



MANAJEMEN PUBLIK HUMAS RELATION DALAM MENINGKATKAN MUTU MADRASAH

Zuhriatin

Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo

Email : zuhriyahalmisri@gmail.com

Diterima: 03 Juli 2018 | Direvisi: 20 Desember 2018 | Disetujui: 28 Desember 2018
© 2018 Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Malang

Abstract

This paper presents about public relations public relations management in improving the quality of madrassas. Madrasah is one of the most important Islamic educational institutions in Indonesia. The existence of madrassas is so important in creating the generation of a nation with insightful Islam. To achieve this goal of course a madrasah can not be separated from a management term, which management is a container of a planning. Not only the necessary management of cooperation of related components is also very important, the only by realizing a harmonious communication ties between schools and surrounding communities. With this expected the community is able to support and want to cooperate on what has become the goal of a predetermined plan.

Kata Kunci: *Madrasah, Manajemen Public, Humas Relation,*

A. Pendahuluan

Perkembangan ilmu pengetahuan sangat ditentukan oleh perkembangan dunia pendidikan, yang mana dunia pendidikan mempunyai peran sangat strategis dalam menentukan arah maju mundurnya kualitas pendidikan. Hal ini bisa dirasakan ketika lembaga pendidikan dalam menyelenggarakan pendidikan yang baik dapat dilihat kualitas atau mutunya. Pendidikan memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Mengingat pentingnya pendidikan bagi kehidupan manusia, Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamin*, memberikan perhatian serius terhadap perkembangan pendidikan bagi kelangsungan hidup manusia. Pendidikan dan pembelajaran menjadi perhatian serius seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan zaman. Maka pendidikan dan pembelajaran harus diarahkan kepada pencapaian tujuan pendidikan, yaitu *learning to know, learning to do, learning to be, dan learning to live together* (Baharun, 2016).

Sudah sewajarnya kegelisahan insan pendidikan tentang bagaimana memperbaiki dan meningkatkan mutu pendidikan ke arah yang lebih tinggi, bahkan tidak menutup kemungkinan adanya pengembangan dari mutu itu sendiri.

Mutu pendidikan yang dimaksudkan di sini adalah kemampuan lembaga pendidikan dalam mendayagunakan sumber-sumber pendidikan untuk meningkatkan kemampuan belajar seoptimal mungkin (Dhuhani, 2016).

Dalam proses manajemen terlibat beberapa komponen pokok yang ditampilkan oleh seorang pimpinan, yaitu; perencanaan (*Planning*), pengorganisasian (*Organizing*), kepemimpinan (*Leading*), dan pengawasan (*Controlling*). Sedangkan menurut Usman, fungsi manajemen meliputi ; perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian. Oleh sebab itu, manajemen diartikan sebagai proses merencanakan, mengorganisasi, memimpin, dan mengendalikan upaya organisasi dengan segala aspeknya agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien (Baharun, 2016).

Sekolah atau madrasah salah satu organisasi yang mempunyai suatu kekuatan untuk membantu dan mengantarkan peserta didik menuju cita-cita yang mereka harapkan. Sekolah yang baik mutunya adalah sekolah yang bisa mencetak peserta didik berprestasi tinggi dan dapat memanfaatkan guru-guru yang berkualitas baik serta mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sekitar (Anan, 2016). Para pakar pendidikan menyatakan bahwa fungsi utama sekolah/madrasah adalah pembinaan dan pengembangan semua potensi individu, terutama pengembangan potensi fisik, intelektual dan moral setiap peserta didik. (Baharun, 2017).

Pada prinsipnya sekolah atau madrasah sebagai satuan pendidikan tidak akan menjadi bermutu baik atau unggul dengan sendirinya, melainkan melalui berbagai upaya peningkatan mutu pendidikannya. Disini kepala sekolah atau kepala madrasah bersama *stakeholders* lainnya berusaha melakukan sesuatu, mengubah "status quo" agar sekolah atau madrasah menjadi lebih baik. Demikian sehingga bilamana ada sekolah atau madrasah yang baik, disamping banyak sekolah atau madrasah yang tidak baik maka dapat diamati bagaimana sekolah yang baik tersebut melakukan berbagai program peningkatan mutu, berbagai perubahan atau berbagai pembaruan (Saefullah, 2012). Oleh karena itu, kepala sekolah/madrasah dituntut mencari dan menerapkan suatu strategi manajemen baru yang dapat mendorong perbaikan mutu di lembaganya (Hasan Baharun, 2017).

