

**MEMBANGUN PELAYANAN PUBLIK YANG PRIMA:  
STRATEGI MANAJEMEN HUMAS DALAM PENYAMPAIAN PROGRAM  
UNGGULAN DI LEMBAGA PENDIDIKAN**

**Qoimah**

**Universitas Nurul Jadid**  
*iemhaieiem@gmail.com*

*Received: 15-07-2018, Accepted:25-07-2018, Published: 30-07-2018*

**Abstrack**

*The presence of educational institutions as an alternative choice for students. their scientific repertoire is felt quite useful. To further enhance the role and participation. non-formal education institutions in the community then the existence of a public relations figure required. Roles and duties of public relations here to represent the existence and image of educational institutions in addition to addressing all forms of problems related to public relations. The problem that arises is the role and function of a public relations practitioner is perceived not enough role and important then not many educational institutions that set up a separate department for the public relations department. The existence of this public relations should be at the top level of management so that it can provide input at the institutional management level. The concepts used in relation to this writing are related to the functions and roles of Public Relations, Public Relations management strategies and communication strategies of educational institutions. To get a good image is required a good management strategy, one of which is to improve the relationship with the parties that establish cooperation with educational institutions in this case represented by a public relations. Given the importance of role and function public relations then it is appropriate that its presence is also considered in educational institutions.*

**Abstrack**

Kehadiran lembaga pendidikan sebagai pilihan alternatif untuk siswa. Repertoar ilmiah mereka dirasakan sangat berguna. Untuk lebih meningkatkan peran dan partisipasi. lembaga pendidikan nonformal di masyarakat maka keberadaan tokoh humas diperlukan. Peran dan tugas *public relations* di sini untuk mewakili keberadaan dan citra lembaga pendidikan selain untuk mengatasi semua bentuk masalah yang terkait dengan hubungan masyarakat. Masalah yang muncul adalah peran dan fungsi seorang praktisi *public relations* dirasakan tidak cukup berperan dan penting maka tidak banyak lembaga pendidikan yang mendirikan departemen tersendiri untuk departemen hubungan masyarakat. Keberadaan hubungan masyarakat ini harus berada pada tingkat manajemen puncak sehingga dapat memberikan masukan pada tingkat manajemen institusional. Konsep yang digunakan dalam kaitannya dengan penulisan ini terkait dengan fungsi dan peran Hubungan Masyarakat, strategi manajemen Hubungan Masyarakat dan strategi komunikasi lembaga pendidikan. Untuk mendapatkan citra yang baik

diperlukan strategi manajemen yang baik, salah satunya adalah meningkatkan hubungan dengan pihak-pihak yang menjalin kerjasama dengan institusi pendidikan dalam hal ini diwakili oleh public relations. Mengingat pentingnya peran dan fungsi public relations maka sudah sepatutnya bahwa kehadirannya juga dipertimbangkan di lembaga pendidikan.

**Key word:** *Strategy, public relations, reputation, school.*

## PENDAHULUAN

Menurut dunia pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dan strategis untuk menjamin perkembangan dan kebelangungan kehidupan suatu bangsa. Ditegaskan dalam UU nomor 20 tahun 2013 pada bab XV pasal 54 dinyatakan bahwa: *Pertama*, Peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pelayanan pengendalian mutu pelayanan pendidikan. *Kedua*, Masyarakat turut ikut serta menjadi sumber pelaksana dan pengguna hasil pendidikan. *Ketiga*, Ketentuan tentang keikutsertaan masyarakat tertera dalam ayat 1 dan 2 yang diatur di dalam peraturan pemerintah. (Burhan Nudin and Prodi Pendidikan Islam, 2015).

Dalam rangka mewujudkan isi Undang-undang tersebut, maka

perlu adanya upaya kerjasama masyarakat dan lingkungan sekolah secara optimal untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Pendidikan merupakan pilar penting bagi negara sebagai wadah dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia. Peningkatan suatu kualitas sumber daya manusia harus diatur dengan sistem yang baik, mempunyai arah dan fokus pada kepentingan-kepentingan memberdayakan ilmu pengetahuan yang didasari oleh iman dan takwa yang ada pada program-program sekolah/lembaga.

Di era modern ini persaingan pendidikan semakin meningkat dan berbagai carapun dilakukan untuk merebut perhatian konsumen. Untuk menarik perhatian masyarakat lembaga selalu berusaha meningkatkan mutu pendidikan kepada masyarakat atau pelanggan. Persaingan peningkatan hubungan antara lembaga dengan masyarakat dan juga mutu menjadi konsep yang

menarik karena banyaknya minat terhadap dunia pendidikan. (Nurhasanah, 2014).

