

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Kajian Pustaka

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian yang berkaitan dengan manajemen humas ini bukanlah penelitian yang pertama kali. Artinya banyak peneliti lain yang telah mengambil inti permasalahan yang sama, baik dituangkan ke dalam karya penelitian skripsi, tesis, maupun karya-karya ilmiah yang lain. Untuk memperkuat kerangka penelitian peneliti mempelajari terlebih dahulu karya penelitian terdahulu yang menggunakan tema yang sama yaitu manajemen humas. Yaitu antara lain:

1. Skripsi Hery Winarto yang berjudul, “*Manajemen Humas dalam Meningkatkan Pencitraan Publik di TK An Nur Tugurejo Semarang*”. Dalam penelitian ini diungkapkan bahwa pengelolaan humas yang dilakukan TK An Nur Tugurejo Semarang menggunakan instrumen manajemen, yaitu *planning* (perencanaan), *organization* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan) dan *evaluating* (evaluasi). Kemudian untuk pencitraan publik yang diterapkan melalui manajemen humasnya, TK An Nur Tugurejo Semarang lebih memfokuskan pada perbaikan yang bersifat internal, yakni dengan cara meningkatkan kinerja para staff.<sup>1</sup>
2. Skripsi M. Saefudin Jazuli yang berjudul “*Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan Islam Studi di SMP Islam Hidayatullah Banyumanik Semarang*”. Dalam hasil temuannya dipaparkan tentang strategi yang digunakan SMP Islam Hidayatullah dalam menjalin hubungan masyarakat, baik masyarakat sekolah (*internal public*) maupun masyarakat luar (*external public*). Dalam penelitian ini juga dipaparkan pengelolaan humas

---

<sup>1</sup> Hery Winarto, “*Manajemen Humas dalam Meningkatkan Pencitraan Publik di TK An Nur Tugurejo Semarang*”, Skripsi, (Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2010)

yang menggunakan instrumen manajemen, yaitu mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi.<sup>2</sup>

3. Khasan dalam skripsinya yang berjudul “*Pelaksanaan Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam MTs Tanwirud Dholam Desa Kalikondang Demak*”. Dalam penelitian ini dipaparkan secara panjang lebar tentang pelaksanaan manajemen humas, serta prinsip dan strategi dalam mengembangkan manajemen humas di MTs Tanwirud Dholam Desa Kalikondang Demak.<sup>3</sup>

Dari hasil penelitian-penelitian tersebut, menunjukkan adanya perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan ini. Dalam penelitian ini peneliti mengkaji tentang strategi yang digunakan untuk meningkatkan pencitraan lembaga Matholi’ul Falah Kajen. Hasil penelitian terdahulu tidak membahas tentang strategi humas dalam meningkatkan citra lembaga. Dengan demikian penelitian ini merupakan penelitian baru meskipun dengan pembahasan tema yang sama yaitu hubungan masyarakat.

## **B. Konsep Strategi Humas**

### **1. Pengertian Strategi**

Strategi dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* diartikan rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi dapat diartikan sebagai rencana menyeluruh dalam mencapai target meskipun tidak ada jaminan akan keberhasilannya. Strategi banyak dikaitkan dengan istilah taktik, teknik dan metode. Ketiga istilah ini sebenarnya hanya masih dalam lingkungan strategi, hanya memiliki garapan yang lebih praktis, sempit dan rinci. Misalnya komunikasi dibagi menjadi dua, yaitu oral dan visual. Dengan demikian komunikasi oral menjadi permasalahan teknik

---

<sup>2</sup> M. Saefudin Jazuli, “*Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan Islam Studi di SMP Islam Hidayatullah Banyumanik Semarang*”, (Semarang: IAIN Walisongo, 2009).

<sup>3</sup> Khasan, “*Pelaksanaan Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan MTs Tanwirud Dholam Kalikondang Demak*”, Skripsi, (Semarang: IAIN Walisongo, 2006).

dan taktik. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan taktik operasional.<sup>4</sup>

Menurut Rosady Ruslan, batasan pengertian tentang strategi humas (*public relation*) adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas.<sup>5</sup> Atau didefinisikan juga sebagai rencana dengan skala besar dan berorientasi ke masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran.<sup>6</sup> Dalam strategi humas dipengaruhi oleh unsur-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi atau arah, tujuan dan sasaran dan suatu pola yang menjadi ketetapan sebuah instansi. Dalam hal ini diperlukan beberapa faktor pemilihan strategi.

- a. Secara makro dipengaruhi oleh unsur kebijakan umum (*public policy*), budaya (*culture*) yang dianut.
- b. Secara mikro tergantung dari misi sebuah lembaga tertentu dengan sumber-sumber yang dimiliki (SDM atau SDA), rencana atau program yang ada, serta tujuan dan sasaran yang hendak dicapai.<sup>7</sup>

Secara tidak langsung strategi humas di lembaga pendidikan mempunyai kemampuan untuk memahami baik secara persepsi, opini dan sikap tindak dari kedua belah pihak yakni lembaga pendidikan dan para guru, siswa dan karyawan untuk mengadakan perundingan secara persuasif, akomodatif dan normatif dengan menghindari hal-hal yang bersifat kontroversial dan emosional.