Peningkatan mutu pendidikan hanya akan terjadi secara efektif bilamana dikelola melalui manajemen yang tepat. Akan tetapi begitu banyak lembaga yang tidak menfungsikan manajemennya dengan baik. Memang pada awalnya mereka berusaha merencanakan manajemen dengan baik tetapi hasil tidak seperti yang diharapkan. Bahkan tidak sedikit lembaga yang merasa kesulitan untuk

merealisasikan rencana yang mereka buat sendiri. Hal ini yang menyebabkan lembaga pendidikan tertinggal dengan lembaga pendidikan yang lain.

B. Manajemen

Untuk memahami pengertian manajemen pendidikan, beberapa ahli dan praktisi pendidikan mengemukakan gagasannya mengenai definisi manajemen sebagai berikut: Arikunto dan Yuliana menyatakan rangkaian segala kegiatan yang menunjuk kepada suatu kerjasama dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan agar efektif dan efisien. Pandangan di atas pada hakekatnya menunjukkan bahwa manajemen pendidikan baik dipahami sebagai ilmu, seni, profesi, proses dan atau aktivitas selama ini telah menjadi bagian penting dari proses penyelenggaraan pendidikan. Manajemen pendidikan pada gilirannya dapat dipahami sebagai suatu aktivitas memandu sumber daya organisasi pendidikan melalui suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan/penggerakan dalamnya ada kepemimpinan serta pengendalian/pengawasan yang diarahkan untuk mencapai tujuan pendidikan yang ditetapkan.(Dhuhani, 2016)

Dikatakan sebagai kiat oleh Follet karena manajemen mencapai sasaran melalui cara-cara dengan mengatur orang lain dalam menjalankan tugas. Dan dikatakan sebagai profesi karena manajemen dilandasi oleh keahlian khusus untuk mencapai suatu prestasi manajer, dan para profesional dituntun oleh suatu kode etik.(Effendi, 2014)

GR. Terry menyebutkan bahwa pada pokoknya harus memberikan arah/tujuan kepada lembaga yang dikelolanya. Ia harus memikirkan secara tuntas visi dan misi lembaga tersebut, menetapkan sasaran-sasaran dan mengorganisasi lembaga. Jadi manajemen pendidikan pada pokoknya adalah memberikan arah/jurusan pada lembaga yang dikelolanya, sasaran-sasarannya serta pengarahan visi misi untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Merujuk pada beberapa pengertian tersebut diatas, tampak jelas bahwa pada hakekatnya para ahli masih berbeda pandangan dalam mendefinisikan manajemen dan karenanya belum dapat diterima secara universal (Effendi, 2014)

Sebenarnya definisi manajemen cenderung mengarah pada fokus tertentu yaitu upaya mengkoorpekan pekerjaan mulai dari perencanaan, walaupun secara bertahap dengan cara memanfaatkan segala aspek yang ada untuk mencapai sasaran tertentu secara efektif dan efisien (Fattah, 2004).

Manajemen dalam arah organisasi pendidikan, dimaksudkan untuk mengetahui batas-batas kewenangan dan ruang lingkup yang memungkinkan secara struktural maupun fungsional setiap penyelenggaraan pendidikan dapat

melakukannya. Ruang lingkup manajemen pendidikan sebetulnya dapat dikembangkan secara luas, karena disesuaikan dengan perkembangan lembaga pendidikan. Perkembangannya yang terjadi dalam suatu lembaga pendidikan dengan sendirinya menuntut perluasan pengelolaan karena disesuaikan dengan kebutuhan organisasi (Dhuhani, 2016).

Manajemen adalah proses perencanaan, perorganisasian, pengarahan dan pengawasan, usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan (Handoko, 2013).