Hubungan masyarakat (humas) merupakan suatu sarana yang dapat menghubungkan antara sekolah dan masyarakat (Ahmad Fauzi, 2015, 168-179), serta merupakan suatu bagian dari substansi administrasi pendidikan yang terdapat di dalam lembaga pendidikan. Dengan tujuan untuk mengelola dan membina hubungan baik antara pihak internal maupun eksternal dari lembaga pendidikan. Dengan tujuan untuk mengelola dan membangun hubungan baik antara pihak internal maupun eksternal dari lembaga pendidikan. Hal ini dibuktikan dengan adanya lembaga pendidikan yang berkembang saat ini. Hubungan masyarakat atau yang sering disebut dengan humas mempunyai posisi yang amat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama apabila perusahaan tersebut sering berinteraksi dengan khalayak luas. Keberadaan humas pada suatu lembaga atau instansi mampu menjadi jembatan penghubung antara lembaga dengan publiknya. Pada dasarnya tujuan humas yaitu sebagai alat menyebarkan informasi,

menumbuhkan, memelihara, membangun hubungan baik harmonis sehingga mendapatkan citra positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Suatu organisasi memerlukan humas agar mampu mencapai tujuan organisasi tersebut. Suatu organisasi memerlukan humas untuk dapat mencapai tujuan organisasi tersebut. Rancangan komunikasi yang dibuat oleh humas akan mempengaruhi pencitraan dan reputasi yang baik dari organisasi maupun institusi pendidikan (Susana Aliyannata, 2016).

Untuk menarik minat masyarakat, lembaga memiliki strategi yang berbeda-beda dengan manajemen yang berbeda pula. *Pertama*, lembaga harus memiliki reputasi yang baik. Menurut Alma aspek membangun reputasi harus dapat menciptakan: (1) *Makes regular repeat purchases* ialah pelanggan yang percaya atau menggunakan secara teratur program yang *launching* oleh lembaga/sekolah (2) *Purchases across product and service lines*, pelanggan membeli diluar lini produk/jasa, (3) *Refers other* yaitu menawarkan produk lain, (4) *Demonstrates an immunity to the full of the competition* yaitu

menunjukkan kekebalan/kekuatan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (Rudy Haryanto and Sylvia Rozza, 2012: 27-34).

*Kedua* adalah citra, citra berdasar pada interpretasi perusahaan. Pada dasarnya interpretasi perusahaan merupakan strategi mengenalkan suatu identitas perusahaan terhadap publik secara umum. Identitas lembaga/perusahaan terbentuk melalui beberapa serangkaian proses panjang yang tidak mudah. Perjalanan tersebut mengantarkan lembaga/perusahaan dari identitas menuju pada sebuah reputasi perusahaan. Dari sebuah reputasi yang terbentuk menurut Fombrun, ada beberapa sisi reputasi organisasi yang perlu ditangani secara cermat, yaitu: a). Citra Kredibilitas (*Credibility*). Merupakan citra yang diperlihatkan kepada investor sebagaimana credibility ini mempunyai 3 karakteristik yaitu, a). Mampu Menunjukkan *profitabilitas*, mampu menjaga stabilitas dan adanya prospek perkembangan yang baik. b). Mampu menunjukkan Citra Terpercaya (*Trustworthiness*). Citra di kacamata karyawan, di mana organisasi mempunyai kepercayaan dari karyawan (karyawan percaya pada organisasi), organisasi dapat

memberdayakan karyawan-karyawan dengan maksimal dan organisasi mampu menimbulkan rasa memiliki dan kebanggaan kepada karyawan. c). Menunjukkan Citra Keterandalan (*Reliability*). Citra tersebut diciptakan untuk konsumen, melalui selalu memberdayakan mutu produk atau jasa, menjamin terlaksananya sebuah pelayanan prima yang diterima oleh konsumen. d). Citra Tanggungjawab sosial (*Social Responsibility*). Citra yang berkaitan dengan masyarakat sekitar, seberapa berarti atau banyak sebuah organisasi membantu membangun dan mengembangkan masyarakat sekitar, seberapa peduli sebuah organisasi terhadap masyarakat luas dan menjadi perusahaan yang ramah lingkungan (Djoko Santoso dan Andre Rahmanto Indhira Hari Kurnia, 2013). Dengan terbangunnya dua hal tersebut maka hubungan antara lembaga dengan masyarakat akan semakin mudah.

