

ABSTRAK

Warini. 2016. Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo). Tesis. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana STAIN Ponorogo. Pembimbing Dr. Ahmadi, M.Ag.

Kata kunci: Strategi, Public Relations, Mutu Lembaga Pendidikan.

Public relations merupakan bagian integral dalam suatu organisasi. Public relations bukan hanya katalisator organisasi, yang mana memacu reaksi tetapi tidak ikut bereaksi. Public relations adalah urusan dari keseluruhan komposisi yang ada. Banyak orang tidak menyadari hal tersebut padahal ini menjadi hal yang sangat penting, sehingga hanya memposisikan public relations sebagai bagian yang berdiri sendiri. Padahal dengan adanya public relations dalam pendidikan, maka akan terjalin dengan berbagai pihak dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan.

Penelitian dalam tesis ini bertujuan: (1).Untuk menjelaskan pola strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo (2).Untuk menjelaskan implemenasi strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.(3). Untuk menjelaskan kontribusi strategi public relations dalam mutu lembaga pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.

Penelitian ini di laksanakan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo. Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan prosedur pengumpulan data melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan dalam menganalisa hasilnya peneliti menggunakan analisa dengan teknik miles and huberman, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan penelitian diperoleh kesimpulan bahwa: (1) Pola strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo melalui empat pola,yaitu: mendefinisikan masalah dengan berupaya mewujudkan harapan masyarakat, perencanaan dan pemrograman dengan menentukan program berdasarkan analisis masalah, implementasi program dan komunikasi dengan pelaksanaan strategi. Evaluasi program dilakukan seluruh penanggung jawab kegiatan dan evaluasi melalui umpan balik dari orang tua dilakukan pada saat pengambilan raport, pertemuan wali murid, dan melalui buku penghubung. (2)Implementasi strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo melalui beberapa strategi, antara lain: strategi operasional terkait budaya sosial dan nilai yang berlaku dimasyarakat informasi melalui beberapa media masa. Pendekatan edukatif dan persuasif, melalui kajian keluarga assakinah dan pertemuan rutin wali murid. Pendekatan tanggung jawab sosial humas, antara sekolah dan wali murid. Pendekatan kerjasama, dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan melalui kerjasama dengan korda ponorogo, JSIT Jatim, dan Dinas.(3)Kontribusi strategi public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yaitu sebagai salah satu sarana menyampaikan informasi dan promosi sekolah, mengcover kegiatan sekolah, evaluasi dan persiapan akreditasi, serta sebagai khasanah keilmuan. Kontribusi dari orang tua dalam pembiayaan dan prestasi siswa, dengan hal ini dapat meningkatkan mutu lembaga pendidikan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sekolah adalah sub sistem dari sistem sosial, karena itu sekolah atau madrasah tidak memisahkan diri atau terasing dari masyarakatnya. Dalam rangka mewujudkan visi dan misi lembaga pendidikan sesuai dengan paradigma baru manajemen pendidikan, diharapkan perlunya memberdayakan masyarakat dan lingkungan sekolah secara optimal. Hal ini penting, karena sekolah memerlukan masukan dari masyarakat dalam menyusun program dalam pendidikan.

Pendidikan merupakan fondasi yang sangat penting dan esensial bagi keunggulan suatu bangsa. Pendidikan tidak akan pernah habis untuk diperbincangkan oleh siapapun terutama para pakar dan praktisi pendidikan. Agar dapat menemukan pendidikan yang bermutu dan dapat meningkatkan outcome sumber daya yang unggul, yang akan mampu membangun watak suatu bangsa, serta dapat menentukan keberhasilan bidang lainnya seperti ekonomi, politik dan sebagainya, karena manusia sendiri merupakan subjek dalam seluruh aktifitas bidang-bidang tersebut.¹

Pendidikan di sekolah ataupun di luar sekolah mencakup semua usaha pengembangan atau peningkatan prestasi belajar siswa dari segi kognitif. Aspek ini bisa dikembangkan di dalam lembaga pendidikan yang kita kenal dengan sistem pendidikan nasional, di mana sistem pendidikan nasional itu juga dikenal dengan lembaga pendidikan formal dan non formal, sedangkan salah satu bentuk lembaga pendidikan formal adalah sekolah. Dengan tujuan yang hendak dicapai maka sistem pendidikan nasional dalam kurun waktu yang cukup lama sampai saat

¹ Mulyasa, Manajemen Berbasis Sekolah, (Bandung: Remaja RosdaKarya, 2005), 4.

ini telah banyak mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan dan kemajuan zaman. Yaitu mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT, berakhlak mulia, berilmu sehat, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab.² 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.³

Pendidikan, Indonesia dihadapkan pada persoalan rendahnya mutu pendidikan. Berdasarkan laporan Education For All Global Monitoring Report 2012 yang dikeluarkan oleh UNESCO setiap tahunnya, pendidikan Indonesia berada di peringkat ke-64 untuk pendidikan di seluruh dunia dari 120 negara. Data Education Development Index (EDI) Indonesia, pada 2011 Indonesia berada di peringkat ke-69 dari 127 negara.⁴ Berbagai upaya telah banyak dilakukan untuk meningkatkan mutu lembaga pendidikan, akan tetapi pendidikan masih dihadapkan kepada berbagai permasalahan antara lain yang paling krusial adalah rendahnya mutu pendidikan. Hal ini dikarenakan kurangnya peran public relations dalam pendidikan, public relations merupakan bagian integral dalam suatu organisasi. Public relations bukan hanya katalisator organisasi, yang mana memacu reaksi tetapi tidak ikut bereaksi. Public relations adalah urusan dari keseluruhan

² Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas).

³ Redaksi Sinar Grafika, Undang-Undang Sisdiknas (UU RI No. 20 Th. 2003), (Jakarta:Sinar Grafika Offset, 2009), Cet. 2, 35.

⁴ Rachmad Faisal Harahap <http://news.okezone.com/read/2013/06/01/373/816065/astagari-peringkat-ke-64-untuk-pendidikan>), diakses tanggal 12 november 2015.

komposisi yang ada. Banyak orang tidak menyadari hal tersebut padahal ini menjadi hal yang sangat penting, sehingga hanya memposisikan public relations sebagai bagian yang berdiri sendiri. Padahal dengan adanya public relations dalam pendidikan, maka akan terjalin dengan berbagai pihak dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan

Public relations merupakan salah satu langkah menjembatani antara lembaga pendidikan dan masyarakat untuk saling memberikan informasi dan masukan. Sehingga terjalin kerjasama yang baik demi tercapainya pendidikan yang bermutu. Jika public relations dalam lembaga pendidikan tidak difungsikan maka akan menghambat peran serta masyarakat dalam menentukan kebijakan sekolah sebagai akibat masyarakat kurang merasa memiliki, kurang tanggung jawab dalam memelihara dan membina sekolah dimana anak-anaknya bersekolah. Padahal apabila dikaji lebih lanjut beberapa komponen penentu peningkatan mutu sekolah antara lain adalah manajemen pemberdayaan masyarakat. Untuk itulah salah satu kebijakan dalam peningkatan manajemen sekolah adalah implementasi manajemen berbasis sekolah. Pendidikan sangat memerlukan partisipasi yang tinggi dari masyarakat, baik yang terwadahkan dalam komite sekolah, dewan pendidikan maupun masyarakat secara umum. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dalam lembaga pendidikan perlu adanya peningkatan mutu pendidikan dengan melalui berbagai upaya yang harus dilakukan.

Total Quality Manajement (TQM) dalam dunia pendidikan ada beberapa hal pokok yang perlu diperhatikan. Pertama, perbaikan secara terus menerus. Kedua, menentukan standar mutu. Ketiga, perubahan kultur. Keempat, perubahan organisasi. Kelima, mempertahankan hubungan dengan pelanggan (keeping close

to the customer). Karena organisasi pendidikan menghendaki kepuasan pelanggan, maka perlunya mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan menjadi sangat penting. Dan inilah yang dikembangkan dalam unit public relations.⁵

Secara filosofis, hal ini menekankan pada pencarian secara konsisten terhadap perbaikan yang berkelanjutan untuk mencapai kebutuhan kepuasan pelanggan.⁶ Hal ini memerlukan suatu sistem manajemen yang mampu memberdayakan institusi pendidikan agar lebih bermutu.⁷ Pendidikan disekolah tidak dapat lepas dari peran humas dalam upaya peningkatan mutu pendidikan. Public relations (Humas) merupakan jembatan antara sekolah dan masyarakat. Oleh karena itu untuk menciptakan hubungan yang harmonis antar warga sekolah dan antara sekolah dan masyarakat diperlukan humas yang solid.⁸

Pentingnya humas dapat pula dikaitkan dengan semakin banyaknya isu yang berupa kritik-kritik dari masyarakat tentang tidak sesuainya produk sekolah dengan kebutuhan pembangunan, bahwa lulusan sekolah merupakan produk yang tidak siap pakai, semakin membengkaknya jumlah anak putus sekolah, makin banyaknya pengangguran. Untuk memecahkan masalah tersebut bukan semata-mata merupakan tanggung jawab sekolah, dengan meningkatkan keefektifan hubungan sekolah dan masyarakat beberapa masalah tersebut dapat dikurangi.⁹ Fungsi manajemen humas bertujuan menciptakan dan mengembangkan persepsi

⁵ Edward Sallis. *Total Quality Manajemen In Education*. (Jogjakarta: IRCiSoD, 2009), 11.

⁶ *Ibid*, 5

⁷ *Ibid*, 6

⁸ Jamil Suprihatiningrum,, *Guru Profesionalitas, Pedoman Kinerja Kualifikasi Dan Kompetensi Guru*. (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2013), 325

⁹ M. Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1995), 189.

terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, lembaga pendidikan, yang kegiatannya langsung ataupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi atau lembaga.¹⁰

Public relations juga memiliki tugas mengelola dan membina hubungan yang harmonis antar warga sekolah baik kepala sekolah, guru, karyawan, maupun siswa. Tidak hanya itu, di tingkat eksternal, kemampuan humas dalam mengemas dan memasarkan sekolah ke dunia luar dikenal dengan istilah image branding. Keunggulan sekolah perlu ditonjolkan untuk mencapai image yang baik dari masyarakat luar sekolah. Image yang baik juga dapat timbul jika humas mampu mendengarkan keinginan dan opini public.¹¹ Dengan demikian humas berfungsi sebagai mediator komunikasi dalam lembaga dan antara lembaga, untuk menciptakan image positif sekolah ke masyarakat.

Manajemen pendidikan perlu menanggapi masyarakat atau hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat. Perlu disadari bahwa masyarakat memiliki peranan yang sangat penting terhadap keberadaan, kelangsungan bahkan kemajuan lembaga pendidikan. Setidaknya parameter penentu nasib lembaga pendidikan adalah masyarakat.¹² Ketika masyarakat memiliki kepercayaan kepada lembaga untuk mendidik anaknya, merupakan salah satu amanah yang harus diemban oleh lembaga pendidikan.

Kepercayaan masyarakat menjadi salah satu kunci kemajuan lembaga pendidikan. Ketika masyarakat memiliki kepercayaan terhadap pendidikan, mereka akan mendukung penuh bukan saja dengan memasukkan putra-putrinya

¹⁰ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), 31

¹¹ Ibid.

¹² Qomar Mujamil. *Manajemen Pendidikan Islam*. (Malang: Erlangga, 2007), 183

kedalam lembaga pendidikan tersebut, tetapi bahkan memengaruhi orang lain untuk melakukan hal yang sama. Sebaliknya, ketika masyarakat ketika masyarakat tidak percaya, mereka bukan hanya tidak mau memasukkan putra-putrinya ke lembaga pendidikan tersebut, bahkan memprovokasi tetangga atau kawannya. Ini berarti masyarakat merupakan komponen strategis yang harus mendapat perhatian penuh oleh manajer pendidikan.¹³

Model manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan seluruh proses kegiatan sekolah yang direncanakan dan diusahakan secara sengaja dan bersungguh-sungguh, disertai pembinaan secara kontinu untuk mendapatkan simpati dari masyarakat pada umumnya, dan khususnya pada masyarakat yang berkepentingan langsung dengan sekolah.¹⁴ Simpati masyarakat akan tumbuh melalui upaya-upaya sekolah dalam menjalin hubungan secara intensif dan proaktif disamping membangun citra lembaga yang baik.