---

<sup>4</sup> Pawit M. Yusuf, *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Internasional*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1990), hal. 73.

<sup>5</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dari Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm.110.

<sup>6</sup> Agus Maulana, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), Jilid I, hlm. 20

<sup>7</sup> Agus Maulana, *Manajemen...*, hlm. 116-117.

## 2. Pengertian Humas

Humas memiliki pengertian yang sangat luas sehingga masing-masing ahli memiliki persepsi yang berbeda-beda yang disebabkan oleh sudut pandang yang berbeda. Humas adalah suatu fungsi manajemen yang dapat membantu dalam memilih saluran komunikasi bersama, saling pengertian, pengendalian dan kerjasama di antara organisasi dengan publiknya, membicarakan isu-isu pengelolaan, meningkatkan pengetahuan dan tanggap terhadap pendapat umum, serta mengabdikan dengan tanggung jawab terhadap kepentingan umum, bertindak untuk memberikan arah kebijaksanaan.<sup>8</sup>

Menurut Ary H. Gunawan humas merupakan seluruh kegiatan yang direncanakan dan diusahakan secara sengaja dan bersungguh-sungguh serta pembinaan secara kontinu untuk mendapatkan simpati dari masyarakat pada umumnya serta dari publik khususnya. Sehingga kegiatan operasional sekolah atau pendidikan semakin efektif dan efisien demi membantu tercapainya tujuan pendidikan yang telah ditetapkan.<sup>9</sup> Dengan banyaknya definisi di atas, maka para pelaku *public relations* dari berbagai dunia yang terhimpun dalam organisasi *The International Public Relations Association* (IPRA) bersepakat merumuskan definisi yaitu:

*“Public relation is a management function, of a continuing and planned character, through which public and private organizations and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy and support of those with whom they are or may be concerned-by evaluating public opinion about themselves, in order to correlate, as far as possible, their own policies and procedures, to achieve by*

---

<sup>8</sup> Hamdan Adnan dan Hafied Cangara, *Prinsip-Prinsip Humas*, (Surabaya: Usaha Nasional, t.th), hal. 21.

<sup>9</sup> Ary H. Gunawan, *Administrasi Sekolah: Administrasi Pendidikan Mikro*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996), cet. I, hal. 186.

*planned and widespread information more productive co-operation and more efficient fulfillment of their common interest.”*<sup>10</sup>

Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan bersinambungan. Dengan demikian organisasi dan lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati dan dukungan dari para *stakeholder*. Dengan adanya informasi yang berencana dan terbesar luas maka dapat mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.

Dalam UU Sisdiknas No 20 tahun 2003 pasal 54 (1) disebutkan bahwa peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan.<sup>11</sup> Adapun pengertian hubungan sekolah dengan masyarakat adalah suatu proses komunikasi antara sekolah dengan masyarakat dengan tujuan menambah pengertian warga masyarakat tentang proses, kebutuhan pendidikan, mendorong minat warga yang *intelligent* dan kerja sama untuk meningkatkan mutu sekolah.<sup>12</sup>

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.<sup>13</sup> Komunikasi terjadi secara timbal balik dua arah dari kedua belah pihak agar terjadi saling pengertian dan hubungan yang harmonis baik antara warga lembaga sekolah sendiri maupun lembaga sekolah dengan masyarakat umum yaitu

---

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1992), cet. 3, ed. Revisi. hal. 20.

<sup>11</sup> Redaksi Sinar Grafika, *Undang-Undang Sisdiknas (UU RI No. 20 Th. 2003)*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009), Cet. 2. hal. 35.

<sup>12</sup> Piet Sahertian, *Dimensi-Dimensi Administrasi Pendidikan di Sekolah*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1994). Cet. 1. hal. 233.

<sup>13</sup> Suharsimi Arikunto, *Organisasi dan Administrasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1990), hal. 99.

wali murid, lembaga pendidikan lain dan instansi lain baik swasta maupun pemerintah untuk meningkatkan citra dan mutu sekolah.