### **Hakikat Strategi dalam Sistem Manajemen Humas**

Secara historis, kata strategi dipakai untuk istilah dunia militer (Hasan Baharun 2006). Strategi berasal dari bahasa Yunani "*stratogos*" yang berarti jendral atau komandan militer. Maksudnya strategi

adalah cara yang digunakan para jenderal dalam memposisikan pasukan atau membentuk kekuatan tentara-tentara di medan perang agar musuh mampu dikalahkan. Ansoff mendefinisikan strategi sebagai “*a set of decision making rules for guidance of organizational behavior*”, yaitu serangkaian cara dalam membuat keputusan yang dipakai dalam sebuah acuan organisasi. Apabila dikaitkan dengan pemasaran, maka suatu strategi dapat diartikan sebagai sebuah keputusan mengenai pemakaian beberapa faktor pemasaran yang bisa dikendalikan untuk mencapai sebuah tujuan-tujuan yang telah ditentukan.

Strategi dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* diartikan rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi bisa diartikan sebagai sebuah rencana keseluruhan dalam mencapai sebuah target walaupun tidak ada jaminan akan keberhasilannya. Banyak yang mengkaitkan Strategi dengan istilah taktik, teknik dan metode. Ketiga istilah tersebut sebenarnya ada dalam lingkungan strategi, namun memiliki susunan yang lebih sempit, rinci dan praktis. Misalnya komunikasi dibagikan menjadi dua

bagian, yaitu visual dan oral. Dengan demikian sebuah komunikasi oral menjadi permasalahan taktik dan teknik. Strategi dalam pengertiannya adalah manajemen dan perencanaan untuk mencapai sebuah tujuan. Agar mencapai sebuah tujuan tersebut maka, strategi tidak saja berfungsi sebagai sebuah peta jalan yang menunjukkan taktik operasional (Hery Winarto, 2010: 1-21).

Secara bahasa kata manajemen berasal dari bahasa Latin, yaitu dari *manus* yang berarti tangan dan *agree* yang berarti melakukan. Kata-kata tersebut digabungkan menjadi sebuah kata kerja manager yang diartikan menangani. Kata *managere* diterjemah ke bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja to manage, dengan kata benda management, dan kata manager untuk orang yang melaksanakan kegiatan manajemen. Akhirnya management diterjemah ke dalam bahasa Indonesia menjadi kata manajemen atau pengelolaan. Banyak yang mengartikan kata “manajemen” sebagai seni dan ilmu untuk mencapai suatu tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Ini berarti manajemen hanya dapat dilaksanakan apabila dalam

pencapaian tujuan tersebut tidak hanya dilakukan seorang tetapi juga dilakukan lebih dari seorang dalam mencapai tujuan (M.Ahsin Mashur, 2011: 10-47).

Secara terminologis pengertian manajemen telah disampaikan oleh para pakar manajemen. Pengertian yang disampaikan bervariasi dikarenakan sudut pandang dan latar belakang keilmuan masing-masing tetapi tidak berbeda secara substantif. Dari berbagai pengertian manajemen dapat dikelompokkan menjadi tujuh sudut pandang yaitu:

1. Manajemen sebagai alat atau cara (*means*)

Millon Brown mendefinisikan manajemen sebagai cara atau alat untuk menggunakan orang-orang, uang, perlengkapan, bahan-bahan, dan metode secara efektif untuk mencapai tujuan.

2. Manajemen sebagai daya kekuatan (*force*)

Albert Lepawsky berpendapat "*Management is the force which leads, guide, and directs an organization in the accomplishment of predetermined objective*" yang berarti manajemen sebagai kekuatan atau tenaga yang memimpin, yang

mengarahkan petunjuk, dan memberikan suatu arahan organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan (Tukijan, 2006).

Secara umum manajemen adalah proses penggerakan orang lain untuk memperoleh hasil tertentu dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. "Proses" dalam manajemen merupakan sebuah bentuk keterampilan atau kemampuan memperoleh sebuah hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui beberapa kegiatan organisasi. Karena itu dalam manajemen mencakup konsep kepemimpinan, *human relation* (hubungan manusia), pengambilan keputusan, manusia, sarana, dan kerjasama (Mashur, "M. Ahsin Mashur, 2011: 10).