Keberhasilan penerapan manajemen mutu lembaga pendidikan memang tidak mudah, diperlukan komitmen dan kerjasama yang baik antara departemen terkait, antara departemen pusat dengan departemen dengan departemen pendidikan daerah serta institusi pendidikan setempat sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan masyarakat.¹⁵ Oleh karena itu perlu adanya kejelasan secara sistemik dalam memberikan kewenangan antar institusi terkait. Jika manajemen ini diterapkan sesuai dengan ketentuan yang ada dengan segala dinamika dan fleksibilitasnya, maka akan menjadi perubahan yang efektif bagi pengembangan dan peningkatan mutu dan mutu lembaga pendidikan nasional.

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid, 184

¹⁵ Edward Sallis. Total Quality, 12

Beberapa waktu belakangan ini, sebagai bentuk dari realisasi program desentralisasi ditingkat sekolah pemerintah memformulasikan adanya konteks manajemen berbasis sekolah. Manajemen berbasis sekolah yang merupakan alternatif baru dalam pengelolaan sekolah yang mempunyai konsep dasar otonomi sekolah. Pelaksanaan manajemen berbasis sekolah dimungkinkan dapat mencapai sasaran mutu lembaga pendidikan dengan kemampuan sekolah sendiri. Dengan demikian, sekolah memiliki kewenangan untuk mengatur dan mengurus kepentingan warga sekolah menurut prakarsa atau inisiatif sendiri dengan dukungan aspirasi warga sekolah dan masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan pendidikan nasional yang berlaku. Selanjutnya dengan formulasi yang bagus, didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai, dan dengan SDM yang mumpuni, maka tidak mustahil sekolah walaupun dengan status swasta menjadi sekolah unggulan yang menjadi pilihan calon wali murid.

Sekolah merupakan satuan yang paling penting keberadaannya. Sekolah harus dipersiapkan dengan sebaik-baiknya, secara sosial institusional maupun fungsional akademik, baik secara input, proses maupun output. Secara sosial institusional berarti sekolah dasar harus dipersiapkan dengan sebaik-baiknya agar berfungsi sebagai tempat terjadinya proses sosialisasi antar anak didik kearah kedewasaannya secara mental maupun sosial.

Sedangkan secara fungsional akademik berarti seluruh perangkat sekolah dasar, seperti tenaga, kurikulum dan perangkat pendidikan lainnya harus dipersiapkan untuk mengemban misi pendidikan. Oleh karena itu upaya perbaikan manajemen pendidikan menjadi lebih bermutu dan berkembang. Sehingga harapan untuk menghadirkan siswa siswi yang sholeh bagi dirinya sendiri dan

muslih bagi orang lain akan lebih optimal yang manfaatnya bisa dirasakan masyarakat.

Sekolah Dasar Islam Terpadu Qurrota A'yun Ponorogo adalah salah satu sekolah tingkat dasar yang ada di Ponorogo, yang merupakan sekolah yang sudah diakui kredibilitasnya. Karena sejak awal berdirinya, sekolah ini ingin menjadi sekolah yang tidak hanya sekedar berkualitas namun juga berbeda dari sekolah dasar pada umumnya. Dalam mewujudkan lembaga pendidikan yang bermutu sekolah ini memiliki standar kualitas yang meliputi beberapa aspek, diantaranya: pertama, aspek aqidah yang mana sekolah ini memberikan standart bahwa siswa harus mampu meyakini aqidah islam dengan benar. Kedua, aspek ibadah dalam hal ibadah siswa harus mampu menjalankan ibadah terutama ibadah sholat. Ketiga, aspek membaca al-Qur'an dalam aspek ini siswa harus mampu belajar membaca al-Qur'an dengan tartil bahkan sekarang ada program tahfidz. Keempat, aspek akademik output dari sekolah tersebut banyak yang diterima masuk disekolah lanjutan tingkat pertama yang favorite didalam maupun diluar Ponorogo. Kelima, fullday school, sekolah ini menerapkan waktu belajar lebih lama sehingga pembelajaran baik umum maupun keagamaan bisa dilaksanakan.¹⁶

Beberapa pertimbangan tersebut yang menjadikan alasan orang tua atau masyarakat menginginkan putra putri mereka untuk menyekolahkan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo tersebut. Hal ini dapat diketahui dari SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yang mengalami peningkatan jumlah siswa baru dalam setiap tahunnya. Oleh karena itu sekolah haruslah memberikan layanan pendidikan yang bermutu, serta pengelolaan sekolah yang transparan, akuntabel, dan demokratis.

¹⁶¹⁶ Wawancara dengan Ibu Emi, salah satu wali murid SDIT Qurrota 'Ayun, 15 Desember 2015

Kondisi tersebut tercapai antara lain karena adanya jalinan komunikasi yang efektif antara sekolah dan masyarakat. SDIT Qurrota A'yun Ponorogo terbuka terhadap segala bentuk kritik dan aspirasi dari masyarakat, sehingga program pendidikan yang ditawarkan sekolah sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi masyarakat. Hal ini dilakukan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo dalam rangka peningkatan mutu lembaga pendidikan yang diharapkan oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas penulis akan mengadakan penelitian secara langsung di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo dengan judul Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yang merupakan sesuatu yang menarik dan layak untuk diteliti lebih lanjut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka penelitian difokuskan pada upaya meningkatkan mutu pendidikan. Untuk menjawab permasalahan tersebut dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pola strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo?
2. Bagaimana implementasi strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo?
3. Bagaimana kontribusi strategi public relations dalam meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Dalam pembahasan tesis ini, tujuan yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pola strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.
2. Untuk menjelaskan implementasi pola strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.
3. Untuk menjelaskan kontribusi strategi public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya meningkatkan mutu lembaga pendidikan pada Sekolah Dasar, adapun secara detail kegunaan tersebut diantaranya:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah cakrawala berfikir dan khasanah ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan mutu pendidikan sekolah yaitu menambah referensi bacaan dan mengetahui bagaimana strategi public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan.

2. Secara praktis

Mengetahui solusi sebagai peningkatan mutu lembaga pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo supaya lebih maju dan yang terpenting tetap relevan dengan perkembangan zaman sehingga para outputnya sesuai dengan tuntunan masyarakat dan perkembangan ilmu pengetahuan guna memenuhi harapan masyarakat sekarang dan masa mendatang.

BAB II

KAJIAN TEORI

E. Kajian Terdahulu

Dalam kajian pustaka ini peneliti akan mendeskripsikan beberapa penelitian yang dilakukan terdahulu relevansinya dengan judul skripsi ini. Adapun karya-karya tersebut antara lain :

Pertama, penelitian M. Choirul Anam, tesis yang berjudul manajemen hubungan masyarakat (HUMAS) dalam pendidikan. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kepustakaan (library research). Teknik pengumpulan data diambil dari data primer dan sekunder. Adapun analisis data dilakukan dengan metode content analysis (analisis isi), peneliti mencoba mencermati beberapa pendapat para tokoh pendidikan mengenai hal-hal yang terkait dengan manajemen hubungan masyarakat, kemudian dianalisis dengan pemikiran-pemikiran yang lain.

Pada tesis ini dijelaskan bahwa manajemen hubungan masyarakat merupakan salah satu gugusan substansi manajemen pendidikan. Manajemen hubungan masyarakat ini membahas hubungan interaksi antara sekolah dan masyarakat, sehingga tercipta hubungan yang harmonis, sesuai tujuan yang diinginkan oleh sekolah dan masyarakat. Dalam hal ini penulis merumuskan masalah melalui pertanyaan yaitu, apa dan bagaimana manajemen hubungan masyarakat dalam pendidikan. Pada penelitian ini mengkonstruksikan konsep manajemen hubungan masyarakat secara konseptual mulai dari tujuan, fungsi, manfaat dan bentuk-bentuk operasional dari hubungan masyarakat.¹⁷

¹⁷ M. Choirul Anam. Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Pendidikan . INSURI Ponorogo. 2011

Kedua, penelitian Nurul Mubin, dalam penelitian ini berjudul Pengaruh Public Relations Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kausal Pengaruh Public Relations Terhadap Citra Perusahaan PT Granting Jaya sebagai pengelola kenjeran park di Surabaya pada event Indoprix Seri 3.

Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa public relations merupakan fungsi manajemen yang memusatkan perhatian pada interaksi jangka panjang antara organisasi dengan public. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh public relations untuk menumbuhkan kesadaran konsumen dan penanganan keluhan terhadap citra perusahaan PT Granting Jaya sebagai pengelola Kenjeran Park di Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang berusia lebih dari 17 tahun dan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari hasil pengujian didapatkan hasil public relations untuk menumbuhkan kesadaran konsumen dan penanganan keluhan berpengaruh terhadap Citra perusahaan PT Granting Jaya Sebagai Pengelola Kenjeran Park di Surabaya karena nilai signifikan.¹⁸

Ketiga, M. Mahsin Manshur, dalam penelitian ini berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Sekitar Sekolah di Madrasah Aliyah Mu’allimin Mu’allimat Rembang”. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen humas di Madrasah Aliyah Mu’allimin Mu’allimat Rembang, Bagaimana partisipasi masyarakat sekitar di

¹⁸ Nurul Mubin. Pengaruh Public Relations Terhadap Citra Perusahaan. UVM “Veteran” Jatim. 2013

Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Rembang dan Bagaimana Peran Manajemen Humas Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Rembang.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan metode pengumpulan datanya menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Kemudian data tersebut dianalisa. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat internal yang efektif memberikan kontribusi terhadap kelancaran hubungan sekolah dengan masyarakat eksternal. Melalui kebebasan berkomunikasi di lingkungan internal sekolah, semua warga sekolah mempunyai kesempatan yang sama untuk berkreasi dan mengeluarkan pendapat. Dengan demikian, lahirlah sejumlah kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat untuk menggalang partisipasi masyarakat.

Manajemen Humas dimulai dengan perencanaan partisipatif dan pengorganisasian dalam bentuk panitia pelaksanaan dengan melibatkan semua unsur sekolah yang terkait. Proses selanjutnya adalah pengaktifan dalam bentuk komunikasi dan pelaksana kegiatan. Komunikasi yang paling akrab dilakukan sekolah dengan komite sekolah yang bertujuan menyerap aspirasi ide, dan kebutuhan masyarakat. Proses terakhir manajemen humas adalah pengendalian yang dilakukan dengan cara membandingkan program yang telah ditetapkan dengan pelaksanaan program tersebut.¹⁹

Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian ini mempunyai kesamaan yaitu sama-sama membahas tentang hubungan masyarakat (public relations). Namun yang membedakan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada

¹⁹ M. ahsin Manshur. Manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat sekitar sekolah di Madrasah Aliyah Mu'allimin Mu'allimat Rembang. IAIN Walisongo Semarang. 2011

pembahasan tentang manajemen public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan, guna mencapai sebuah sasaran dan tujuan mutu lembaga pendidikan yang ingin dicapai.