### **C. Fungsi Humas dalam Pendidikan**

Fungsi hubungan sekolah dengan masyarakat tidak jauh beda dengan fungsi hubungan masyarakat secara umum. Yaitu menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang di timbulkan dan pihak organisasi maupun dan pihak publiknya.<sup>14</sup> Fungsi pokok hubungan masyarakat adalah mengembangkan pemahaman tentang maksud dan sasaran dari sekolah, menilai program sekolah dalam kata-kata kebutuhan yang terpenuhi, mengembangkan kesadaran pendidikan di masyarakat, mempersatukan elemen-elemen yang terlibat dalam lembaga pendidikan, membangun dan memelihara kepercayaan terhadap sekolah, memberi tahu masyarakat tentang pekerjaan sekolah, dan yang paling penting adalah dukungan bagi peningkatan dan pemeliharaan program sekolah.<sup>15</sup>

Berdasarkan uraian tersebut 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 hubungan yang harmonis dengan masyarakat atau pihak-pihak tertentu di luar organisasi tersebut, agar mendapat dukungan terhadap efisiensi dan efektifitas pelaksanaan kerja secara sukarela. Dan berikut adalah fungsi humas yang lain adalah:

1. Mengembangkan pengertian masyarakat tentang semua aspek pelaksanaan program pendidikan di sekolah.
2. Untuk dapat menetapkan, bagaimana harapan masyarakat terhadap sekolah dan apa harapan-harapannya mengenai tujuan pendidikan di sekolah.

---

<sup>14</sup> Rosady Rusian, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*, (Jakarta: Raja Grafindo, 1991). Cet. 1. hal. 9.

<sup>15</sup> Oteng Sutisno, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung: Angkasa, 1956), hal. 145.

3. Untuk memperoleh bantuan secukupnya dari masyarakat kepada sekolahnya, baik finansial, material maupun moril.
4. Menimbulkan rasa tanggungjawab yang lebih besar terhadap kualitas pendidikan.
5. Mengikutsertakan masyarakat secara kooperatif dalam usaha memecahkan persoalan pendidikan dan meningkatkan kerjasama antara sekolah dengan masyarakat.
6. Memperkokoh tujuan serta peningkatan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat.
7. Menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.<sup>16</sup>

Humas mempunyai fungsi timbal balik keluar dan ke dalam. Keluar artinya harus mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran (*image*) masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan organisasi atau lembaganya. Adapun pengertian ke dalam artinya ia berusaha mengenali, mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran yang negatif dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan atau kebijakan dilakukan. Hal ini berarti ia harus mengetahui dari dekat apa yang terjadi dalam lembaganya, termasuk ketentuan kebijakan dan perencanaan tindakan. Ia yang berperan membina hubungan baik antar lembaga dan organisasinya dengan masyarakat dan dengan media massa.

Fungsi pokoknya adalah mengatur informasi internal dan eksternal dengan memberikan penjelasan seluas mungkin kepada publik mengenai kebijakan, program serta tindakan-tindakan lembaga atau organisasi, agar dapat diketahui dan dipahami sehingga memperoleh *public support* dan *public acceptance*. Memang secara ideal humas itu dapat bertindak sebagai juru bicara organisasinya, di samping juga sebagai koordinator dari semua informasi dengan masyarakat. Untuk bisa melaksanakan tugasnya secara sempurna, adalah wajar apabila humas ditempatkan dalam kedudukan sebagai

---

<sup>16</sup> E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: Rosda Karya, 2004), Cet.4. hal. 50.

bagian dari mekanisme pengambilan keputusan, dan karena itu juga harus dekat dengan pejabat pengambil keputusan.

Jadi pada dasarnya dari pengertian fungsi pokok humas yang disebutkan di atas adalah menarik simpati masyarakat pada umumnya sehingga dapat meningkatkan relasi serta animo masyarakat terhadap sekolah tersebut, yang pada akhirnya menambah “*income*” bagi sekolah yang bermanfaat bagi bantuan terhadap tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Di luar itu humas mampu merubah citra masyarakat awam terhadap segala permasalahan dan kebijakan yang berhubungan dengan lembaga juga menghindarkan prasangka-prasangka yang tidak baik.<sup>17</sup>

#### **D. Tujuan Humas dalam Pendidikan**

Menurut Frida Kusumastuti bahwa tujuan humas adalah terpelihara dan terbentuknya saling pengertian (aspek kognisi), menjaga dan membentuk saling percaya (aspek afeksi), memelihara dan menciptakan kerjasama (aspek psikomotoris).<sup>18</sup> Hubungan sekolah dengan masyarakat bertujuan antara lain untuk memajukan kualitas pembelajaran dan pertumbuhan anak, memperkokoh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat, dan menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.<sup>19</sup> Sedangkan menurut pendapat yang lain meninjau tujuan hubungan sekolah dengan masyarakat dari dua sudut, yaitu bagi kepentingan sekolah dan kepentingan masyarakat.

Ditinjau dari kepentingan sekolah, pengembangan penyelenggaraan hubungan sekolah dengan masyarakat bertujuan untuk memelihara kelangsungan hidup sekolah, meningkatkan mutu pendidikan di sekolah yang bersangkutan, memperlancar belajar-mengajar, memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat yang diperlukan dalam pengembangan dan

---

<sup>17</sup> Fuad Ihsan, *Dasar-Dasar Kependidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hal. 94.

<sup>18</sup> Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002) hal. 15.