Dari beberapa hal di atas maka dilanjut oleh hubungan masyarakat. Istilah sebuah *public relations* atau hubungan masyarakat pertama kali dicetuskan oleh presiden Amerika Serikat, Thomas Jefferson, pada tahun 1807. Pada waktu itu yang dimaksud dengan *public relations* adalah *foreign relations* atau suatu komunikasi luar negeri. Hingga pada saat ini pengertian humas menjadi sebuah perdebatan para

pakar oleh sebab itu, supaya hakikat humas menjadi jelas, ada beberapa paparan yang dikemukakan oleh para pakar. Glen dan Denny Griswold mengatakan bahwa “humas adalah fungsi dari suatu manajemen yang dilaksanakan untuk menyimpulkan dan menilai sikap suatu publik, menyeraskan suatu prosedur dan kebijaksanaan organisasi atau instansi dengan suatu kepentingan umum, serta melaksanakan suatu rencana untuk mendapatkan dukungan dan pengertian masyarakat (Mashur, “M. Ahsin Mashur, 2011: 10).

Sedangkan pemahaman lain menurut IPRA (*The International Public Relations Assocation*) sebagaimana yang dikutip Onong, mendefinisikan public relations sebagai fungsi manajemen dari suatu sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan yang oleh beberapa organisasi dan juga lembaga-lembaga pribadi dan umum agar dipergunakan untuk memperoleh dan menjaga saling mendukung, pengertian dan simpati dari mereka yang mempunyai sangkut paut dengan cara menilai suatu opini public mereka, dengan suatu tujuan sedapat mungkin menggabungkan manajemen dan kebijakan, untuk

mencapai tujuan kerjasama yang lebih efisien dengan kegiatan yang telah tersebar dan direncanakan luas. Pemahaman dari definisi menurut IPRA, lebih pada bagaimana tugas *Public relations* atau humas membangun hubungan dan kerjasama kepada para pihak dalam rangka meraih perhatian dan simpati melalui aktivitas-aktivitas yang terencana dan terkelola dengan baik dalam rangka membangun citra yang positif terhadap lembaga (Mohammad Hasan, 2017: 35).

Humas memiliki pengertian yang sangat luas sehingga masing-masing ahli memiliki persepsi yang berbeda-beda yang disebabkan oleh sudut pandang yang berbeda. Humas adalah fungsi suatu manajemen yang mampu memilih dalam membantu suatu saluran komunikasi bersama, saling pengertian, pengendalian dan kerjasama di antara organisasi dengan publiknya, mengangkat sebuah isu-isu pengelolaan, meningkatkan suatu pengetahuan dan sigap terhadap pendapat masyarakat, serta mengabdikan dengan suatu tanggung jawab terhadap kepentingan umum, bertindak untuk melakukan arah kebijaksanaan (Winarto, “Hery Winarto, 2011: 10).

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat dirumuskan bahwa yang dimaksud hubungan masyarakat adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh sekelompok orang dari pihak lembaga sekolah meliputi pembicaraan hubungan masyarakat yang luas yang pesannya berupa masalah-masalah pendidikan yang di dalamnya melalui proses komunikasi. Dari beberapa definisi tersebut, maka bisa dirumuskan bahwa yang dimaksud hubungan masyarakat adalah sebuah kegiatan yang dilaksanakan oleh sekelompok orang dari pihak lembaga sekolah meliputi pembicaraan hubungan masyarakat yang luas yang pesannya berupa masalah-masalah pendidikan yang di dalamnya melalui proses komunikasi. Suatu komunikasi terjadi secara terus menerus yang menimbulkan efek timbal balik dua arah dari kedua belah pihak agar tercipta hubungan yang harmonis dan saling pengertian baik antara warga lembaga sekolah sendiri maupun lembaga sekolah dengan masyarakat umum yaitu wali murid, lembaga pendidikan lain dan instansi lain baik pemerintah maupun swasta untuk meningkatkan citra dan mutu sekolah (Winarto, "Hery Winarto, 2011: 10).

Ahmad S Adnanputra dalam sebuah makalah "*PR Strategy*" (1990) yang dikutip Rosady Ruslan, mengatakan bahwa landasan umum suatu proses penyusunan strategi kehumasan yang berkaitan dengan suatu fungsi-fungsi humas secara integral melekat pada sebuah manajemen perusahaan/lembaga, yaitu sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi suatu unit sasarannya.
- b. Mengidentifikasi suatu permasalahan yang muncul.
- c. Mengidentifikasi tentang suatu struktur kekuasaan pada unit-unit sasaran.
- d. Mengevaluasi mengenai suatu pola dan kadar sikap tindak unit sebagai suatu sasarannya.
- e. Pemilihan unsur atau opsi taktikal strategi public relations.
- f. Mengevaluasi dan mengidentifikasi terhadap suatu perubahan peraturan atau kebijaksanaan pemerintah dan lain sebagainya.
- g. Langkah terakhir yaitu menjabarkan suatu strategi hubungan masyarakat, dan cara atau taktik menerapkan langkah suatu program yang telah disusun, mengkomunikasikan, dan penilaian/evaluasi hasil kerja.