F. Kajian Teori

1. Strategi

Pada umumnya suatu satuan pendidikan memiliki tujuan dan untuk pencapaiannya memerlukan strategi. Strategi merupakan suatu kesatuan rencana yang luas dan terintegrasi yang menghubungkan antara kekuatan internal organisasi dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternalnya. Strategi dirancang untuk memastikan tujuan organisasi dapat dicapai melalui implementasi yang tepat. Substansi strategi pada dasarnya merupakan rencana. Oleh karena itu strategi berkaitan dengan evaluasi dan pemilihan alternatif yang tersedia bagi suatu manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.²⁰

Berpikir strategis meliputi tindakan memperkirakan atau membangun tujuan masa depan yang diinginkan, menentukan kekuatan-kekuatan yang akan membantu atau yang akan menghalangi tercapainya tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan.²¹

Strategi menurut Purnomo Setiawan Hari sebenarnya berasal dari bahasa Yunani "*strategos*" diambil dari kata *stratos* yang berarti militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai general ship yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam

²⁰Buchari Alma. Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2008), 64

²¹ Anwar Arifin, Strategi Komunikasi, (Bandung: Armilo, 1984), 59

membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.²² Stephen Robbins, mendefinisikan strategi sebagai the determination of the basic long-term goals and objectives of an enterprise, and the adoption of course of action and the allocation of resources necessary for carrying out this goals.²³ (penentuan tujuan jangka panjang perusahaan dan memutuskan arah tindakan serta mendapatkan sumber-sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan).²⁴

Strategi menurut Anwar Arifin adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.²⁵ Dengan melihat beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah tahapan – tahapan yang harus dilalui menuju target yang diinginkan. Strategi yang baik akan memberikan gambaran tindakan utama dan pola keputusan yang akan dipilih untuk mewujudkan tujuan organisasi. Strategi juga sebagai perumusan visi dan misi suatu organisasi atau lembaga pendidikan.

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi menjadi aspek utama dalam melakukan interaksi dan sosialisasi, komunikasi berpengaruh dalam mempertahankan keberadaan dan hidup manusia. Komunikasi menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari seluruh

²² Setiawan Hari Purnomo, Manajemen Strategi : Sebuah Konsep Pengantar, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996), 8

²³ Stephen P. Robbins, Organizations Theory: Structure, Design And Applications, Op.cit. dalam Morissan. Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional. (Jakarta: Prenada Media Group. 2008), 152

²⁴ Morissan. Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional. (Jakarta: Prenada Media Group. 2008), 152

²⁵ Anwar Arifin, Strategi Komunikasi, (Bandung: Armilo, 1984), 59

aktifitas manusia, baik sebagai individu maupun kelompok. Identitas manusia sebagai makhluk sosial mengharuskan manusia berhubungan dengan orang lain.

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin communication dan bersumber pada kata komunis yang berarti sama. Arti sama dalam pengertian tersebut memiliki pengertian sama makna.²⁶ Communication dalam bahasa Indonesia diserap menjadi komunikasi. Berdasarkan berbagai arti kata communicare yang menjadi asal komunikasi, secara harfiah komunikasi berarti pemberitahuan, pembicaraan, percakapan, pertukaran pikiran, atau berhubungan. Menurut Hardjana, komunikasi didefinisikan menjadi proses penyampaian makna dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain melalui media tertentu.²⁷

Sementara, Gary Cronkhite merumuskan 4 asumsi pokok komunikasi yang dapat membantu memahami komunikasi. Pertama, komunikasi adalah suatu proses (communication is a process). Kedua, komunikasi adalah pertukaran pesan (communication is transactive). Ketiga, komunikasi adalah interaksi yang bersifat multidimensi (communication is multi-dimensional).²⁸

Menurut Eferett M. Rogers bahwa kegiatan komunikasi akan berjalan dengan baik dan efektif apabila memenuhi 5 unsur komunikasi, menjabarkan sebagai berikut:²⁹

²⁶ Bachtiar Aly. Teknik Hubungan Masyarakat. (Jakarta: UT, 1995), 48

²⁷ Agus M. Hardjana. Komunikasi Intrapersonal Dan Interpersonal (Yogyakarta: Kanisius, 2007), 10-11 dalam Ngainun Naim. Dasar – Dasar Komunikasi Pendidikan. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011).18.

²⁸ Redi Panuju. Sistem Komunikasi Indonesia (Yogyakarta: pustaka pelajar, 1997), 6-7 dalam Ngainun Naim. Dasar – Dasar Komunikasi Pendidikan. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011).

²⁹ Morissan. Manajemen Public relations: Strategi Menjadi Humas Professional. (Jakarta: Prenada Media Group. 2008), 44-50

- a. Source (Sumber), merupakan perorangan atau individu (seseorang yang berbicara, menulis, menggambarkan, melamun, dan membuat gerak-gerik) atau kelompok masyarakat yang berupa organisasi lembaga. Sumber adalah pihak yang pertama kali melancarkan pesan.
- b. Message (Pesan), sesuatu yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima. Pesan merupakan seperangkat symbol verbal maupun non verbal yang mewakili perasaan nilai gagasan atau maksud dari suatu sumber.
- c. Channel (Saluran), merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.
- d. Receiver (penerima), orang atau pihak yang menerima pesan atau sumber.
- e. Feedback (Umpan Balik), yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan yang disampaikan oleh sumber. Feedback merupakan tanggapan atau respon dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan yang akan disampaikan sumber. Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi.

b. Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi secara umum untuk memberikan penerangan, pendidikan, hiburan, dan mempengaruhi seseorang atau sekelompok orang artinya dengan komunikasi manusia dapat saling menerima, menyampaikan pikiran, gagasan, informasi pada seseorang atau sekelompok orang. Menurut Onong Effendi, komunikasi mempunyai fungsi yang sangat luas. Fungsi komunikasi sebagai berikut.³⁰

1. Fungsi menyiarkan informasi

³⁰ Ibid, 166

Menyiarkan informasi merupakan fungsi surat kabar yang utama, karena pada hakikatnya orang membeli, untuk mendapatkan informasi.

2. Fungsi mendidik

Fungsi mendidik dalam surat kabar bisa implicit dalam bentuk berita, artikel atau tajuk rencana, berita bergambar, dan sebagainya.

3. Fungsi menghibur

Fungsi menghibur ini juga sangat penting sebagai represing, untuk mengimbangi berita-berita yang berat, untuk melemaskan ketegangan pikiran. Isi surat kabar yang bersifat menghibur dapat di bentuk; cerpen, teka-teki, cerbar, karikatur, dan sebagainya.

4. Fungsi mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi surat kabar secara implicit terdapat pada tajuk rencana dan artikel.

c. Tujuan Komunikasi

Upaya untuk menjalin berbagai hubungan yang baik dengan public internal dan public eksternal, maka komunikasi dalam hal ini memiliki tujuan sebagai berikut:³¹

1. To inform (menginformasikan)
2. To explain (menerangkan)
3. To suggest (menyarankan)
4. To persuade (membujuk)
5. To invite (mengundang)
6. To convince (meyakinkan)

³¹ Muslimin. Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian. (Malang: UMM Press. 2004), 72

3. Public Relations

a. Pengertian Public Relations

Pengertian public adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian pada sesuatu hal yang sama, mempunyai minat dan kepentingan yang sama. Public merupakan group kecil, terdiri atas orang-orang dengan jumlah sedikit, juga dapat merupakan kelompok besar.³²

Sedangkan istilah relations berarti adanya hubungan yang timbal balik atau two-way-communication. Dengan demikian, maka public relations pada dasarnya berfungsi untuk menghubungkan public-public atau pihak-pihak yang berkepentingan di dalam suatu instansi. Hubungan efektif antara pihak-pihak yang berkepentingan demi tercapainya kepentingan dan kepuasan bersama.³³

Menurut definisi kamus terbitan Institute of Public relations (IPR), yakni sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan bulan november 1987, humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.³⁴

Menurut Cutlip, et.al bahwa public relations (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.³⁵ Public relations mempengaruhi terhadap sukses atau gagalnya organisasi, hal ini sangat penting diperhatikan agar dalam

³² Muslimin. Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian . (Malang: UMM Press. 2004), 5

³³ Ibid, 6

³⁴ M. Linggar Anggara . Teori Dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia. (Jakarta: Bumi Aksara. 2008), 2

³⁵ Scott M.Cutlip, et.al. Efektive Public Relations. (Jakarta: Kencana. 2011), 6

membangun komunikasi suatu organisasi dapat berjalan dengan baik untuk mewujudkan tujuan organisasi atau lembaga pendidikan.

Humas adalah hubungan sekolah dengan masyarakat, agar tidak timbul kerancuan ada baiknya dijelaskan terlebih dahulu dijelaskan tentang konsep “sekolah” dan “masyarakat”, yang dimaksud istilah sekolah merupakan konsep yang luas yang mencakup baik lembaga pendidikan formal maupun lembaga pendidikan nonformal. Sedangkan istilah masyarakat merupakan konsep yang mengacu kepada semua individu, kelompok, lembaga, atau organisasi yang berada diluar sekolah sebagai lembaga pendidikan.³⁶

Menurut Rex F. Harlow bahwa, public relations pada prinsipnya merupakan fungsi manajemen organisasi dalam rangka menjalankan aktivitas membangun, memelihara dan meningkatkan hubungan organisasi dengan berbagai publiknya (stakeholder) untuk tujuan mencapai pengertian bersama (mutual understanding), meningkatkan pemahaman, membangun ketertarikan dan menumbuhkan simpati public.³⁷ Berdasarkan pendapat tersebut tersirat bahwa menekankan adanya proses manajemen dalam mengembangkan aktivitas public relations.

Public relations is a distinctive management function which helps establish and maintain mutual lines of communication, understanding, acceptance and co-operation between an organisation and its publics; involves the management of problems or issues, helps management to keep informed on and responsive to public opinion, defines and emphasises the responsibility of

³⁶ M. Ngalim Purwanto, *Administrasi Dan Supervise Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 188

³⁷ Prayudi. *Public.*, 3

management to serve the public interest; helps management keep abreast of and effectively utilise change, serving as an early warning system to help anticipate trends, and uses research and ethical communication techniques as its principal tools.³⁸

Menurut Aloson Theaker, bahwa public relations adalah fungsi manajemen yang khas yang membantu membangun dan memelihara garis saling komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dan publiknya; melibatkan pengelolaan masalah, membantu manajemen untuk menjaga informasi dan responsif terhadap opini public, mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mengantisipasi adanya gejala, dan menggunakan penelitian dan etika teknik komunikasi sebagai alat utamanya.