<sup>19</sup> E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), Cet. 5. hal. 50.



pelaksanaan program sekolah. Sedangkan ditinjau dari kebutuhan dari masyarakat itu sendiri, tujuan hubungan dengan sekolah adalah untuk memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama dalam bidang mental spiritual, memperoleh bantuan sekolah dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi, menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat, dan memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkat kemampuannya.<sup>20</sup>

Tidak hanya itu, ada lagi tujuan lain manajemen hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang esensial yaitu, sebagai berikut antara lain, untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari masyarakat atas kebijakan-kebijakan yang ditempuh lembaga, untuk menunjukkan transparansi pengelolaan lembaga pendidikan sehingga memiliki *akuntabilitas public* yang tinggi, dan untuk mendapatkan dukungan riil dari masyarakat terhadap kelangsungan lembaga pendidikan.<sup>21</sup>

Pada dasarnya tujuan umum dari program kerja dan berbagai aktivitas *public relations* atau humas di lapangan adalah cara menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi yang diwakilinya dengan public atau sasaran khalayak yang terkait. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra positif (*good image*), kemauan baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling timbul pengertian (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak. Dengan adanya hubungan masyarakat tersebut diharapkan terjadi saling pengertian, akibatnya memunculkan sikap kerjasama yang baik antara masyarakat dengan pihak sekolah untuk menanggulangi masalah-masalah pendidikan yang dihadapi oleh kedua belah pihak.

---

<sup>20</sup> M. Ngalim Purawanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), Cet. 7. hal. 189.

<sup>21</sup> Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam, Strategi Baru Pengelolaan Lembaga Pendidikan Islam*, (Malang: PT. Gelora Aksara Pratama, 2007), hlm. 185.

## **E. Macam-macam Hubungan Masyarakat**

1. Humas Internal, adalah unsur-unsur yang ada di dalam sekolah, diantaranya:
  - a. Humas antara kepala sekolah dengan guru,
  - b. Humas antara kepala sekolah dengan murid,
  - c. Humas antara kepala sekolah dengan TU,
  - d. Humas antara guru dengan murid,
  - e. Humas antara guru dengan TU,
  - f. Humas antara murid dengan TU.
2. Humas Eksternal, adalah unsur-unsur yang ada di luar sekolah:
  - a. Departemen pendidikan dan kebudayaan,
  - b. Masyarakat umum,
  - c. Organisasi kemasyarakatan.<sup>22</sup> Adapun jenis-jenis kelompok organisasi masyarakat di antaranya; *Civics* (kewarganegaraan) misalnya Dharma Wanita, LKMD, RW, RT; kelompok budaya (*cultural*) misalnya kelompok seni; kelompok ekonomi misalnya himpunan pedagang, himpunan petani; kelompok tokoh agama (religius) dan tokoh masyarakat misalnya jamiyah pengajian; kelompok kepemudaan (*youth*) misalnya karang taruna, kesenian pemuda; kelompok ahli (*professional*) misalnya pegawai, dokter, farmasi.<sup>23</sup>

Dengan mengetahui macam-macam hubungan masyarakat yang ada di lembaga pendidikan kita bisa membuat strategi yang tepat sasaran, agar citra lembaga semakin meningkat dan positif.

## **F. Prinsip-Prinsip Humas di Lembaga Pendidikan**

Pengertian prinsip adalah hubungan fungsional antar konsep, dengan demikian mempelajari prinsip berarti mempelajari konsep. Konsep yang dimaksud adalah gambaran kesimpulan yang ada pada pikiran seseorang

---

<sup>22</sup> Suharsimi Arikunto, *Organisasi...*, hal, 98.

<sup>23</sup> Abu Ahmadi dan Nur Uhbiyati, *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hal. 33-334.

tentang objek nyata atau abstrak (teoritis).<sup>24</sup> Untuk mencapai tujuan humas maka ada beberapa prinsip bisa digunakan sebagai pedoman dalam melaksanakan program hubungan masyarakat. Delapan prinsip yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Ketahuilah apa yang anda yakini

Ini merupakan tugas kepala sekolah untuk mengembangkan filsafat pendidikan yang menjadi dasar dan tujuan pendidikan di sekolahnya, agar guru-guru dan staf tata usaha sadar dengan apa yang mereka kerjakan dalam sekolah. Sehingga tidak ada kesimpangsiuran dalam pelaksanaan pendidikan dan pengajaran itu. Mereka akan tanggung jawab dalam melakukan tugas dan profesinya.

2. Laksanakan program pendidikan dengan baik dan bersahabat dengan masyarakat

Untuk mencapai kerja sama dengan masyarakat dan memperoleh bantuan dari masyarakat maka harus membuat program belajar sebaik mungkin. Sekolah yang dapat menciptakan suasana bahagia dan situasi belajar yang menggairahkan siswa, tidak akan mengalami kesulitan dalam memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat.