Sekolah/madrasah dalam hal ini harus mengembangkan kerjasama dan kemitraan dengan masyarakat, dunia industri, dunia usaha, alumni dan satuan pendidikan lainnya di dalam maupun luar negeri (Zamroni Hasan Baharun, 2017: 164).

### **Humas dalam Aktivitas Kependidikan**

Fungsi humas dalam pendidikan berdasarkan paparan di atas maka hubungan masyarakat di lingkungan organisasi kerja atau pemerintah termasuk juga di bidang pendidikan yang juga diartikan sebagai rangkaian kegiatan organisasi instansi untuk menciptakan relasi yang harmonis dengan masyarakat atau pihak-pihak tertentu di luar instansi ataupun organisasi tersebut, agar dapat mendukung terhadap efektifitas dan efisiensi implementasi kerja secara sukarela. Fungsi humas dalam pendidikan berdasarkan paparan di atas maka hubungan masyarakat di lingkungan organisasi kerja atau pemerintah termasuk juga di bidang pendidikan yang juga diartikan sebagai rangkaian kegiatan organisasi instansi untuk menciptakan relasi yang harmonis dengan masyarakat atau pihak-pihak tertentu di luar instansi ataupun organisasi tersebut, agar dapat mendukung

terhadap efektifitas dan efisiensi implementasi kerja secara sukarela.

Dan berikut ini kutipan bahwa fungsi humas adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan pengertian masyarakat tentang semua aspek pelaksanaan program pendidikan di sekolah.
2. Untuk dapat menetapkan apa harapan-harapannya mengenai tujuan pendidikan di sekolah dan bagaimana harapan para masyarakat terhadap lembaga/sekolah.
3. Untuk mendapatkan bantuan secukupnya dari para masyarakat kepada lembaganya, baik material, finansial maupun moril.
4. Menimbulkan rasa tanggung jawab yang lebih besar terhadap kualitas pendidikan.
5. Mengikut sertakan masyarakat luas secara kooperatif dalam usaha mengatasi persoalan pendidikan dan meningkatkan kerjasama antara sekolah dengan masyarakat.
6. Memperkuat sebuah peningkatan serta tujuan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat.
7. Meningkatkan gairah masyarakat untuk menjalin

sebuah hubungan dengan sekolah.

Tujuan Humas dalam Pendidikan pendapat Frida Kusumastuti yaitu bahwa tujuan humas adalah terbentuk dan terpeliharanya saling pengertian (aspek *kognisi*), membentuk dan menjaga saling percaya (aspek *afeksi*), menciptakan dan memelihara kerjasama (aspek *psikomotoris*). Hubungan lembaga dengan penduduk/masyarakat bertujuan yang diantaranya untuk memajukan kualitas suatu pertumbuhan dan pembelajaran anak, memperkuat tujuan serta meningkatkan kualitas penghidupan dan hidup masyarakat, dan meningkatkan gairah masyarakat untuk menjalin sebuah hubungan dengan sekolah. Sedangkan menurut pendapat yang lain meninjau sebuah tujuan hubungan sekolah dengan masyarakat dari dua sudut yaitu bagi kepentingan sekolah dan masyarakat. Ditinjau dari kepentingan sekolah, peningkatan penyelenggaraan suatu hubungan masyarakat dengan sekolah bertujuan agar memelihara kelangsungan hidup sekolah, meningkatkan suatu mutu pendidikan di lembaga/sekolah yang bersangkutan, memperlancar belajar-mengajar, mendapatkan bantuan dan

dukungan dari masyarakat luas yang diperlukan dalam pelaksanaan dan pengembangan program sekolah (Winarto, "Hery Winarto, 2010: 11).

### **Strategi Humas dalam Pendidikan**

Menurut Winardi menyatakan bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengawasan, yang dilaksanakan untuk menetapkan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain. Sedangkan Hubungan masyarakat adalah suatu fungsi manajemen dari sebuah sikap budi yang bersinambungan dan terencana, yang dengan hal itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat pribadi dan umum berusaha membangun dukungan, simpati dan pengertian dari mereka yang mempunyai kaitan atau yang mungkin mempunyai sebuah hubungan dengan jalan menilai pendapat umum dari mereka, untuk mengkorelasikan tata cara dan sedapat mungkin kebijakan mereka, melalui informasi berencana dan tersebar luas, mencapai suatu kerjasama pemenuhan kepentingan

bersama yang lebih efisien dan produktif (Aliyannata, 2016).