Menurut Frank Jefkins dalam bahwa, Public relations suatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana baik itu kedalam maupun keluar organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian, “Menurutnya, public relations pada intinya senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak yakni perubahan yang positif.”³⁹

³⁸ Alison Theaker, *The Public Relation Handbook*. (London: Routledge, 2001), 4

³⁹ Frank Jefkins. *Public Relations*, edisi ketiga, alih bahasa Aris Munandar. (Jakarta: Erlangga. 1992) dalam Morissan. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. (Jakarta: Prenada Media Group. 2008), 8

Komunikasi dan public relations (Humas) bukan hanya sekedar mengirim informasi ke publik sasaran, mereka terlibat dalam memberikan bimbingan kepada manajemen mengenai sikap, pengharapan perhatian dan kebutuhan public.⁴⁰ Public relations ini membantu masyarakat yang kompleks dan pluralistic untuk menentukan keputusan dan menjalankan fungsi secara lebih efektif dengan memberikan kontribusi pemahaman bersama diantara kelompok dan institusi. Public relations menyelaraskan kebijakan public dan privat.⁴¹

Sekolah dan masyarakat memiliki hubungan timbal balik untuk menjaga kelestarian dan kemajuan masyarakat itu sendiri. Sekolah diselenggarakan untuk dapat menjaga kelestarian nilai-nilai positif masyarakat dengan baik dan benar. Sekolah juga berperan sebagai agen perubahan (agent of change), dimana sekolah dapat mengadakan perubahan nilai-nilai dan tradisi sesuai dengan kemajuan dan tuntutan masyarakat dalam kemajuan dan pembangunan.⁴²

Hubungan sekolah dan masyarakat dilakukan untuk menjembatani kebutuhan yang dibutuhkan oleh sekolah dan masyarakat itu sendiri. Sekolah melakukan komunikasi dengan masyarakat agar memahami kebutuhan pendidikan dan pembangunan masyarakat. Hubungan sekolah dan masyarakat dapat dikatakan sebagai usa kooperatif untuk menjaga dan mengembangkan saluran informasi dua arah yang efisien serta saling pengertian antara sekolah, personil sekolah dan anggota masyarakat.⁴³

Jadi berdasarkan beberapa pengertian tersebut public relations di dalam pendidikan yaitu seluruh proses kegiatan yang direncanakan dan diusahakan

⁴⁰Edward, Total Quality, 5

⁴¹ Scott M.Cutlip, et.al. Efektive Public, 7

⁴² Rohiat. Manajemen Sekolah: Teori Dasar Dan Praktik, (Bandung: PT Refika Aditama, 2010), 28

⁴³Ibid, 28

secara sengaja dan bersungguh-sungguh serta pembinaan secara kontinu untuk mendapatkan simpati dari masyarakat pada umumnya serta dari public pada khususnya. Sehingga kegiatan operasional sekolah atau pendidikan semakin efektif dan efisien, demi membantu tercapainya tujuan pendidikan yang telah ditetapkan oleh suatu lembaga pendidikan.

b. Tujuan Public Relations

Mengenai tujuan dan hubungan sekolah dan masyarakat, T. Sianipar meninjaunya dari sudut keentingan kedua lembaga, yaitu kepentingan sekolah dan kepentingan masyarakat itu sendiri.⁴⁴

Ditinjau dari kepentingan sekolah, pengembangan penyelenggaraan hubungan sekolah dan masyarakat (public relations) bertujuan untuk:

1. Memelihara kelangsungan hidup sekolah
2. Meningkatkan mutu lembaga pendidikan disekolah yang bersangkutan
3. Memperlancar proses belajar mengajar
4. Memperoleh dukungan dan bantuan dari masyarakat yang diperlukan dalam pengembangan dan pelaksanaan program sekolah

Sedangkan jika ditinjau dari kebutuhan masyarakat itu sendiri, tujuan hubungannya dengan sekolah adalah untuk:⁴⁵

1. Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam bidang mmental-spiritual
2. Memperoleh bantuan sekolah dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat

⁴⁴T. Sianipar. Hubungan sekolah dan masyarakat, makalah jurusan administrasi pendidikan FIP-IKIP Jakarta, 2-3 dalam M. Ngalim Purwanto. Administrasi Dan Supervisi Pendidikan, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 189.

⁴⁵ dalam M. Ngalim Purwanto. Administrasi Dan Supervisi Pendidikan, 190

3. Menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat
4. Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkat kemampuannya

Secara lebih konkrit lagi, tujuan diselenggarakan hubungan sekolah dan masyarakat adalah:⁴⁶

1. Mengenal pentingnya sekolah bagi masyarakat
2. Mendapatkan dukungan dan bantuan morel maupun financial yang diperlukan bagi pengembangan sekolah
3. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang isi dan pelaksanaan program sekolah
4. Memperkaya atau memperluas program sekolah sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat
5. Mengembangkan kerjasama yang lebih erat antara keluarga dan sekolah dalam mendidik anak.

Menurut Elsbree dan McNally dalam bukunya Ngalim Purwanto, bahwa ada tiga tujuan pokok public relations, yaitu:⁴⁷

1. Mengembangkan mutu belajar dan pertumbuhan anak-anak

Makin majunya konsep-konsep pendidikan kepada para pendidik, terutama guru-guru disekolah, agar pendidikan dan pengajaran tidak lagi subject matter sentered, tetapi hendaknya community life centered, tidak lagi berpusat pada buku, tetapi berorientasi pada kebutuhan kehidupan dimasyarakat.

⁴⁶ Ibid, 190

⁴⁷ Elsbree and McNally. *Elementary School Administration And Supervision*. (American Book Company: New York. 1959), 424. Dalam M. Ngalim Purwanto. *Administrasi Dan Supervisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 190-193

2. Meningkatkan tujuan dan mutu kehidupan masyarakat

Masyarakat yang demokratis, sekolah seyogianya dapat menjadikan dirinya sebagai pelopor dan pusat perkembangan bagi perubahan-perubahan masyarakat didalam bidang-bidang kehidupan ekonomi, kebudayaan, teknologi dan sebagainya ke tingkat yang lebih tinggi. Jadi, dalam hal ini, bukan sekolah yang harus mengekor secara pasif kepada perkembangan masyarakat, tetapi sebaliknya sekolah justru yang memelopori bagaimana dan kemana masyarakat itu harus dikembangkan.

3. Mengembangkan pengertian, antusiasme dan partisipasi masyarakat

Hubungan dengan antusiasme dan partisipasi masyarakat terhadap pendidikan. Hal tersebut penting, apalagi bagi masyarakat kita, Indonesia, yang pada umumnya masih belum begitu menyadari bahwa tugas dan tanggung jawab pendidikan anak-anak adalah tugas dan tanggung jawab masyarakat disamping sekolah dan pemerintah. Seperti pernah dikemukakan oleh Menteri P dan K Mashuri, S.H. sebagai berikut:

“Sekolah itu hendaknya merupakan bagian integral dari masyarakat sekitarnya. Sesuai dengan azas pendidikan seumur hidup, sekolah itu setidaknya mempunyai dwifungsi: mampu memberikan pendidikan formal dan juga pendidikan informal, baik untuk para pemuda maupun untuk orang dewasa pria wanita.”⁴⁸

Ditinjau dari perspektif tujuan sebagaimana dirumuskan oleh Piet A. Sahertian dalam bukunya Ngalim Purwanto, ada beberapa tujuan hubungan sekolah dengan masyarakat. Pertama, mengembangkan tata hubungan antara sekolah dan masyarakat. Kedua, meningkatkan usaha masing-masing pihak

⁴⁸ Lihat dalam bukunya M. Ngalim Purwanto. *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 193, tentang Menteri P dan K RI, Basic Memorandum tentang pendidikan, Jakarta, 25 April 1970.

masyarakat dalam memahami sekolah dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Ketiga, meningkatkan kualitas belajar siswa dan meningkatkan pertumbuhan pribadi tiap anak. Keempat, menciptakan rasa ikut serta dan tanggung jawab bersama antara komponen rumah tangga, sekolah dan masyarakat.⁴⁹

Tujuan pokok pengembangan hubungan efektif dengan masyarakat setempat, adalah untuk memungkinkan orang tua dan warga wilayah berpartisipasi aktif dan penuh arti di dalam kegiatan pendidikan sekolah. Program efektif tentang hubungan kerja sama antara sekolah dengan masyarakat mendorong orang tua terlibat kedalam proses pendidikan suatu sekolah melalui kerja sama dengan para guru didalam perencanaan program pendidikan individual dari anak-anak mereka.⁵⁰

c. Jenis Kegiatan Public Relations

Apabila asas-asas atau prinsip-prinsip dari public relations dilaksanakan oleh sekolah dalam rangka pembinaan kehidupan sekolah, maka kegiatan public relations sekolah memperoleh sebutan tersendiri yang lebih dikenal sebagai publisitas sekolah. Sama halnya dengan humas, publisitas sekolah ialah segala aktifitas yang diwujudkan untuk menciptakan kerjasama yang harmonis antara sekolah dengan publicnya, dengan melalui usaha memperkenalkan sekolah beserta

⁴⁹ Piet A. Sahertian. Dimensi Administrasi Pendidikan (Surabaya: Usaha Nasional, 1985), 234, dalam Ngainun Naim. Dasar-Dasar Komunikasi Pendidikan, (Yogyakarta: Ar-Ruz Media.2011), 137

⁵⁰Wahjosumidjo. Kepemimpinan Kepala Sekolah (Tinjauan Teoritik Dan Permasalahannya). (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2001), 334

kegiatan-kegiatannya kepada masyarakat untuk memperoleh simpati dan pengertian mereka.⁵¹

Sesuai dengan pengertian public relations yang mana dapat dibedakan antara eksternal dan internal public relations maka kegiatan publisitas sekolahpun tidak hanya ditunjukkan kepada publik diluar sekolah, tetapi ditunjukkan pula kepada publik dalam lingkungan sekolah sendiri yaitu kepada para guru, pegawai sekolah dan seluruh murid

Menurut Don Begin, public relations dapat dibedakan menjadi external public relations (humas keluar) dan internal public relations (humas ke dalam), oleh karenanya di sekolah dikenal adanya kegiatan publisitas keluar dan publisitas kedalam. Jenis kegiatan humas yang dipandang perlu dilaksanakan oleh sekolah baik eksternal maupun internal sebagai berikut:⁵²

1. Kegiatan Eksternal

Kegiatan ini selalu berhubungan atau di tujukan kepada public atau masyarakat di luar sekolah. Ada dua kemungkinan yang bisa di lakukan yakni secara langsung (tatap muka) dan tidak langsung. Kegiatan eksternal tidak langsung adalah kegiatan berhubungan masyarakat melalui perantara media tertentu. Kegiatan tatap muka misalnya; rapat betiga dengan pengurus BP3 (Badan Pembantu Penyelenggaraan Pendidikan) setempat, berkonsultasi dengan tokoh-tokoh masyarakat, melayani kunjungan tamu dan sebagainya.⁵³

Tugas penting External Public Relation adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif, yang ditujukan kepada publik

⁵¹ B. Suryosubroto. Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat (School Public Relations). (Jakarta: Rineka Cipta. 2012), 161

⁵² Ibid, 163

⁵³ Ibid, 163

di luar badan itu. Informasi harus di publik mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya.⁵⁴

Komunikasi yang diselenggarakan external public relations harus timbal balik juga. Sebab seorang pemimpin yang baik, bukan saja pandai memberi informasi, tapi ia juga harus menerima informasi-informasi baik itu informasi yang menyenangkan maupun informasi yang kurang menyenangkan. Perhatian yang besar terhadap kepentingan public dan bertindak sesuai dengan kepentingan mereka akan membangkitkan simpati dan kepercayaan publik terhadap badan itu. Sebaliknya, sikap dan tindakan orang pemimpin atau petugas yang tidak memperhatikan kepentingan publik akan membawa kerugian pada badan itu. Seperti telah di kemukakan, salah satu tugas public relations adalah memikirkan dan memperhatikan kepentingan publik terlebih dahulu.⁵⁵

Sedangkan kegiatan eksternal yang melalui media dapat kami kemukakan secara lebih terperinci sebagai berikut.⁵⁶

a. Informasi lewat TV.

Berhasil tidaknya menggunakan TV sebagai media alat piblisitas sekolah, tergantung pada program yang telah di siapkan sebelumnya di dalam program itu di susun hal-hal atau pokok-pokok yang akan di sajikan kepada penonton (publik)nya.

Maka dari itu informasi lewat TV memerlukan persiapan yang lebih cermat dari pada informasi lewat radio, sebab appearance, tingkat pembicara di lihat oleh

⁵⁴ Muslimin. Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian. (Malang: UMM Press. 2004),15

⁵⁵ Ibid 15

⁵⁶ B. Suryosubroto. Hubungan sekolah dengan masyarakat, 164-166

public, sehingga perlu di perhatikan nada dan cara berbicara, pakaian serasi,serta gerak dan sikap yang sopan.

b. Penyebaran informasi lewat radio

Radio merupakan media massa yang penting yang mampu menjangkau publik yang luas. Karena itu, sekolah dapat mengambil manfaat yang sebesar-besarnya dan radio ini untuk kepentingan publisitas. Beberapa hal yang penting seperti kapan pendaftaran siswa baru, kegiatan pendidikan dan data sekolah dapat di informasikan ke luar melalui radio.

c. Penyebaran informasi melalui media cetak

Media cetak adalah surat kabar, majalah, buletin, dan sebagainya. Kadang-kadang semuanya ini disebut pers dalam arti sempit. Dalam hubungannya dalam kegiatan Humas atau publisitas, pers dapat di katakan sebagai penyalur informasi yang menguntungkan.

