kita perhatikan persaingan itu semakin hari semakin kentara. Sekolah negeri dengan swasta, SMA dengan SMK,

---

<sup>67</sup> Tesis karya Siti Uawaton Kasanah, 2014, dengan judul “*Strategi Pemasaran Madrasah Dalam Peningkatan Mutu Pendidikan (Study Multi Kasus di MA Ma'arif NU Kota Blitar dan MAN Tlogo Kabupaten Blitar)*”.

SMA yang satu dengan SMA lainnya, bahkan SMK yang satu dengan SMK yang lain.

Sesuai dengan *Job description* tugas membangun citra baik dengan masyarakat, menarik minat peserta didik baru adalah tugas bagian humas (hubungan masyarakat) atau *public relations*. Sebagai pelaksana humas utama di sekolah adalah waka humas meskipun sebenarnya semua pendidik dan tenaga kependidikan dan semua *stakeholder* juga ikut bertanggungjawab sebagai corongnya humas. Waka humas dalam menjalankan tugasnya harus memiliki kompetensi, mampu membuat perencanaan, pelaksanaan hingga evaluasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa lembaga pendidikan perlu melakukan upaya-upaya manajemen kehumasan untuk meningkatkan kualitasnya sehingga memiliki daya saing serta mendapatkan dukungan dan partisipasi masyarakat sekitar.

SMK NU Ma'arif Kudus adalah salah satu sekolah swasta yang menurut penulis mampu bersaing dengan sekolah-sekolah negeri di Kudus. Untuk itu diperlukan suatu penelitian untuk mengetahui bagaimana manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat agar tidak ketinggalan dalam persaingan antar sekolah yang ada di kawasan tersebut. Pada umumnya lembaga pendidikan pasti menerapkan manajemen humas termasuk SMK NU Ma'arif Kudus. Manajemen humas ini dijadikan sebagai langkah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat yang pada akhirnya mampu bersaing dengan sekolah lain. Jika Sekolah tidak memiliki manajemen humas yang baik yang bisa menyampaikan informasi-informasi tentang program maupun keunggulan suatu lembaga pendidikan dan menyerap aspirasi atau kebutuhan masyarakat pada sekolah, maka lambat laun akan

semakin ditinggalkan masyarakat karena masyarakat tidak tahu informasi tentang sekolah tersebut