Dikutip Dalam pelaksanaan kegiatan humas, untuk memudahkan pelaksanaannya dan mencapai tujuan yang di inginkan oleh sebuah lembaga maka akan perlu beberapa konsep manajemen, yang antara lain adalah:

### 1. Perencanaan

Perencanaan merupakan suatu fungsi awal dari seluruh manajemen. Perencanaan adalah suatu bagian yang sangat penting dalam pekerjaan humas. Kampanye humas memiliki beberapa cakupan seperti: mempertimbangkan suatu alternatif, menetapkan suatu tujuan yang hendak dicapainya, menilai manfaat dan resiko dari masing-masing alternatif, memutuskan arah tindakan, menetapkan anggaran serta mendapatkan persetujuan dan dukungan yang dibutuhkan dari manajemen perusahaan.

### 2. Pelaksanaan

Langkah kedua setelah perencanaan adalah pelaksanaan. Pada tahap ini yakni melaksanakan kegiatan yang telah dipersiapkan sebelumnya dan diusahakan dapat terlaksana.

### 3. Evaluasi

Evaluasi adalah suatu tahap terakhir setelah beberapa tahap perencanaan dan pelaksanaan yang dilakukan oleh organisasi. Dalam beberapa hal, evaluasi mempunyai karakteristik penilaian dan pengukuran, apakah kualitatif atau kuantitatif. Evaluasi dalam hal di atas diartikan sebagai suatu penilaian (evaluation) atau pengukuran (instrument) terhadap sebuah perencanaan yang telah dilakukan pada pertengahan, akhir bulan atau tahun (Mashur, "M. Ahsin Mashur, 2011: 10).

Dengan adanya beberapa hal tersebut maka akan memudahkan pelaksanaan komunikasi antara sekolah dengan masyarakat. Setelah terjalin komunikasi baik antara lembaga dan masyarakat maka akan mempermudah untuk menyampaikan program-program unggulan yang akan lebih dipercaya oleh masyarakat. Dengan begitu, maka tujuan dari humas daripada sekolah itu sendiri akan mudah tercapai. Langkah yang harus dilakukan selanjutnya adalah dengan menggunakan penilaian.

## Membangun Pelayanan Publik Yang Prima: Strategi Manajemen Humas dalam Penyampaian Program Unggulan di Lembaga Pendidikan

Pendidikan merupakan suatu hal penting bagi negara sebagai wadah untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Sumber daya manusia harus dikembangkan dengan suatu cara yang terarah, sistematis dan fokus pada kepentingan perkembangan suatu ilmu pengetahuan yang dilandaskan pada iman dan takwa yang konkretnya terdapat pada program dan visi-misi sekolah. Dari visi-misi sekolah maka akan tercipta suatu program yang akan dicapai yang salah satunya adalah program pendidikan unggulan. Untuk mencapai suatu pendidikan yang unggul sekolah harus memiliki standard Nasional maupun Internasional. Sekolah/lembaga harus mampu membangun langkah untuk mendapatkan hal tersebut dan memiliki daya saing yang tinggi. Sekolah perlu memperhatikan beberapa aspek penting untuk menyokong terlaksananya hal-hal tersebut.

Aspek-aspek penting yang harus diperhatikan dalam langkah

membangun hal tersebut diatas antara lain adalah strategi, manajemen dan kehumasan. Ketiga hal diatas sangat urgen dan bersinergi dalam membantu perkembangan lembaga/sekolah. Tanpa adanya ketiga hal diatas sekolah sulit bersaing dikancah pendidikan. Dari aspek-aspek tersebut maka sekolah perlu memperhatikan beberapa hal yaitu lembaga harus memiliki strategi untuk menarik minat masyarakat, banyak strategi yang diterapkan berbeda dengan manajemen yang berbeda pula. Hal utama yang harus dilaksanakan adalah lembaga harus membangun reputasi dan citra yang baik.