Keuntungan informasi lewat pers antara lain;

- 1) Dapat dicapai public yang sangat luas.
- 2) Dapat secara mendadak di pelajari oleh public yang bersangkutan.
- 3) Dapat mengharapkan umpan balik dari pulik yang lebih banyak.

d. Pameran sekolah

Pameran sekolah di atur untuk menunjukkan hasil pekerjaan para siswa serta masyarakat pada umumnya. Persiapan yang perlu di lakukan dalam mengadakan pameran sekolah antara lain:

- a) Pembuatan brosur-brosur
- b) Pembuatan poster-poster, gambar-gambar.
- c) Pembuatan rencana tertulis secara seksama dan terperinci

- d) Pembelian barang atau bahan-bahan yang diperlukan untuk penyelenggaraan kegiatan
 - e) Menyeleksi, mengatur, dan memelihara bahan-bahan pameran
 - f) Mengadakan latihan-latihan yang cukup bagi murid-murid, petugas, dan penjaga pameran.
- e. Berusaha sendiri penerbitan majalah atau buletin sekolah dengan maksud ditunjukkan kepada publik diluar sekolah. Majalah atau buletin ini dapat diisi berita-berita sekolah dan artikel-artikel karangan warga sekolah yang bersangkutan.

2. Kegiatan internal

Kegiatan internal ini merupakan publisitas ke dalam sarannya tidak lain adalah warga sekolah yang bersangkutan, yakni para guru, tenaga, tata usaha, dan seluruh siswa.⁵⁷ Internal public relations yang baik adalah memperlakukan siap karyawan dengan sikap yang sama tanpa membeda-bedakan tingkat, pendidikan, dan lain-lain. Tapi bertindak adil, tidak memihak suatu golongan, jujur dan bijaksana, sebab tiap anggota mulai dari pipinan sampai dengan pesuruh merupakan bagian dari keseluruhan bagian dari keseluruhan badan itu.⁵⁸

Salah satu usaha internal public relation yang dapat menunjukkan perhatian terhadap kemajuan atau kepentingan karyawan, diantaranya mengadakan upgrading atau member kesempatan pada mereka untuk mengikuti pendidikan lainnya yang secara psikologis dapat menaikkan martabat mereka.⁵⁹

Pada prinsipnya kegiatan internal bertujuan:⁶⁰

⁵⁷ Suryosubroto, B. Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat, 168

⁵⁸ Muslimin. Hubungan Masyarakat, 13

⁵⁹ Ibid, 13

⁶⁰ Suryosubroto, B. Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat, 168

- a. Memberi penjelasan tentang kebijaksanaan, penyelenggaraan sekolah, situasi dan perkembangannya
- b. Menampung sarana-sarana dan pendapat-pendapat dari warga sekolah dalam hubungannya dengan pembinaan dan pengembangan sekolah
- c. Dapat memelihara hubungan yang harmonis dan terciptanya kerjasama antara warga sekolah sendiri.

Kegiatan internal dapat dibedakan atas kegiatan langsung (tatap muka) dan tidak langsung (melalui media tertentu). Kegiatan langsung ini dapat berupa antara lain:

- a. Rapat dewan guru
- b. Upacara sekolah
- c. Karya wisata atau rekreasi bersama
- d. Penjelasan lisan pada berbagai persiapan

Sedangkan mengenai kegiatan yang tidak langsung dapat disebutkan antara lain:

- a. Penyampaian informasi melalui surat edaran
- b. Penggunaan papan pengumuman disekolah
- c. Penyelenggaraan majalah dinding
- d. Menerbitkan buletin sekolah untuk dibagikan warganya
- e. Pemasangan iklan atau pemberitahuan khusus melalui media masa pada kesempatan-kesempatan tertentu
- f. Kegiatan tatap muka lain yang tidak bersifat rutin seperti pentas seni, acara tutup tahun, dan sebagainya.

Berdasar uraian-uraian tersebut maka kegiatan public relations disekolah baik yang bersifat eksternal maupun internal maupun kedua-duanya meminta perhatian istimewa dari kepala sekolah. Kegiatan humas demikian bisa berjalan baik apabila didukung oleh beberapa faktor. Tanpa di dukung faktor-faktor tersebut pastilah berbagai jenis kegiatan public relations di sekolah tidak mungkin dapat di laksanakan seluruhnya. Faktor-faktor yang dimaksud antara lain:⁶¹

1. Adanya program dan perencanaan yang sistematis
2. Tersedia basis dokumentasi yang lengkap
3. Tersedia tenaga terampil, alat, sarana dan dana yang memadai
4. Kondisi organisasi sekolah yang memungkinkan untuk meningkatkan kegiatan kehumasan ini.

d. Prinsip-Prinsip Public Relations

Dalam melaksanakan kegiatan hubungan sekolah dan masyarakat perlu dianut beberapa prinsip. Prinsip ini memberikan pedoman dan arah kepada guru dan kepala sekolah, sehingga hubungan sekolah dan masyarakat itu dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Prinsip-prinsip itu adalah:⁶²

1. Prinsip otoritas, yaitu bahwa public relations harus dilakukan oleh orang yang mempunyai otoritas, karena pengetahuan dan tanggung jawabnya dalam penyelenggaraan sekolah.
2. Prinsip kesederhanaan, yaitu bahwa program-program hubungan sekolah dan masyarakat harus jelas.
3. Prinsip sensitivitas, yaitu bahwa dalam menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan masyarakat, sekolah harus sensitif terhadap kebutuhan serta

⁶¹ Ibid, 169

⁶² Soetjipto dan Rafli Kosasi. Profesi Keguruan. (Jakarta: Rineka cipta: 2009), 194

harapan masyarakat. Apa yang dianggap biasa oleh sekolah dapat merupakan hal yang sangat menyinggung perasaan masyarakat.

4. Prinsip kejujuran, yaitu bahwa apa yang disampaikan kepada masyarakat haruslah sesuatu apa adanya dan disampaikan secara jujur. Sekali sekolah memberikan informasi yang tidak benar, kepercayaan masyarakat terhadap sekolah akan menurun. Dan akibatnya sekolah tidak lagi mudah untuk membangun kepercayaan itu kembali.

5. Prinsip ketetapan, yaitu bahwa apa yang disampaikan sekolah kepada masyarakat harus tepat, baik dilihat dari segi isi, waktu, media yang digunakan serta tujuan yang ingin dicapai.

e. Peran Public Relations

Komunikasi menjadi penanda eksistensi individu dalam membangun relasi dengan sesamanya, baik sebagai warga masyarakat maupun untuk kepentingan lainnya. Lewat komunikasi, manusia saling berinteraksi demi tujuan-tujuan tertentu. Ada yang tujuannya bertukar informasi, tukar pengalaman, berbagi pengetahuan, dan berbagai tujuan lainnya.

Dunia pendidikan dalam hal komunikasi, antara pihak sekolah dan masyarakat sangat penting artinya. Relasi kedua belah pihak ini seyogianya dibangun dengan inisiatif dari pihak sekolah. Hal ini membuka kemungkinan bagi lahirnya proses komunikasi yang lebih efektif, terstruktur dan membawa hasil yang lebih optimal. Oleh karena itu, pihak sekolah seyoginya mempertimbangkan secara cermat proses dan mekanismenya. Pola semacam ini sekolah sebagai komunikator dan masyarakat menjadi komunikan. Di saat yang lain, posisi

tersebut bisa berganti, masyarakat sebagai komunikator dan sekolah menjadi komunikan.⁶³

Salah satu fungsi humas adalah menjalin komunikasi dan relasi dengan publik-publik organisasi. Dampak dari terwujudnya fungsi ini adalah pencapaian melalui kegiatan humas dengan meningkatkan, menjaga, atau memperbaiki prestise organisasi, mendeteksi dan menangani isu-isu yang berkembang, serta membatasi kesalahpahaman dan prasangka.⁶⁴

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas dapat dinyatakan pula bahwa tugas pokok atau beban kerja humas, suatu lembaga atau organisasi adalah sebagai berikut:⁶⁵

1. Memberikan informasi dan menyampaikan ide (gagasan) kepada masyarakat atau pihak lain yang membutuhkan. Humas menyebarluaskan informasi dan gagasan tersebut agar masyarakat mengetahui maksud, tujuan, dan kegiatannya sehingga pihak lain di luar organisasi dapat merasakan manfaatnya.
2. Membantu pimpinan yang karena tugas-tugasnya tidak dapat memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak lain yang memerlukan.
3. Membantu pimpinan untuk mempersiapkan bahan tentang masalah dan informasi yang akan disampaikan atau yang menarik perhatian masyarakat pada saat tertentu. Dengan demikian, pimpinan selalu siap memberikan bahan-bahan informasi terbaru.
4. Membantu pimpinan mengembangkan rencana dan kegiatan lanjutan yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat (public service) sebagai akibat

⁶³ Ngainun Naim. Dasar-Dasar Komunikasi Pendidikan, (Yogyakarta: Ar-Ruz Media.2011), 138

⁶⁴ Ngainun . Dasar-Dasar,139

⁶⁵ B. Suryosubroto. Hubungan sekolah dengan masyarakat, 22

adanya komunikasi timbal balik dengan pihak luar. Ternyata hal itu menubuhkan harapan dan penyempurnaan kebijaksanaan atau kegiatan yang telah dilakukan organisasi.

Untuk melaksanakan tugas-tugas tersebut secara efektif dan efisien, humas harus memperhatikan beberapa asas:⁶⁶

1. Obyektif dan resmi

Semua informasi atau berita yang disampaikan kepada masyarakat harus berupa suara resmi dari suatu instansi atau lembaga. Oleh karena itu, informasi yang disebarluaskan tidak boleh bertentangan dengan kebijaksanaan yang tengah dijalankan. Dalam hal ini penelitian dan pengontrolan kegiatan humas oleh atasan memegang peranan yang sangat penting agar terhindar dari kemungkinan pemberitaan yang tidak tepat atau merugikan.

2. Organisasi yang tertib dan disiplin

Humas akan berfungsi apabila tugas-tugas pokok organisasi atau lembaga perjalanan lancar, efektif, serta memiliki hubungan kerja ke dalam dan ke luar organisasi yang efektif pula. Situasi tersebut memungkinkan informasi atau berita yang disebarkan tidak berbeda dengan kenyataan.

3. Mendorong partisipasi

Informasi harus bersifat mendorong tumbuhnya minat masyarakat agar ikut berpartisipasi atau memberikan dukungan secara wajar. Oleh karena itu, informasi atau berita yang disampaikan kepada masyarakat tidak sekedar dilihat dari kepentingan organisasi, tetapi harus dilihat dari pihak penerima informasi.

⁶⁶ Ibid, 23-24

4. Kontinuitas informasi

Humas harus berusaha agar masyarakat memperoleh informasi secara kontinu sesuai dengan kebutuhan. Untuk itu, informasi lisan dan tertulis dapat dilakukan secara berkala dan pada waktu tertentu. Dengan demikian, masyarakat memiliki gambaran yang lengkap dan menyeluruh tentang keadaan atau masalah yang dihadapi suatu organisasi atau lembaga.

5. Pemerhatian respons masyarakat

Respon yang timbul dari kalangan masyarakat sebagai feedback harus mendapat perhatian sepenuhnya. Respons masyarakat dapat berbentuk saran, pendapat, kritik, keluhan, dan pernyataan. Semua respons harus disaring agar dapat digunakan untuk memperbaiki kegiatan-kegiatan dalam rangka memenuhi harapan masyarakat.