3. Ketahuilah masyarakat anda

Sekolah hendaknya benar-benar mengetahui keadaan masyarakat di daerah itu, baik sifat, latar belakang ekonomi dan problem-problemnya, maupun sumber-sumber belajar yang ada dalam masyarakat itu. Hal ini merupakan kunci penting bagi hubungan antara sekolah dengan masyarakat.

4. Adakanlah survey mengenai masyarakat di daerah tersebut

*Survey* ini perlu untuk menghimpun informasi tentang masyarakat dan kondisi-kondisinya, pengenalan masyarakat melalui *survey* ini merupakan bahan dalam penyusunan program belajar siswa agar ia lebih berfungsi bagi mereka dan dapat mendatangkan kesejahteraan bagi

---

<sup>24</sup> Pawit M. Yusuf, *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Internasional*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1990), hal. 73.

masyarakat. Hasil-hasil *survey* ini membantu siswa dalam mewujudkan keinginan mereka tentang orang yang ada disana, kejadian-kejadiannya tempatnya, masa depan masyarakat, serta membangkitkan minat siswa. Dengan demikian akan terbuka pintu kerjasama antara sekolah dengan orang tua atau masyarakat.

5. Bahan-bahan dokumen

Selidiki dan pelajarilah keadaan masyarakat itu melalui dokumen-dokumen dan sumber-sumber yang ada, seperti kantor sensus, lembaga ilmiah, perdagangan masyarakat dan sebagainya dalam rangka untuk mendalami pengetahuan tentang masyarakat. Dengan mengenal masyarakat secara mendalam tentang masyarakat, maka sekolah dapat menyusun program hubungan masyarakat yang baik dan harmonis.

6. Keanggotaan dalam organisasi masyarakat

Alangkah baiknya bila sekolah tidak hanya mengetahui dari luar, tetapi juga dari dalam dengan jalan menjadi anggota dari organisasi-organisasi yang ada di dalam masyarakat; misalnya organisasi keagamaan, kepemudaan, kebudayaan dan sebagainya. Tujuan masuk organisasi tersebut bukan untuk menjerumuskan sekolah tetapi sebagai sarana supaya masyarakat mengerti kebijakan (*policy*) sekolah, program-program sekolah dan selanjutnya dapat membantu dengan penuh kekompakan dan keikhlasan.

7. Adakan kunjungan ke rumah

Adakanlah hubungan antara sekolah dengan masyarakat dengan jalan berkunjung ke perumahan masyarakat (wali murid) dan tokoh-tokoh masyarakat. Banyak faedah dan tujuan yang diperoleh dari kunjungan ke rumah-rumah tersebut, baik untuk tujuan meningkatkan citra lembaga.

8. Layanilah masyarakat dengan baik

Sebenarnya sekolah itu merupakan lembaga untuk melayani masyarakat. Jelasnya sekolah itu melayani anak-anak dan masyarakat melalui pendidikan dan pengajaran, tetapi lebih jauh lagi sekolah akan menjadi lebih baik bila ia dijadikan pusat kegiatan masyarakat, tempat

pertemuan dan sebagainya. Pelayanan sekolah juga bisa melalui kampanye, palang merah, baksos, kebersihan lingkungan dan sebagainya. Sehingga dengan kegiatan itu semua bisa membuat citra lembaga lebih positif.<sup>25</sup>

### **G. Humas dalam Pencitraan Lembaga**

Humas dalam era keterbukaan dan otonomi daerah telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Masyarakat semakin kritis, media massa semakin bebas arus informasi deras dari segala penjuru, kehumasan sekolah perlu direposisi sehingga bisa tampil kredibel dan profesional sebagai critical sukses pembentukan citra. Pengertian citra menurut Bil Conton sebagaimana dikutip oleh Soleh Soemirat dan Elbinaro, menyatakan Citra adalah: *image the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created impression of an object, person organization*. Yang berarti citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.<sup>26</sup> Ada beberapa jenis citra (*image*) yang dikenal di dunia aktivitas hubungan masyarakat (*public relations*), dan dapat dibedakan satu dengan yang lain sebagai berikut.

#### **1. Citra cermin (*mirror image*)**

Pengertian di sini bahwa citra cermin yang diyakini oleh perusahaan bersangkutan terutama para pimpinannya yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang lain. Setelah diadakan studi tentang tanggapan, kesan dan citra di masyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang dihadapi dengan kenyataan citra di lapangan, bisa terjadi justru mencerminkan “citra” negatif yang muncul.

---

<sup>25</sup> Tim Dosen Jurusan Administrasi Pendidikan FTP IKIP Malang, *Administrasi Pendidikan*, (Malang: IKIP Malang Press, 1989), hlm. 229-230.

<sup>26</sup> Soleh Soemirat dan Elbinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), Cet. II, hlm. 111-112.