Dalam penyampaian program unggulan di lembaga pendidikan maka seorang humas harus melakukan hal tersebut. Seorang humas sangatlah berperan penting untuk membangun aspek-aspek tersebut, yang **Pertama**, aspek reputasi yang harus dapat menciptakan:

1. Pelanggan yang selalu menggunakan secara teratur program yang diluncurkan oleh lembaga, misalnya siswi tetap nyaman dan menyelesaikan

- studi sampai akhir tetap pada lembaga yang sama;
2. Pelanggan selalu membeli diluar lini produk/jasa, misalnya ketika Nurul Jadid (NJ) mengadakan lomba se-Jawa Timur yaitu lomba Gebyar Arabi maka banyak delegasi dari seluruh lembaga/sekolah lain yang mengikutilomba tersebut;
  3. Merekomendasikan produk lain, misalnya siswa/i merekomendasikan kepada keluarga, teman ataupun masyarakat setiap program layanan pendidikan baik merekomendasikan jurusan yang diambil maupun layanan lainnya (seminar, loka karya dan pelatihan-pelatihan);
  4. Menunjukkan adidaya dari daya tarik produk ataupun jasa sejenis dari pesaing, misalnya selain Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso banyak lembaga lain yang menawarkan pendidikan serupa pada kelas akhir sekolah menengah pertama, akan tetapi sebanyak dan semenarik apapun yang dilakukan oleh lembaga lain, calon siswa tetap teguh memilih Madrasah Aliyah Negeri Bondowoso sebagai lembaga layanan pendidikannya.
  5. Memiliki hal yang dapat menarik yang tinggi dengan menawarkan kegiatan-kegiatan dan sarana unggul, seperti perpustakaan berbasis *internet*, kelas berbasis unggul dengan fasilitas perangkat-perangkat lunak, kegiatan yang dihadiri oleh petinggi-petinggi Negara ataupun karya-karya yang menunjang reputasi lembaga/sekolah.
  6. Menggunakan media sebagai alat transformasi bagi sekolah/lembaga untuk menunjang kegiatan-kegiatan maupun untuk mengabarkan hal-hal yang terjadi di sekolah/lembaga agar masyarakat luas semakin mengenal sekolah/lembaga tersebut.
- Kedua** adalah mebangun citra lembaga, citra berdasar pada interpretasi lembaga/sekolah. Pada dasarnya interpretasi lembaga/sekolah merupakan suatu cara guna mengenalkan identitas lembaga/sekolah kepada publik secara umum. Identitas lembaga/sekolah terbentuk melalui serangkaian proses panjang yang tidak mudah dan harus dikendalikan oleh kehumasan. Perjalanan ini

mengantarkan lembaga/sekolah dari identitas menuju pada reputasi lembaga/sekolah dengan adanya citra yang dibangun oleh kehumasan. Dari citra yang dibangun ada 4 sisi citra organisasi yang perlu ditangani secara cermat, yaitu:

- 1) Citra kepercayaan. Dimana sekolah/lembaga mampu membangun kepercayaan *stake holders*, masyarakat dan para investor terhadapnya.
- 2) Citra keterandalan. Dimana sekolah mempunyai citra baik bagi pendidikan dengan melahirkan lulusan handal yang mampu dipercaya oleh masyarakat luas.
- 3) Citra tanggungjawab sosial. Dimana sekolah/lembaga mampu mengembangkan dan memberdayakan masyarakat sekitar untuk menjadi lebih maju dan handal.

Yang *ketiga* adalah membangun komunikasi *intens* dengan para wali murid dengan mengadakan rapat ataupun menggunakan media sebagai media komunikasi. Dengan terciptanya hal tersebut maka, seorang humas akan lebih dipermudah untuk

menyampaikan program-programnya.

Dengan terbangunnya tiga hal tersebut maka hubungan antara lembaga dengan masyarakat akan semakin mudah terjalin. Dari dukungan-dukungan yang tumbuh dari masyarakat luas maka, sekolah/lembaga akan semakin mudah untuk menjalankan program-program ataupun visi-misi sekolah/lembaga tersebut. Program-program ataupun visi-misi yang telah terlaksana harus di pertahankan melalui hubungan *intens* dengan masyarakat luas melalui strategi manajemen yang jitu dan humas handal dengan beberapa program. Yang *Pertama*, humas harus mampu mengkomunikasikan kegiatan ataupun visi-misi sekolah dengan para *stakeholders* dan wali murid melalui rapat ataupun berita-berita yang langsung dikonfirmasi kepadanya. *Kedua*, humas harus mampu membangun kerjasama yang baik dengan para *stakeholders* maupun investor dan wali murid. *Ketiga*, humas harus mampu mempertahankan reputasi, citra dan komunikasi serta program-program unggulan dikalangan masyarakat umum agar stabilitas sekolah/ lembaga terjamin keunggulannya.