Masa depan pendidikan bisa sesuai dengan harapan ideal, yang berarti mengalami perubahan-perubahan positif konstruktif dengan pendapat masyarakat. Dalam kesempatan yang kondusif, pendidikan berbasis masyarakat (community-based education), tampaknya memiliki implikasi lebih jauh berupa keterbukaan dan kesediaan masyarakat untuk diajak bekerja sama memajukan lembaga pendidikan. Bagi pimpinan lembaga pendidikan, peluang mengelola hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat semakin luas. Namun tetap saja dibutuhkan pendekatan-pendekatan yang strategis.⁶⁷

Menurut Mulyasa, ada beberapa pendekatan yang dapat digunakan untuk menggalang partisipasi masyarakat.

⁶⁷ Mujamil Qomar. *Manajemen Pendidikan Islam*. Malang: Erlangga, 2007, 186

1. Melibatkan masyarakat dalam berbagai program dan kegiatan disekolah yang bersifat sosial kemasyarakatan.
2. Mengidentifikasi tokoh masyarakat, yaitu orang-orang yang mampu mempengaruhi masyarakat pada umumnya. Melibatkan tokoh masyarakat tersebut dalam berbagai program dan kegiatan sekolahsesuai dengan minat mereka.
3. Memilih waktu yang tepat untuk melibatkan masyarakat sesuai dengan kondisi dan perkembangan masyarakat.⁶⁸

Pelaksanakan manajemen masyarakat pendidikan islam secara optimal, pendidikan islam ditempuh dengan beberapa strategi, baik yang bersifat usaha internal maupun usaha eksternal. Strategi tersebut meliputi:⁶⁹

1. Membangun citra (image bulding) yang baik pada lembaga pendidikan islam, dengan kejujuran, amanat, dan transparansi pengelolaan.
2. Membangun kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan dengan menunjukkan prestasi akademik dan prestasi nonakademik kepada masyarakat luas. Prestasi akademik berupa nilai raport, ijazah, NEM, nilai cerdas cermat, nilai olimpiade, dan nilai lomba karya ilmiah. Sementara itu, prestasi nonakademik bisa berupa prestasi kejuaraan olahraga, usaha kesehatan sekolah, pramuka dan lain sebagainya.
3. Menyosialisasikan dan mempublikasikan kelebihan-kelebihan lembaga pendidikan islam kepada masyarakat luas terutama yang sesuai dengan selera masyarakat.
4. Mengundang masyarakat luas untuk berkunjung terhadap lembaga pendidikan islam, baik saat penerimaan rapor, perayaan hari besar nasional dan keagamaan,

⁶⁸ Mujamil. Manajemen, 186-187

⁶⁹ Ibid, 192

wisuda maupun acara pertemuan khusus orang-orang tertentu untuk membina kegiatan sekolah.

5. Mengunjungi tokoh-tokoh masyarakat. Pihak lembaga hendaknya juga melibatkan diri dalam acara-acara yang dilaksanakan oleh masyarakat.

4. Mutu Lembaga Pendidikan

a. Mutu Lembaga Pendidikan

Mutu merupakan sebuah filosofi dan metodologi yang membantu institusi untuk merencanakan perubahan dan mengatur agenda dalam menghadapi tekanan-tekanan eksternal yang berlebihan.⁷⁰

Bagi setiap institusi, mutu adalah agenda utama dan meningkatkan mutu merupakan tugas yang paling penting. Walaupun demikian, ada sebagian orang yang menganggap mutu sebagai sebuah konsep yang penuh dengan teka-teki. Mutu dianggap sebagai suatu hal yang membingungkan dan sulit untuk diukur. Mutu dalam pandangan seseorang terkadang bertentangan dengan mutu dalam pandangan orang lain, sehingga tidak aneh jika ada dua pakar yang tidak memiliki kesimpulan yang sama tentang bagaimana cara menciptakan institusi yang baik.⁷¹

Sebagai suatu konsep yang absolut, mutu sama halnya dengan sifat baik, cantik dan benar; merupakan suatu idealisme yang tidak dapat dikompromikan. Dalam definisi yang absolut, sesuatu yang bermutu merupakan bagian dari standar yang sangat tinggi yang tidak dapat diungguli. Produk-produk yang bermutu adalah sesuatu yang dibuat dengan sempurna dan dengan biaya yang mahal.⁷²

⁷⁰Edward Sallis. *Total Quality Manajemen In Education*. (Jogjakarta: IRCiSoD), 33

⁷¹Ibid, 29

⁷²Ibid, 51

Semua pihak yang terlibat tersebut memang harus proaktif mendukung terwujudnya mutu pendidikan, kendati peran paling besar di mainkan oleh kepala sekolah atau madrasah atau pimpinan perguruan tinggi, tetapi peranan itu tidak bisa fungsional bila tidak di dukung pihak lain. Bila pihak-pihak lain tidak merespons ajakan manager, maka ibarat brtebuk sebelah tangan. Artinya, memang harus ada timbal balik, atau interaksi antara manager dengan bawahannya untuk bergerak bersama-sama secara sinergis mewujudkan mutu pendidikan.

Mutu pendidikan yang di maksudkan di sini adalah kemampuan lembaga pendidikan dalam mendayagunakan sumber-sumber pendidikan untuk meningkatkan kemampuan belajar seoptimal mungkin. Dalam konteks pendidikan menurut Departemen Pendidikan Nasional, sebagaimana di kutip Mulyasa, pengertian mutu mencakup input, proses dan output pendidikan.⁷³

Semua lembaga pendidikan berorientasi pada mutu. Lembaga pendidikan di katakan “bermutu” jika input proses dan hasilnya dapat memenuhi persyaratan yang di tuntutan oleh pengguna jasa pendidikan. Bila performance-nya dapat melebihi persyaratan yang di tuntutan oleh stakeholder (user), maka suatu lembaga pendidikan baru bisa di katakan unggul. Lantaran tuntutan persyaratan kualitas yang di kehendaki para pengguna jasa terus berubah dan berkembang, maka pengertian mutu juga bersifat dinamis, terus berkembang dan terus berada dalam suasana rivalitas yang terus-menerus.

Lazimnya memang formula input, proses dan output ini selalu di pakai. Ada beberapa rumusan yang dapat kita amati sebagai berikut ini. Sebagai catatan, rumus ini masih bisa berkembang lebih jauh lagi. Untuk lebih jelasnya

⁷³E. Mulyasa. Menjadi Kepala sekolah Profesional dalam konteks menyukseskan MBS dan KBK, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2003)

dapat di perhatikan melalui table berikut ini. Mestinya, ada pendidikan yang mengklaim diri sebagai lembaga pendidikan yang maju, bonafid, model, plus, maupun unggulan, ia harus bisa membuktikan kepada public mampu menjadikan anak yang awalnya lambat menjadi anak yang pandai melalui berbagai upaya terobosan strategis. Namun, gagasan tersebut.

Oleh karena itu, manager lembaga pendidikan harus berkonsentrai pada upaya menjadikan input yang baik melalui proses yang sangat baik untuk menghasilkan output yang unggul atau istimewa; input yang sedang melalui proses yang istimewa menghasilkan output yang baik sekali, dan input yang rendah melalui proses yang sangat istimewa menghasilkan output yang baik.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mutu Lembaga Pendidikan

Perbaikan mutu berkelanjutan harus menjadi strategi wajib dalam paradigma peningkatan profesionalisme tenaga kependidikan di sekolah. Strategi tersebut diharapkan dapat mengatasi masalah rendahnya mutu lembaga pendidikan melalui optimalisasi sumber daya dan sumber dana yang secara langsung dapat meningkatkan kualitas pendidikan. Upaya peningkatan mutu perluasan pendidikan membutuhkan sekurang-kurangnya tiga factor utama, sebagai berikut:⁷⁴

1. Kecukupan sumber-sumber pendidikan. Dalam hal ini meliputi kualitas tenaga kependidikan, biaya, sarana belajar.
2. Mutu proses belajar mengajar yang dapat mendorong siswa belajar aktif.

⁷⁴ Qomar , Manajemen Pendidikan, 210

Mutu keluaran dalam bentuk pengetahuan, sikap, ketrampilan dan nilai-nilai. Permasalahan mutu di dalam lembaga pendidikan merupakan permasalahan yang paling serius dan paling kompleks. Rata-rata lembaga pendidikan belum ada yang merealisasikan mutu pendidikannya. Padahal mutu pendidikan itu menjadi cita-cita bersama seluruh pemikir dan praktisi pendidikan, bahkan telah di upayakan melalui berbagai cara , metode,pendekatan, strategi,dan kebijakan. Ada apa sebenarnya dengan mutu pendidikan sehingga banyak menghabiskan energy tetapi hasilnya belum riil dan proporsional? Untuk menjawabnya di butuhkan analisis manajemen komponen mutu.⁷⁵

Dari sini tampak mulai ada jawaban. Hal ini disinyalir oleh laporan Bank Dunia bahwa salah satu penyebab makin menurunnya pendidikan persekolahan di Indonesia adalah kurang profesionalnya para kepala sekolah sebagai manager pendidikan di tingkat lapangan. Sinyalemen ini meskipun perlu di buktikan, agak memang benar karena kepala sekolah sebagai pengendali, adalah figure yang bertanggung jawab untuk menggerakkan kesadaran semua pihak, strategi pembelajaran, pengondisian lingkungan belajar dan sebagainya. Ketika unsur-unsur tersebut tidak berkembang maka kepala sekolah yang di salahkan leih dulu. Apakah dia telah berusaha maksimal untuk memfasilitasi terwujudnya mutu pendidikan atau belum, atau bahkan tidak berusaha sama sekali? Bila kepala sekolah telah berupaya maksimal untuk mewujudkan mutu pendidikan dengan berbagai cara yang rasional, sementara hasilnya tetap saja rendah, berarti ada faktor atau “actor” lain yang menghambat pencapaian mutu pendidikan tersebut.

⁷⁵ Mujamil Qomar, Manajemen Pendidikan Islam. (Malang: Erlangga, 2007 104),

Ada faktor internal sekolah yang memberikan kontribusi signifikan terhadap mutu, antara lain;

1. Kesejahteraan guru
2. Kemampuan guru
3. Sarana kelas, dan
4. Buku-buku pelajaran

Sedangkan faktor lain yang lebih rinci adalah sebagai berikut;

1. Siswa, terutama yang menyangkut kesiapan dan motivasi belajarnya.
2. Guru, terutama menyangkut kemampuan profesional, moral kerja (kemampuan personal), dan kerjasamanya (kemampuan sosial).
3. Kurikulum terutama menyangkut relevansi isi dan operasionalisasi proses pembelajarannya.
4. Dana, sarana, dan prasarana, terutama menyangkut kecukupan dan efektivitas dalam mendukung proses pembelajaran.
5. Masyarakat (orang tua, pengguna lulusan, dan perguruan tinggi) terutama menyangkut partisipasi mereka dalam pengembangan program-program pendidikan di sekolah.

c. Ciri-Ciri Sekolah Bermutu

Mutu merupakan suatu hal yang relatif. Ukurannya terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan pengguna. Mutu juga dapat dilihat dari kapasitas atau daya terap hasil karya atau perolehan belajar. Mutu sering kali juga

tidak menggambarkan secara keseluruhan. Sekolah dikatakan bermutu apabila memiliki beberapa cirri-ciri, antara lain:⁷⁶