2. Citra kini (*current image*)

Berdasarkan pengalaman dan informasi kurang baik penerimaannya, sehingga dalam posisi tersebut pihak publik relations akan menghadapi risiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk, dan hingga muncul kesalahpahaman yang menyebabkan citra kini yang ditanggapi secara tidak adil atau bahkan kesan yang negatif diperolehnya.

3. Citra keinginan (*wish image*)

Citra keinginan ini adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga atau perusahaan, atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal (*good awareness*), menyenangkan dan diterima dengan kesan yang selalu positif diberikan (*take and give*) oleh publiknya atau masyarakat umum.

4. Citra perusahaan (*corporate image*)

Jenis citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan (*corporate image*) yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial sebagainya.

5. Citra serbaaneka (*multiple image*)

Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan di atas, misalnya bagaimana pihak humas atau publik relations akan menampilkan pengenalan terhadap identitas perusahaan, atribut logo, sosok gedung, dekorasi lobby kantor dan penampilan para profesionalnya. Semua itu kemudian diunifikasikan atau diidentikkan ke dalam suatu citra serbaaneka (*multiple image*) yang diintegrasikan terhadap citra perusahaan.

6. Citra penampilan (*performance image*)

Citra penampilan ini lebih ditunjukkan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performance image*) para profesional pada perusahaan bersangkutan. Misalnya dalam memberikan

berbagai bentuk dan kualitas pelayanannya, menyambut telepon, tamu, dan pelanggan serta publiknya, harus serba menyenangkan serta memberikan kesan yang selalu baik.<sup>27</sup>

Adapun yang dimaksud citra dalam hal ini adalah penggambaran atau kesan yang diperoleh publik berdasarkan dari pengetahuannya dan pengalamannya terhadap penampilan fakta atau kenyataan suatu lembaga pendidikan.

## **H. Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan**

### **1. Analisis Kondisi Awal**

Organisasi hidup dalam suatu sistem yang saling berhubungan dan mempengaruhi. Kemampuan organisasi untuk bertahan hidup (*survive*) sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi untuk berubah, menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan yang dihadapi dengan cara menjalin komunikasi yang baik kepada semua pihak. Sehingga untuk mempertahankan eksistensinya, organisasi perlu mengenali dan menguasai berbagai informasi lingkungan strategiknya. Untuk mendapatkan strategi yang tepat dan valid, perlu dilakukan suatu analisis lingkungan strategik.<sup>28</sup> Yang dimaksudkan adalah kondisi, situasi, keadaan, peristiwa dan pengaruh-pengaruh di dalam dan sekeliling organisasi yang berdampak pada kehidupan organisasi berupa kekuatan internal, kelemahan internal, peluang eksternal, dan tantangan eksternal.<sup>29</sup> Berikut adalah penjelasannya secara komprehensif.

#### **a. Lingkungan Internal**

- 1) Kekuatan (*strength*) adalah situasi dan kemampuan internal yang bersifat positif yang memungkinkan organisasi memenuhi keuntungan strategic dalam mencapai visi dan misi.

---

<sup>27</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen...*, hlm. 78-79.

<sup>28</sup> Akdon, *Strategic Management for Educational Management (Manajemen Strategik untuk Manajemen Pendidikan)*, (Bandung; Alfabeta, 2007). cet. 2. hlm. 106.

<sup>29</sup> Akdon, *Strategic .....*, hlm. 111.

2) Kelemahan internal (*weakness*) adalah situasi dan faktor-faktor dalam organisasi yang bersifat negatif yang menghambat organisasi mencapai atau melampaui pencapaian visi dan misi.

b. Lingkungan Eksternal

1) Peluang (*opportunity*) adalah situasi dan faktor-faktor luar organisasi yang bersifat positif, yang membantu organisasi mencapai atau mampu melampaui visi dan misi.

2) Tantangan atau ancaman (*threat*) adalah faktor-faktor luar organisasi yang bersifat negatif, yang dapat mengakibatkan organisasi gagal dalam mencapai visi misi.<sup>30</sup>

2. Strategi Humas

Untuk membentuk citra lembaga yang positif ditentukan oleh berbagai faktor. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu lembaga misalnya sejarah atau riwayat lembaga yang baik, manajemen yang baik, hubungan baik dengan lembaga lain, mampu menghasilkan output yang bagus, dan peduli dengan lingkungan. Mengingat citra positif tidak bisa dibeli tapi diupayakan, maka untuk menciptakan citra positif humas harus mempunyai beberapa strategi. Untuk melaksanakan hubungan dengan masyarakat secara optimal agar mendapatkan citra positif, sebaiknya ditempuh beberapa strategi berlapis, dan yang bersifat usaha internal, maupun usaha eksternal. Strategi tersebut meliputi urutan sebagai berikut:

a. Strategi sekolah dalam menjalin hubungan antar warga (*internal public*)

1) Kegiatan ekstrakurikuler

Kegiatan ini bertujuan untuk mendapatkan opini masyarakat (*public opinion*) dengan melihat beberapa program sekolah yang mendukung kegiatan siswa, baik program yang menunjang

---

<sup>30</sup> Akdon, *Strategic.....*, hlm. 111-112.



pelajaran sekolah, juga program yang berkonsentrasi untuk ketrampilan siswa. Misalnya pramuka, PMR dan sebagainya.