C. Humas Publik Relations

Istilah hubungan masyarakat (Humas) dikemukakan pertama kali oleh Thomas Jefferson Presiden Amerika Serikat tahun 1807. Namun apa yang dimaksudkan dengan istilah *public relations* pada waktu itu dihubungkan dengan *foreign relations*. Kata *foreign relations* secara etimologi berarti hubungan kerjasama luar negeri atau antar bangsa. Secara etimologis, "hubungan masyarakat" diterjemahkan dari perkataan bahasa Inggris *public relations*, yang berarti hubungan sekolah dengan masyarakat sebagai hubungan timbal balik antara suatu organisasi (sekolah) dan masyarakatnya (Dhuhani, 2016).

Berbicara tentang humas pasti kita teringat akan tujuan pada hal yang berhubungan dengan komunikasi, konferensi pers, informasi, *public relation*. Pokoknya secara mudah diibaratkan sebagai penyampaian segala informasi. Menurut kamus *Fundand Wagnel*, American Standard Desk Dictionary terbitan 1994 dalam Anggorom menyebutkan pengertian humas adalah segenap kegiatan dan teknik/kiat yang digunakan organisasi atau individu untuk menciptakan atau memelihara suatu sikap dan tanggapan yang baik dari pihak luar terhadap keberadaan dan aktivitasnya. Sedangkan menurut Frank Jefkins, humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pengertian. Adapun menurut Sondang P. Siagian, "humas adalah keseluruhan kegiatan yang dijalankan suatu organisasi terhadap pihak-pihak lain dalam rangka pembinaan pengertian dan baiknya." Dalam sistem *public relations* terdapat beberapa model yang digunakan oleh sebuah institusi untuk menyampaikan semua informasi yang baik saja, dan ada kalanya menyampaikan seluruh fakta tanpa menutupi kejelekan atau kekurangan institusi tersebut. Model informasi tersebut berkaitan erat dengan dengan peranan *public relations* di perguruan tinggi (Hasan, 2017).

Dalam rangka mengembangkan kerjasama dan kemitraan dengan masyarakat, dunia industri, dunia usaha, alumni dan satuan pendidikan lainnya, maka peran kepemimpinan kepala madrasah sangat besar mewujudkan jalinan komunikasi yang harmonis antara sekolah dengan masyarakat (Hasan Baharun, 2017).

Mencermati kondisi riil yang ada, maka terdapat permasalahan yang patut dikaji lebih lanjut menyangkut *public relations* dalam suatu organisasi yaitu seperti apa praktek *public relations* yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan atau organisasi (Ishak, 2013).

Dengan kata lain bagaimana suatu organisasi memanfaatkan *public relations* dalam menjalankan komunikasi organisasinya. Adapun pembagian dari public relation sebagai berikut: (1) **Kondisi organisasi**. Setiap organisasi lahir, tumbuh, dan berkembang menuju apa yang dicitacitakan sesuai dengan visi misi yang telah ditetapkan. Perkembangan dan daur hidup antara satu organisasi dengan yang lain menunjukkan perbedaan. Besar kecilnya suatu perusahaan (*scope*) merupakan salah satu faktor yang menjadikan perbedaan tersebut menjadi nyata. Oleh karenanya dibutuhkan lebih banyak tenaga kerja untuk menyelesaikannya. Demikian pula halnya dengan semakin besar suatu perusahaan maka kompleksitas teknologi yang digunakan juga semakin tinggi. Pada umumnya, organisasi yang besar akan membutuhkan bantuan perangkat teknologi yang jauh lebih banyak dan kompleks untuk menangani segala pekerjaan secara cepat dan membutuhkan yang tinggi. Karena perbedaan tersebut, masing-masing perusahaan akan tidak sama dalam menerapkan sistem kerja yang dioperasionalkan. (Aswad Ishak, 2012)

