

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekolah merupakan lembaga social yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat lingkungannya, sebaliknya masyarakat tidak dapat dipisahkan dari sekolah. Hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan bentuk komunikasi ekstern yang dilakukan atas dasar kesamaan tanggung jawab dan tujuan. Masyarakat merupakan kelompok dan individu- individu yang berusaha menyelenggarakan pendidikan atau membantu usaha- usaha pendidikan. ¹

Pada pasal 54 ayat (1) UUSPN No. 20 tahun 2003 menegaskan 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.² Dalam upaya meningkatkan penciptaan *public relations* menuntut adanya pendekatan yang baik kedua belah pihak, yaitu lembaga Islam dan bagi masyarakat. Tujuan pokok humas dengan masyarakat setempat adalah untuk memungkinkan orang tua dan warga wilayah berpartisipasi aktif dan penuh arti di dalam kegiatan pendidikan sekolah. Hubungan tersebut mendorong orang tua terlibat ke dalam proses pendidikan suatu sekolah melalui kerja sama dengan para guru di dalam perencanaan program pendidikan individu dari anak- anak mereka.

Dengan komunikasi dan keterlibatan orang tua secara dekat memudahkan bekerja sama dengan guru untuk memonitoring perkembangan para siswa ke arah

¹ E Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm 147

² Ara Hidayah, dan Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan*, (Bandung: Pustaka Educa, 2010), hlm 370

tercapainya nilai- nilai pendidikan, social, kepribadian, dan karir dalam jangka pendek dan panjang.³

Sekarang ini banyak sekali lembaga dan orang- orang yang mengelolanya sangat sensitif menghadapi publik- publik mereka yang kritis. Lembaga memahami sekali perlunya memberi perhatian yang cukup untuk membangun suatu citra yang menguntungkan bagi suatu perusahaan tidak hanya dengan melepaskan diri terhadap terbentuknya suatu kesan publik negatif.

Praktisi humas senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menangani berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas dari apakah fakta itu hitam, putih atau abu- abu. Perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta. Oleh karena itu, para personelnya kini jauh lebih dituntut untuk mampu menjadikan orang- orang lain memahami sesuatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaga yang diwakilinya.⁴

Kendati demikian, Opini publik adalah sikap orang-orang mengenal suatu soal, dimana mereka merupakan anggota dari sebuah masyarakat yang sama. Menghasilkan suatu produk yang dapat diukur, Anggapan demikian akan dapat diluruskan bila suatu saat perusahaan atau institusi mengalami krisis manajemen, maka fungsi dan kerja *Publik Relation* barulah dapat diukur.

Dalam menghadapi era globalisasi dimana situasi dan kondisi yang penuh tantangan, humas akan menghadapi tugas yang cukup berat. Kemampuan mereka dalam berkomunikasi sangat menentukan opini publik terhadap lembaga pendidikan yang diwakilinya.

Prinsip komunikasi dua arah merupakan tuntutan seorang humas agar dapat memberitahu atau dapat mengubah sikap, pendapat, perilaku tertentu perorangan atau kelompok agar sesuai dengan tujuan institusi yang diwakilinya.

³ Marno, dan Triyo Suprianto, *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*. (Bandung : PT Refika Aditama) 2008),. hlm. 98

⁴ M. Linggar Anggoro. *Teori & Profesi Kehumasan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara), 2005, hlm. 59

Hubungan sekolah dengan masyarakat adalah suatu proses komunikasi antara sekolah dan masyarakat, dengan tujuan meningkatkan pengertian anggota masyarakat tentang kebutuhan dan praktek pendidikan serta mendorong minat dan kerja sama para anggota masyarakat dalam rangka untuk memperbaiki masyarakat. Atau sistem manajemen yang berlangsung antara dua jalur, dengan komunikasi jujur antara organisasi pendidikan dan masyarakat.⁵

Dalam praktik kehidupan sekolah, strategi yang dilakukan oleh SDIT Muhammadiyah Truko menyelenggarakan komunikasi timbal balik antar sekolah dengan *public* untuk menciptakan saling pengertian (*public understanding*) dan dukungan (*public support*) bagi terciptanya tujuan, kebijakan dan langkah serta mengembangkan pengertian dan kemampuan baik publiknya serta untuk memperoleh opini *public* yang menguntungkan yang harmonis atau untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan *Public Relations*.

Dalam kenyataannya, dewasa ini kepercayaan dan dukungan *Public Relations* menentukan kebijakan program di SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung-Kendal dan mengawasinya. Selain itu juga, antara SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung-Kendal dengan keluarga dan masyarakat terjadi jurang pemisah lebih parahnya lagi selama ini belum ada upaya-upaya untuk menjembatani jurang pemisah tersebut. Komunikasi orang tua dan masyarakat dengan SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung-Kendal hanya terjadi setahun sekali. Itupun ketika terjadi pemberitahuan SPP, pemberitahuan tunggakan yang harus dilunasi oleh orang tua peserta didik dan ketika ada pembangunan gedung sekolah baru.

SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung-Kendal sebagai lembaga pendidikan Islam tidak mengabaikan kegiatan humas mengingat kegiatan tersebut

⁵ E Mulyasa, *Pedoman Manajemen Berbasis Madrasah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm 93.

sangat penting dilaksanakan Sekolah. Karena selain SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung-Kendal berada ditengah- tengah masyarakat, kegiatan humas juga dapat merangsang partisipasi aktif masyarakat dan meningkatkan pencitraan *public relations* sehingga akan terjalin hubungan yang harmonis antara SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung-Kendal dan Masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah diatas, penulis dapat merumuskan permasalahan yang dihadapi Sekolah. Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pencitraan *public relations* dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat di SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung- Kendal?
2. Bagaimana pencapaian strategi pencitraan publik dalam meraih kepercayaan masyarakat di SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung- Kendal?

C. Tujuan penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menentukan apa saja bentuk strategi untuk menarik kepercayaan masyarakat di SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung- Kendal.
- b. Untuk menjelaskan pencapaian strategi pencitraan publik dalam meraih kepercayaan masyarakat di SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung- Kendal

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi bahan informasi atau pengetahuan terhadap SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung- Kendal maupun lembaga lain dalam upaya untuk meningkatkan pentingnya menjalin kerjasama dengan masyarakat.

- b. Secara praktis dari hasil penelitian ini diharapkan memberi masukan bahan informasi terhadap Kepala lembaga SDIT Muhammadiyah Truko Kangkung- Kendal dalam rangka meningkatkan Publik Relations.