- 1) Terfokus pada pelanggan. Baik pelanggan internal maupun eksternal. Pada sekolah yang bermutu totalitas perilaku staf, tenaga akademik, dan pimpinan melakukan tugas pokok dan fungsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam perspektif ini pelanggan dibedakan menjadi dua kategori. Pertama, pelanggan internal yaitu pelanggan jasa pendidikan yang bersifat cenderung permanen yaitu pengelola pendidikan. Pengelola pendidikan antara lain: pimpinan lembaga (kepala sekolah dan pembantunya), dan tenaga pendidikan atau guru dan tenaga administrative kependidikan. Kedua, pelanggan eksternal yaitu pihak-pihak yang berkepentingan terhadap jasa layanan sekolah akan tetapi sifatnya tentatif. Yang termasuk pelanggan eksternal ini adalah siswa reguler dan non reguler, orang tua atau wali siswa, masyarakat, dunia usaha, dan pemerintah.⁷⁷
- 2) Berfokus pada upaya untuk mencegah masalah-masalah yang muncul, dalam makna ada komitmen untuk bekerja secara benar dari awal.
- 3) Investasi pada sumber daya manusia, yang komitmennya perlu terus dijaga
- 4) Memiliki strategi untuk mencapai kualitas, baik ditingkat pimpinan, tenaga akademik, maupun tenaga administratif
- 5) Mengelola atau memperlakukan keluhan sebagai umpan balik
- 6) Memiliki kebijakan dalam perencanaan untuk mencapai kualitas, baik perencanaan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

⁷⁶ Sudarwan Denim. Otonomi Manajemen Sekolah. (Bandung: Alfabeta, 2010), 146

⁷⁷ Ibid, 147

- 7) Mengupayakan proses perbaikan dengan melibatkan semua orang sesuai dengan tugas pokok, fungsi, dan tanggung jawabnya.
- 8) Mendorong orang yang dipandang memiliki kreatifitas dan mampu menciptakan kualitas, serta dapat merangsang lainnya agar dapat bekerja secara berkualitas
- 9) Memperjelas peran dan tanggung jawab setiap orang, termasuk kejelasan arah kerjasama secara vertical dan horizontal
- 10) Memiliki strategi dan evaluasi yang jelas
- 11) Memandang atau menempatkan kualitas yng telah dicapai sebagai jalan untuk memperbaiki kualitas layanan lebih lanjut.
- 12) Memandang kualitas sebagai bagian integral dari budaya kerja.
- 13) Menempatkan peningkatkan kualitas secara terus menerus sebagai suatu keharusan⁷⁸

5. Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan

a. Pola Strategi Public Relations

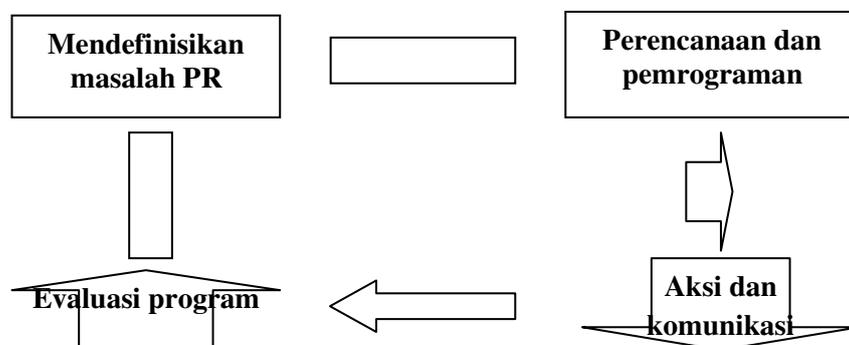
Komunikasi lembaga merupakan instrumen manajemen dengan cara yang semua bentuk sadar digunakan komunikasi baik internal dan eksternal yang diselaraskan secara efektif dan seefisien mungkin, sehingga membuat dasar yang menguntungkan bagi hubungan dengan kelompok-kelompok di mana lembaga adalah saling bergantung.⁷⁹

Menentukan tujuan, merumuskan strategi, dan perencanaan adalah penting jika fungsi public relations dianggap setara dengan proses manajemen

⁷⁸Sudarwan Denim. Otonomi Manajemen Sekolah, 147

⁷⁹ Alison Theaker. The Public Relation Handbook. (London: Routledge , 2004), 83

lainnya. Pada umumnya proses perencanaan strategic public relations meliputi empat langkah pokok, yaitu defining the problem (or oportunity), planning and programming, taking action and communicating, dan evaluating the program.⁸⁰



Gambar 1.1. Pola strategi Public Relations

Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Glen M. Broom bahwa pola strategi public relations adalah sebagai berikut:⁸¹

1. **Definiting The Problem (Or Oportunity)**

Langkah pertama yaitu mendefinisikan masalah atau peluang, dalam hal ini meliputi memperhatikan dan mengawasi pengetahuan, opini sikap dan perilaku pihak-pihak yang berhubungan dan berpengaruh oleh sikap dan kebijakan sebuah organisasi. Langkah ini merupakan langkah intelegensi organisasi karena memberikan landasan bagi langkah-langkah berikutnya dari proses penyelesaian masalah. Oleh karena itu langkah ini dikenal dengan istilah fact finding⁸² and data gathering

⁸⁰ Prayudi. *Public Relations Stratejik*. (Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012), 134

⁸¹ Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Glen M. Broom, 2000, *Effective Public Relatons* (8 th), (Prentice –Hall, Inc:USA), 320

⁸² Fact-finding adalah mencari dan mengumpulkan fakt-fakta/data sebelum melakukan kegiatan atau tindakan. Lihat Muslimin. *Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian*, (Malang: UMM Press. 2004), 9

Dalam tahap ini memiliki tujuan organisasi yang dapat diterima dan didukung baik dan publiknya. Ketika perbedaan muncul, perubahan bisa dilakukan sebelum isu sebenarnya atau masalah muncul. Kebijakan proaktif ini penting bagi pembuatan keputusan organisasi dan inilah alasan mengapa praktisi public relations menjadi bagian dari koalisi dominan.⁸³ Public relations harus melakukan penelitian untuk segmen dan mengidentifikasi publik. Pada tahap ini kelompok fokus membantu dan melakukan komunikasi melibatkan publik dalam proses pengambilan keputusan organisasi membantu untuk mengelola konflik sebelum komunikasi kampanye dilakukan serta public relations mengelola konflik yang akan mungkin terjadi⁸⁴

2. Planning And Programming

Perencanaan dan pemrograman, hal ini dilakukan ketika praktisi telah berhasil mendefinisikan masalah melalui serangkaian riset dan analisis, informasi yang dikumpulkan pada tahap pertama yang digunakan untuk mencapai strategi dan program dalam upaya menyelesaikan masalah. Tahap kedua mencakup penerjemahan temuan pada tahap sebelumnya kedalam kebijakan dan pemrograman organisasi.

Dalam menyusun perencanaan program komunikasi harus menggunakan media massa serta komunikasi interpersonal dengan aktivis mencoba untuk menyelesaikan masalah melalui kesepakatan. Kemudian merencanakan program formal dan kampanye untuk mencapai tujuan yang obyektif.⁸⁵

⁸³ Alison Theaker. *The Public Relation Handbook*. (London: Routledge, 2004), 90

⁸⁴ *Ibid*, 90

⁸⁵ *Ibid*, 90

Perencanaan program hubungan sekolah dan masyarakat harus memperhatikan dana yang tersedia, ciri masyarakat, daerah jangkauan, sarana dan media, dan teknik yang akan digunakan dalam mengadakan hubungan dengan masyarakat. Pada dasarnya semua komponen sekolah adalah pelaksana hubungan sekolah dan masyarakat. Oleh karena itu tugas-tugas mereka perlu dipahami dan ditata, sehingga menjalankan husemas dapat berjalan efektif dan efisien.⁸⁶

Menurut Cutlip, Center dan Broom mencermati ada beberapa langkah dalam proses planning dan programming:⁸⁷

- a. Mendefinisikan peran dan misi
- b. Menentukan cakupan hasil yang diinginkan.
- c. Mengidentifikasi dan menspesifikasi indicator efektivitas, menentukan faktor-faktor yang dapat diukur dari tujuan yang akan ditetapkan.
- d. Memilih dan menetapkan tujuan
- e. Mempersiapkan rencana aksi
- f. Menentukan kendali, bertujuan memastikan pencapaian efektif atas tujuan yang ditetapkan
- g. Menentukan komunikasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan pengertian dan komitmen dalam enam langkah sebelumnya
- h. Mengimplementasikan langkah melalui strategi

Perencanaan strategis public relations meliputi mmembuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program, mengidentifikasi public yang berkepentingan, menentukan kebijakan atau aturan untuk memandu pemilihan dan penentuan strategi, aksi dan komunikasi. Menurut Hainsworth dan Wilson yang

⁸⁶ Soetjipto dan Raflis Kosasi. Profesi Keguruan, 195

⁸⁷ Cutlip, at.al, Effective, 374

mmengembangkan matrik proses manajemen public relations menkankan pada tiga elemen. Pertama, perencanaan adalah pernyataan sasaran kampanye yang bersifat umum. Kedua, pengembangan objectivies yang menuju pada pencapaian sasaran kampanye. Ketiga, perencanaan dan harus memasukkan penjelasan mengapa masing-masing publicpenting untuk dipertimbangkan. Kepentingan public harus jelas diartikulasikan, dan pesan-pesan yang dikomunikasikan harus diidentifikasi sesuai dengan objective kampanyedan kepentingan public.⁸⁸

3. Taking Action And Communicating

Berdasarkan perencanaan strategis yang telah dipersiapkan dan disetujui, implementasi program aksi dan komunikasi yang dirancang untuk sasaran spesifik bagi maing-masing public dilakukan untuk mencapai tujuan program. Aksi-aksi korelatif berfungsi melayani kepentingan mutual organisasi dan publicnya.⁸⁹ Dalam pelaksanaan hubungan sekolah dan masyarakat perlu diperhatikan koordinasi antara berbagai bagian dan kegiatan, dan didalam penggunaan waktu perlu adanya sinkronisasi.⁹⁰

4. Evaluating The Program

Langkah terakhir meliputi menilai persiapan, implementasi, dan hasil pelaksanaan program. Evaluasi merupakan proses dari manajemen public relations karena akan memberikan kesimpulan mengenai keberhasilan program public relations yang dijalankan dan factor-faktor yang mempengaruhi berhasil

⁸⁸ Prayudi. *Public Relations Stratejik*. (Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012), 143

⁸⁹ *Ibid*, 143

⁹⁰ Soetjipto dan Rafli Kosasi. *Profesi Keguruan*, 195

atau tidaknya sebuah program yang dijalankan. Proses evaluasi dapat dilakukan pada tiga tahapan.⁹¹

- a. *Implementation chacking*. Proses perencanaan adalah penting untuk menentukan perbedaan antara implementasi yang direncanakan (*planned*) dan yang sesungguhnya (*actual*). Dalam hal ini perlu dievaluasi dan dianalisa rencana awal sehingga dapat keputusan diambil untuk mengubah rencana atau mengoreksi perbedaan.
- b. *In-progress monitoring*. Monitoring ini dilakukan untuk menentukan keefektivan program dalam mencapai objectives.
- c. *Outcome evaluations*. Tahap terakhir adalah menilai hasil akhir program. Semua evaluasi menjadi penting untuk menjelaskan konteks dimana program diimplementasikan dan untuk menginterpretasi hasil. Laporan evaluasi berisi informasi isi disampaikan pada pengambil keputusan yang tepat bersama dengan saran untuk perencanaan yang akan datang.

Humas dapat dievaluasi atas dua kriteria: pertama efektifitasnya, yaitu sampai seberapa jauh tujuan telah tercapai, misalnya apakah masyarakat sudah terlibat dalam masalah yang sudah dihadapi sekolah, apakah ada perhatian terhadap kemajuan anaknya disekolah, apakah mereka sudah menunjukkan perhatian terhadap keberhasilan sekolah, dan sebagainya. Kedua, efisiensinya, yaitu sampai seberapa jauh sumber yang ada atau yang potensial yang telah digunakan secara baik untuk kepentingan kegiatan hubungan masyarakat. Evaluasi ini dapat dilakukan pada waktu proses kegiatan sedang

⁹¹ Baskin, Otis, & Craig Aronoff. *Public Relations;The Profession & The Practice*. (Dubuque, IA: WM.C.Brown), 179 dalam Prayudi. *Public Relations Stratejik*. (Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012),149

berlangsung atau pada akhir suatu program itu untuk melihat sampai seberapa jauh keberhasilannya.

b. Implementasi Pola Strategi Public Relations

Public relations dapat dikatakan sebagai jembatan dalam sekolah untuk menciptakan hubungan dengan siapa saja yang dapat memberikan timbal balik serta untuk kemajuan lembaga. Public relations mempunyai peran penting dalam segala bidang sesuai dengan fungsinya, yakni membentuk hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya, baik itu publik internal maupun publik eksternal.