## 2) Berkemah

Berkemah adalah program sekolah yang dimaksudkan untuk memenuhi kegiatan peserta didik dalam mengikuti perkembangan masyarakat yang berubah secara cepat. Berkemah akan mengembangkan pemahaman atas benda-benda, peristiwa-peristiwa, lingkungan sosial, dan lingkungan alam realistik dan konkrit. Dalam berkemah siswa dilatih kemandirian, kreatif, kedisiplinan, kekuatan fisik, keberanian, dan lain-lain.<sup>31</sup>

## 3) Karya wisata

Karya wisata atau *field trip* dalam pengertian pendidikan adalah siswa keluar sekolah untuk mempelajari obyek tertentu sebagai bagian integral dari kegiatan kurikulum di sekolah.<sup>32</sup> Atau dengan kata lain karya wisata adalah suatu kunjungan ke suatu tempat di luar kelas yang dilaksanakan sebagai bagian integral dari seluruh kegiatan akademis dan terutama dalam rangka mencapai tujuan pendidikan. Karya wisata merupakan kegiatan pendidikan yang realistik dan bermanfaat untuk memperoleh pengalaman langsung. Sedangkan manfaat yang dapat dipetik adalah mendorong belajar dengan pengamatan sendiri terhadap benda, memberikan pemahaman (*insight*) terhadap lingkungan terdekat mengadakan integrasi pelajaran di kelas dengan realitas di masyarakat, mengajarkan kebersamaan, memupuk dan menanamkan cinta pada alam sekitarnya.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Fatah Syukur, *Teknologi Pendidikan*, (Semarang: RASAIL, 2005), Cet. 1, hlm. 126.

<sup>32</sup> Nana Sudjana dan Ahmadan Rifdi, *Media Pengajaran*, (Bandung: Sinar Baru, 1990), hlm, 210.

<sup>33</sup> Fatah Syukur, *Teknologi...*, hlm. 114-115.

4) Musyawarah dengan para guru dan karyawan

*Face to face communication* adalah komunikasi untuk membina hubungan yang harmonis, memelihara pengertian bersama dan meningkatkan kepercayaan. Ini bisa dilakukan dengan obrolan biasa melainkan bisa seluruh guru dan karyawan untuk membahas satu permasalahan yang berhubungan dengan pendidikan.<sup>34</sup>

5) Kerja atau praktik lapangan

Kerja lapangan atau kerja pengalaman ini memungkinkan siswa memperoleh pengalaman praktis sebagai persiapan hidup di dalam masyarakat kelak. Kerja pengalaman dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kepada siswa melakukan aktifitas dalam kondisi aktual, atau dengan kata lain kerja atau praktek lapangan yang dilakukan siswa untuk memperoleh ketrampilan dan kecakapan khusus.<sup>35</sup>

b. Strategi sekolah dalam menjalin hubungan masyarakat luar (*External public*)

1) Hubungan masyarakat sekolah dengan orang tua

a) Laporan kepada orang tua

Laporan tentang kemajuan anak yang merupakan hubungan antara sekolah dengan orang tua murid (masyarakat) secara tertulis, laporan tersebut diberikan kepada orang tua dalam setiap akhir semester. Laporan itu hendaknya menjelaskan tentang hasil pekerjaan anak dengan jelas kepada orang tuanya. Tidak hanya sekedar angka-angka, tetapi laporan itu harus berfungsi sebagai diagnosis, memperlihatkan kekuatan-kekuatan anak, memberi saran-saran tentang prosedur memperbaiki kelemahan-kelemahan anak dan mungkin termasuk kesan umum tentang anak tersebut.

---

<sup>34</sup> Bambang Siswanto, *Humas*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), Cet. 1. hlm. 19.

<sup>35</sup> Fatah Syukur, *Teknologi....*, hlm. 119.

b) Pameran sekolah

Kegiatan ini dimaksudkan untuk mempertunjukkan hasil-hasil pekerjaan siswa, baik pameran di dalam maupun di luar kelas, seperti kecakapan khusus, prakarya tangan, hasil kerajinan. Dengan promosi yang sifatnya ketrampilan maka sebagai siswa lulusan sebuah sekolah tidak hanya berbekal dengan disiplin ilmu umum, juga dengan bakat yang berupa ketrampilan.

c) Majalah sekolah

Majalah sekolah ini diusahakan oleh orang tua dan guru-guru di sekolah yang diterbitkan setiap bulan sekali, seharusnya tidak hanya mengenai petunjuk-petunjuk pemeliharaan anak dan pendidikan, tetapi juga di dalamnya tercantum penjelasan-penjelasan tentang segala kegiatan dan keadaan sekolah, kebijakan-kebijakan baru bahkan informasi yang berupa iklan komersil demi penambahan biaya operasional majalah tersebut.