## Kesimpulan

Strategi pada pengertiannya adalah manajemen dan perencanaan untuk mencapai suatu arah tujuan (Winarto, "Hery Winarto, 2010: 11). Secara umum manajemen adalah proses penggerakan orang lain untuk memperoleh hasil tertentu dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Winarto, "Hery Winarto, 2010: 11). Sedangkan humas adalah fungsi suatu manajemen dari sebuah sikap budi yang terencana dan dijalankan secara berkesinambungan yang oleh beberapa organisasi dan juga lembaga-lembaga pribadi dan umum digunakan untuk membina dan memperoleh saling simpati, pengertian dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya dengan cara menilai opini public mereka, dengan tujuan sebisa mungkin menghubungkan manajemen dan kebijakan, untuk mencapai kerjasama yang lebih efisien dengan kegiatan yang tersusun dan tersebar luas.

Strategi manajemen humas dapat diartikan sebagai perencanaan mencapai suatu tujuan melalui proses penggerakan orang lain untuk mendapat hasil tertentu

yang dapat dilakukan secara berkesinambungan dengan berkomunikasi dengan masyarakat luas atau instansi-instansi pendidikan. Strategi manajemen penyampaian humas sendiri adalah suatu tujuan yang dilakukan untuk membangun komunikasi antara masyarakat luas dengan sekolah melalui beberapa tahapan-tahapan. Yaitu, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Dengan adanya hal tersebut diharapkan juga bisa meningkatkan mutu pendidikan sekolah melalui reputasi dan citra dari sekolah itu sendiri, sehingga memiliki daya saing yang tinggi (Hasan Baharun, 2016: 243-262). Dengan beberapa metode tersebut diharapkan sekolah mampu menampung usulan-usulan dari masyarakat luas dan mengadakan evaluasi dari visi, misi dan sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyannata, S. (2016). *Manajemen Strategi Humas Dalam Promosi Penerimaan Siswa Baru di Madrasah Tsanawiyah Negeri 2 Simo*.
- Baharun, H. (2016). *Management Of Quality Education In Pesantren: The Study of the Education Quality Improvement Pesantren by Strategy Management*

- Approach*. Malang: 2nd INTERNATIONAL CONFERENCES ON EDUCATION AND TRAINING (ICET), UM Malang, <http://icet.fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2017/06/PROCEEDINGS-2ND-ICET-BOOK-2-.pdf>.
- Baharun, H. (2016). "Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Pada Lembaga Pendidikan Islam." *At-Tajdid: Jurnal Ilmu Tarbiyah* 5(2), 243–262.
- Baharun, H. (2006). "Manajemen Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan Pondok Pesantren (Studi Di Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo)." Tesis, konsentrasi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana, Universitas Islam Negeri.
- Fauzi, A. (2015). "Pengembangan Human Relation Perspektif Nilai-Nilai Al-Qur'an." *Mutawatir UIN Sunan Ampel Surabaya* 1 (2), 168–179.
- Haryanto, R. and Sylvia R. (2012). "Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan." *Juni* 11 (2012), 27–34.
- Hasan, M. (2017). "MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA DAN KONTESTASI PERGURUAN TINGGI KEAGAMAAN ISLAM SWASTA (Studi Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan)." *Nuansa* 14, 35.
- Hasan, B., dan Zamroni. (2017). *Manajemen Mutu Pendidikan: Ikhtiar Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah Melalui Pendekatan Balanced Scorecard*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Indhira, H., Djoko S., dan Andre R. (2013). "REPUTASI SEKOLAH ( Studi Kasus Di SMA Negeri 1 Surakarta )." *Jupe UNS*, 1(2).
- Mashur, M. A. (2011). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Sekitar Sekolah Di Madrasah Mu'allimin Mu'allimat Rembang*. 10, 10-14.
- Nudin, B. a. (2015). *Manajemen Humas Dalam Peningkatan Pengelolaan Pendidikan Di Sd Muhammadiyah Kadisoka Kalasan Sleman*.
- Nurhasanah. (2014). *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Sekolah Menengah Kejuruan (Smk)*.
- Tukijan. (2006). *Dalam Program Peningkatan Mutu Pendidikan Program Pasca Sarjana*.
- Winarto, H. (2010). *Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Pencitraan Publik Di TK An Nur Tugurejo Semarang*, Skripsi, (Semarang: IAIN Walisongo Semarang. 1 (1), 1–21.