(2) **Humas di Lingkungan Sekolah**

Menurut Undang-undang nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, kegiatan mengatur hubungan sekolah dengan masyarakat meliputi beberapa hal sebagai berikut: (a) Mengatur hubungan sekolah dengan orang tua peserta didik (b) Memelihara hubungan baik dengan dewan pendidikan dan komite sekolah (c) Memelihara dan mengembangkan hubungan sekolah dengan lembaga-lembaga pemerintah, swasta dan organisasi sosial. (d) Memberi pengertian kepada masyarakat tentang fungsi sekolah, melalui bermacam-macam teknik komunikasi (majalah, surat kabar dan mendatangkan sumber). Untuk hubungan ke dalam ditujukan pada publik dalam lingkungan sekolah antara kepala sekolah, guru, pegawai, dan peserta didik. Dalam hal ini, berarti kegiatan humas di sekolah tidak cukup hanya menginformasikan fakta-fakta tertentu dari sekolah, tetapi menginformasikan hal-hal berikut: (a) melaporkan tentang pikiran-pikiran yang berkembang dalam masyarakat tentang masalah pendidikan, (b) membantu kepala sekolah bagaimana usaha untuk memperoleh bantuan dan kerjasama, (c)

menyusun rencana bagaimana cara-cara memperoleh bantuan, (c) menunjukkan pergantian keadaan pendapat umum. **(3) Fungsi Manajemen Humas.** Fungsi manajemen humas dalam kegiatan pada lembaga pendidikan, antara lain: (a) Mampu sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung (tatap muka) dan komunikasi tidak langsung (media pers) kepada pimpinan lembaga dan publik intern (guru, karyawan dan peserta didik). (b) Mendukung dan menunjang kegiatan yang berkaitan dengan mempublikasi lembaga pendidikan. (c) Menciptakan suatu citra yang positif terhadap lembaga pendidikannya (Dhuhani, 2016).

Tujuan Manajemen Humas adalah sebuah departemen dalam suatu organisasi atau institusi diadakan dan didirikan jelas memiliki tujuan, tidak terkecuali dengan humas. Kegiatan atau program yang dilaksanakan oleh kehumasan tentu juga memiliki tujuan yang sangat penting didalam menentukan keberhasilan sebuah organisasi. Dari terjemahan buku manajemen humas, penulis dapat menangkan beberapa tujuan humas yang terangkum dari beberapa sumber, yang diantaranya adalah : (1) untuk melanjutkan dukungan yang lebih baik dan kuat (*to secure continued and stronger support*), (2) untuk menunjukkan kemajuan yang positif (*to make an accounting of things accomplished*), (3) untuk meningkatkan program-program pendidikan (*to advanced the educational program*) dan (4) untuk mempromosikan konsep-konsep sekolah dan mempererat hubungan dengan orannng tua (*to promote theconcept of school and community partenership*). Adapula yang menjelaskan bahwa tujuan akhir dari humas adalah untuk menumbuhkan tanggapan yang baik (*The ultimate goal of all public relations is good will*). T. Sianipar dalam Ngalim Purwanto meninjau dari sudut kepentingan kedua lembaga yaitu kepentingan sekolah dan kepentingan masyarakat itu sendiri mengenai tujuan humas. (Dhuhani, 2016)

D. Manajemen Humas Public Relation dalam Meningkatkan Mutu Madrasah

Sebagai ilmu pengetahuan, manajemen bersifat universal dan mempergunakan kerangka ilmu pengetahuan yang sistematis, mencakup kaidah-kaidah, prinsip-prinsip dan konsep-konsep yang cenderung benar dalam semua situasi manajerial. Ilmu pengetahuan manajemen dapat diterapkn dalam semua oragnisasi manusia, seperti perusahaan, pemerintah, pendidikan, sosial, keagamaan, dan lain-lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi, karena tanpa manajemen, semua akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit (Handoko, 2013).

Manajemen merupakan suatu proses/ ilmu untuk merencanakan, mengorganisasikan, memimpin, dan mengendalikan upaya organisasi dengan

segala aspeknya agar tujuan organisasi tercapai secara efektif dan efisien. Pada hakikatnya, manajemen merupakan proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran atau tujuan tertentu (Baharun, 2016).

Kaitannya adalah manajemen *humas public* adalah pada satu sisi, praktisi humas berupaya untuk memengaruhi *public* agar memberikan opini yang positif bagi organisasi atau perusahaan, namun pada sisi lain humas harus berupaya mengumpulkan informasi dari khalayak, menginterpretasikan informasi itu dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi itu memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen. Di sisi lain humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi, praktisi humas yang bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan khalayak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan, sedangkan humas juga berfungsi membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang berubah. Humas harus memiliki kegiatan yang terencana dengan baik. Bagian humas harus mampu mengorganisir dan mengarahkan dirinya untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Morissan, 2008).