d) *Open house*

Dengan *open house* ini diharapkan dapat memberi kesempatan pada masyarakat luas untuk mengetahui program dan kegiatan sekolah. Tentu saja dalam kesempatan itu perlu menonjolkan program-program yang menarik masyarakat.<sup>36</sup>

e) Kunjungan ke rumah murid

Kunjungan ini merupakan teknik yang sangat efektif dalam mengadakan hubungan antara sekolah dengan orang tua siswa, agar dapat mengetahui latar belakang hidup siswa. Banyak masalah-masalah yang dapat dipecahkan dengan teknik ini, misal ketidakhadiran siswa, pekerjaan rumah, masalah kurang pengertiannya orang tua tentang sekolah dan

---

<sup>36</sup> E. Mulyasa, *Menjadi Kepala Sekolah Profesional*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), Cet. Ke-4. hal. 175.

sebagainya. Sehingga orang tua memperoleh informasi yang jelas tentang sekolah tersebut dan bisa menimbulkan citra positif buat lembaga. Selain kunjungan ke rumah orang tua, tetapi juga ke lembaga-lembaga di dalam masyarakat yang menaruh minat terhadap pendidikan.

f) Organisasi perkumpulan alumni sekolah

Organisasi ini adalah alat yang sangat baik untuk dimanfaatkan dalam memelihara serta meningkatkan hubungan antara sekolah dan masyarakat dan juga dapat meningkatkan citra lembaga melalui kegiatan yang dilakukan oleh perkumpulan alumni tersebut. Karena bagaimanapun sekolah dianggap baik atau buruk, berkualitas atau tidak sebagian besar dilihat oleh masyarakatnya melalui lulusan (*output*) yang dihasilkan oleh sekolah.

g) Proyek pelayanan terhadap masyarakat

*Service project* berarti memberikan pelayanan atau pengabdian kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan sekolah. Masyarakat dapat merasakan manfaat, keuntungan tertentu, masyarakat bukan hanya memperbaiki dan membantu program sekolah tetapi diperbaiki dan dibantu oleh sekolah.

h) Melalui Radio dan TV

Karena sekarang eranya teknologi, maka radio dan TV dianggap representatif untuk memperkenalkan segala sesuatu yang berhubungan dengan sekolah. Acara di radio maupun TV biasa menampilkan kreatifitas siswa, seperti program wawancara, olah raga, karawitan, drama dan sebagainya. Yang jelas program yang dibuat untuk mengisi acara tersebut harus sesuai dengan selera masyarakat tanpa meninggalkan visi, misi dan tujuan sekolah.

Untuk mendapatkan kesan yang baik dalam masyarakat hendaknya syarat pesan yang diemban sebagai berikut:

- a. Pesan yang disebarkan haruslah disusun secara jelas, mantap dan singkat agar mudah ditangkap. Perlu dipahami bahwa setiap orang mempunyai daya tangkap yang berbeda, sehingga pesan yang disampaikan hendaknya bisa ditangkap oleh sebanyak orang atau sebagian terbesar orang yang berkepentingan;
- b. Ketika harus menggunakan lambang hendaknya yang mudah dipahami, dapat dimengerti oleh mereka yang menjadi sasaran, artinya kalau anda menggunakan bahasa gunakanlah bahasa yang mudah dipahami;
- c. Pesan-pesan yang disebarkan hendaknya dapat menimbulkan minat, perhatian, dan keinginan pada masyarakat untuk melakukan sesuatu kepada lembaga;
- d. Pesan-pesan yang disebarkan hendaknya dapat menimbulkan rangsangan untuk menerima pengaruh yang positif.<sup>37</sup>

Dari beberapa penjelasan tersebut mengindikasikan bahwa segala program dan kegiatan tersebut bertujuan untuk memberi kesan positif kepada masyarakat dengan menampilkan beberapa kegiatan yang ada di sekolah. Banyak jalan yang ditempuh untuk memperkenalkan keberadaan sekolah atau membentuk citra positif kepada masyarakat. Dan juga bertujuan untuk membuat kerjasama yang baik dan harmonis antara sekolah dengan masyarakat demi mencapai suatu tujuan. Tidak mungkin sekolah akan berdiri tanpa ada dukungan sedikitpun dari masyarakat, karena sekolah adalah lembaga struktural di masyarakat sebagai sistem alternatif yang selalu terbuka kapanpun dalam mengembangkan kreatifitas manusia.

---

<sup>37</sup> Santoso Sastro Poetro, *Partisipasi, Komunikasi, Persuasi, dan Disiplin dalam Pembangunan Nasional*, (Bandung: Alumni, 1998), hlm. 214.