Terdapat tiga alasan yang mendasar pentingnya *public relations* bagi lembaga pendidikan ke depan yaitu: (a) Pengelolaan lembaga pendidikan masa yang akan datang semakin otonom, sehingga pimpinan selalu menghasilkan kebijakan yang terkait dengan kelembagaannya. (b) Persaingan yang dinamis dan sehat antar lembaga pendidikan dalam merebut animo calon mahasiswa untuk menimba ilmu di lembaga pendidikan tersebut, sehingga dituntut agar diperlukan unit kerja yang mengelola dan memberikan informasi atau berita-berita tentang lembaga pendidikan selalu baik dan positif. (c) Perkembangan media massa di daerah semakin meningkat, baik media televisi swasta lokal, radio, maupun media cetak, khususnya yang sudah pasti selalu mencari informasi yang aktual di perguruan Tinggi, untuk itu perlu membina hubungan yang harmonis dengan media massa tersebut agar informasi atau berita-berita selalu baik dan positif (Hasan, 2017).

E. Simpulan

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, perorganisasian, pengarahan dan pengawasan, usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Dalam beberapa hal manajemen *public relation* bahwasannya humas memberikan suatu pendapat dan komunikasi yang positif terhadap lembaga maupun perusahaan untuk menetapkan tujuan yang hendak dicapai serta

memberikan kontribusi yang baik untuk lembaga atau pun perusahaan terhadap lingkungan yang berubah.

Artinya Yang dimaksudkan humas relation tidak bisa hanya dipahami sebatas tindakan kelembagaan (*state of being*) namun harus dipahami pula sebagai suatu cara atau pendekatan atau fungsi komunikasi (*methode of communication*). Sehingga, dengan adanya *humas relation* lembaga mampu membangun sebuah pendidikan yang bermutu, baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang

Daftar Rujukan

- Anan, A. (2016). Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan Di MTs Darut Taqwa. *Al-Murabbi, Volume 1, No. 1*, 174.
- Aswad Ishak. (2012). Peran Public Relations Dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Komunikasi Volume 1, Nomor 4, Januari*, , 375.
- Baharun, H. (2016). Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Pada Lembaga Pendidikan Islam. *At-Tajdid: Jurnal Ilmu Tarbiyah*, 5(2).
- Baharun, H. (2016). Pengembangan Media Pembelajaran PAI Berbasis Lingkungan Melalui Model ASSURE. *Cendekia: Journal of Education and Society*, 14(2), 231–246.
- Baharun, H. (2017). *Pengembangan Kurikulum : Teori dan Praktik (Konsep, Prinsip, Model, Pendekatan dan Langkah-langkah Pengembangan Kurikulum PAI)*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Baharun, H. (2017). *Pengembangan Kurikulum : Teori dan Praktik (Konsep, Prinsip, Model, Pendekatan dan Langkah-langkah Pengembangan Kurikulum PAI)*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Duhani, E. (2016). Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus Di Madrasah Ibtidaiyah Terpadu (Mit) As-Salam Ambona. *Al-Iltizam, Vol, 1, No 1, JUn*, 36.
- Effendi, U. (2014). *Asas Manajemen*. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Fattah, N. (2004). *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya,.
- Hanndoko, T. H. (2013). *Manajemen*. Yogyakarta: 8.
- Hasan Baharun, Z. (2017). *Manajemen Mutu Pendidikan : Ikhtiar dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah melalui Pendekatan Balanced Scorecard*. Tulungagung: Akademia Pustaka.

- Hasan, M. (2017). Manajemen Publik Relation Dalam Membangun Citra Dan Kontestasi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta. *Nuansa*, Vol.14 No.1, 32.
- Ishak, A. (2013). Peran Public Relation. *Jurnal Komunikasi, Volume 1, No. 4* , 375.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relation Startegi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: 8-9.
- Saefullah. (2012). *Manajemen Pendidikan Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.