Hubungan sekolah dengan masyarakat ini pada hakikatnya merupakan suatu sarana yang sangat berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik disekolah.⁹² Public relations (hubungan masyarakat) merupakan ilmu sosial yang terukur dan implementasi dari tehnik-tehnik komunikasi.⁹³

Implementasi merupakan suatu proses penerapan ide, kebijakan atau inovasi dalam suatu tindakan praktis sehingga memberikan dampak, baik berupa perubahan pengetahuan ketrampilan maupun nilai, dan sikap. Dalam oxford advanced learners dictionary dikemukakan bahwa implementasi adalah put something into effect, (penerapan sesuatu yang memberikan dampak atau efek).⁹⁴ Dalam hal ini implementasi berkaitan dengan pelaksanaan public relations dalam hal peningkatan mutu lembaga pendidikan Berdasarkan perencanaan strategi yang telah dipersiapkan dan disetujui, pelaksanaan program dan komunikasi yang

⁹² Mulyasa, E. Manajemen Berbasis Sekolah (Konsep, Strategi Dan Implementasi). (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2003), 50

⁹³ Prayudi. Public Relations Stratejik. (Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012), 4

⁹⁴ Mulyasa, Kurikulum Berbasis Kompetensi, Konsep, Karakteristik Dan Implementasi, (Bandung; PT. Remaja Kompetensi, 2002), 93

dirancang untuk sasaran sfesifik bagi masing-masing public dilakukan untuk mencapai tujuan program. Strategi pelaksanaan biasanya meliputi perubahan kebijakan, prosedur, produk, jasa, dan perilaku organisasi. Perubahan ini dirancang untuk mencapai objective program dan sasaran organisasi. Dapat dikatakan bahwa pelaksanaan program berfungsi melayani kepentingan mutual organisasi dan publiknya.

Strategi pelaksanaan berkonsentrasi pada peyesuaian dan adaptasi didalam organisasi. Agar implementasi perubahan berhasil, pihak manajemen dan praktisi public relations harus memandang public relations lebih dari sekedar publisitas dan komunikasi persuasif. Konsekuensinya ada keinginan yang serius dari pihak manajemn untuk melakukan perubahan dalam rangka menjaga hubungan baik dengan public organisasi yang pada akhirnya menunjang produktivitas atau tujuan organisasi secara keseluruhan. Misalnya, upaya praktisi public relations dalam mengembangkan aktivitas tanggung jawab sosial sebagai bagian dari kebijakan lembaga dalam menjalankan oprasinya yang tidak bisa lepas dari keberadaan public dilingkungan tempat lembaga tersebut beroperasi. Bisa aja kebijakan tanggung jawab sosial dikembangkan karena ada tuntutan dari masyarakat yang direspon oleh public relations melalui program yang dikembangkannya.

Implementasi program memerlukan keahlian berkomunikasi yang terencana. Disini dituntut keahlian teknis komunikasi public relations, seperti membuat press release, publikasi internal, desain grafis, public speaking, videografi. Artinya bahwa program yang dikembangkan pada tahapan penyusunan strategi harus bisa dikomunikasikan pada public organisasi.

Selain itu humas berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi masyarakat antara pejabat humas dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama, melalui berbagai macam aspek-aspek pendekatan atau strategi, yaitu:⁹⁵

1. Strategi operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (sociology approach), melalui mekanisme sosial cultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Hal ini dapat dilihat bahwa cermin opini public atau kehendak masyarakat yang terekam atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat diberbagai media massa. Artinya pihak humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (listening), dan bukan sekedar bear mengenai aspirasi yang ada di dalam masyarakat, baikmenyangkut etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut itu merupakan actual dari strategi operasional kehumasan.

2. Pendekatan persuasif atau edukatif

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah timbale balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya, baik bersikap mendidik, dan memberikan penerangan maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi, dan lain sebagainya.

⁹⁵ Muslimin. Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian. (Malang: UMM Press. 2004), 71

3. Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Menumbuhkan sikap bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut: bukan memperoleh keuntungan sepihak dari public sasaran (masyarakat), tetapi memperoleh keuntungan bersama (bernevititas), yang terampil dalam memadukan keuntungan dengan motivasi tanggung jawab sosialnya.

4. Pendekatan kerja sama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik ditujukan hubungan ke dalam (internal relations) maupun hubungan ke luar (eksternal relations) untuk meningkatkan kerja sama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilkannya dan agar diterima oleh atau mendapat dukungan dari masyarakat (public sasaran). Dalam menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (community relations), untuk memperoleh opini public dan perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (mutual understanding).

5. Pendekatan koordinatif dan integrative

Untuk memperluas peranan public relations di masyarakat, maka fungsi humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/instansinya, tetapi peranan lebih luas berpartisipasi dalam menunjang program bidang: politik, ekonomi, sosial budaya (Poleksosbud) dan Hamkamnas.

Selain dengan menggunakan strategi tersebut sekolah juga perlu menerapkan kerjasama dengan berbagai pihak. Hubungan kerjasama sekolah dan masyarakat (public relations) dapat digolongkan menjadi tiga jenis hubungan, yaitu:⁹⁶

⁹⁶ M. Ngalim Purwanto. *Administrasi*, 194-195

1. Hubungan edukatif, yaitu hubungan kerjasama dalam hal mendidik/murid, antara guru disekolah dan orang tua didalam keluarga. Hubungan ini dimaksudkan agar tidak terjadi perbedaan prinsip. Kerjasama dalam berusaha memenuhi fasilitas-fasilitas yang diperlukan untuk belajar disekolah maupun dirumah, dalam memecahkan masalah-masalah yang menyangkut kesulitan belajar maupun kenakalan anak-anak.
2. Hubungan kultural, yaitu kerjasama antara sekolah dan masyarakat yang memungkinkan adanya saling membina dan mengembangkan kebudayaan masyarakat tempat sekolah berada. Kita mengetahui bahwa sekolah merupakan suatu lembaga yang seharusnya dapat dijadikan barometer bagi maju mundurnya kehidupan, cara pikir, kepercayaan, kesenian, adat istiadat, dsb dari masyarakat lingkungan sekolah.
3. Hubungan institusional, yaitu hubungan kerjasama antara sekolah dengan lembaga-lembaga atau instansi-instansi resmi lain, baik swasta maupun pemerintah

Pada tahapan ini, pesan yang dirancang untuk tiap public sasaran dipastikan mendukung pencapaian sasaran dan objectives program begitu juga dengan kepentingan masing-masing public. Pesan harus singkat, langsung, dan jelas. Menurut James Gruning dalam bukunya Prayudi mengidentifikasi tipologi objective kampanye informasi sebagai berikut:⁹⁷

1. Message exposure. Praktisi public relations menyiapkan materi untuk media massa dan menyebarkan pesan lain melalui media yang dikelola sendiri

⁹⁷ Prayudi. Public relations tratejik. (Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012),

seperti newsletter dan brosur. Public-public yang dikelola diekspos dengan pesan melalui beragam media.

2. Accurate dissemination of the message. Public yang dikelola mengetahui pesan dan menerima sebagian atau seluruh pesan.
3. Acceptance of the message. Berdasarkan kenyataan, public tidak hanya menerima sebagian atau seluruh pesan.
4. Attitude change. Public tidak hanya percaya akan pesan, tapi juga komitmen verbal atau mental untuk merubah perilaku sebagai hasil dari peran.
5. Change in overt behavior. Public merubah perilaku mereka.

Menurut Gruning dalam bukunya Prayudi, praktisi public relations biasanya membidik dua objectives yang pertama. Tiga yang terakhir biasanya susah diraih kecuali public sangat tertarik dan mau menerima pesan segera setelah, mereka terinformasikan.⁹⁸

c. Kontribusi Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan

Salah satu indikator keberhasilan suatu lembaga adalah image yang baik dalam memberikan hasil nyata dan berorientasi tujuan. Berkaitan dengan hal tersebut keberadaan public relations dirasa sangat penting pada suatu lembaga. Menjalankan fungsi manajemen menjadi public relations sangat menentukan kesuksesan dan kegagalan suatu lembaga dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan publiknya.

⁹⁸Wilcox, Dennis L., Phillip H. Ault & Warren K. Agee. *Public Relations: strategies and tactics* (edisi ketiga), (New York: Harper Collins Publishers, 1992), 194. Dalam Prayudi. *Public relations stratejik*. (Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012), 148

Public relations memiliki peran untuk menciptakan hubungan yang saling pengertian baik dalam lingkungan internal maupun eksternal. Hubungan ini bisa didapatkan melalui kegiatan komunikasi. Mengingat peran penting public relations tidak jarang struktur lembaga public relations sejajar dengan fungsi-fungsi lain seperti SDM, marketing dan keuangan. Namun pada kenyataannya kinerja public relations terkadang tidak bisa berjalan optimal.

Kontribusi seorang public relations ada tiga point utama yang menjadi fokus, yaitu mempertahankan, meningkatkan, dan memperbaiki. Mempertahankan dan meningkatkan dilakukan untuk memperoleh citra positif suatu lembaga dimata publiknya baik internal maupun eksternal.

Praktisi public relations harus memiliki motivasi kuat untuk menunjukkan profesionalitas dan memberikan kontribusi nyata untuk pembuatan langkah selanjutnya sebuah lembaga. Agar hal ini bisa dicapai maka praktisi harus berrupaya meraih dukungan dan pengertian pihak manajemen. Selain itu perlu mengembangkan kompetensi pulic relations yang tidak hanya menjadi teknisi. oleh karena itu perlu mengembangkan pengetahuan, ketertarikan, dan perspektif personal: belajar berfikir seperti pemimpin sambil mengembangkan perspektif independen dan berorientasi pada isu.⁹⁹

Sekolah sesungguhnya memiliki peluang besar untuk memberikan kontribusi positif bagi kemajuan masyarakat. Menurut Burhanuddin Salam, beberapa kontribusi yang bisa dilakukan sekolah bagi masyarakat, antara lain mencerdaskan kehidupan masyarakat, melahirkan warga masyarakat yang siap bagi kepentingan kerja dilingkungan masyarakat, dan melahirkan positif dan

⁹⁹ Prayudi. Public relations tratejik. (Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012), 148

konstruktif bagi masyarakat sehingga tercipta integrasi sosial yang harmonis ditengah-tengah masyarakat.¹⁰⁰

Dalam posisi yang sebaliknya, masyarakatpun dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dan kemajuan sekolah. Bentuk kontribusi yang bisa diberikan adalah sumbangan pemikiran terhadap orientasi dan tujuan pendidikan. Masyarakat dapat member masukan pada pihak sekolah tentang ide idealitas sekolah seperti apa yang mereka inginkan. Sambungan pemikiran masyarakat ini sangat berharga sebab masukan masukan dari pihak eksternal, terkadang sangat cerdas dn tidak pernah terpikirkan oleh pihak sekolah. Hal ini sejalan dengan pemikiran dalam hermeneutika bahwasanya manusia bisa memahami dirinya sendiri lewat hal hal diluar dirinya.¹⁰¹

¹⁰⁰ Burhanuddin Salam. Pengantar Pedagogik, Dasar-Dasar Ilmu Mendidik (Jakarta: RinekaCipta, 1997), 139, dalam Ngainun Naim. Dasar – Dasar Komunikasi Pendidikan. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 129.

¹⁰¹ Inyiaq Ridwan Muzir, Hermeneutika Filosofis Hans-Georg Gadamer (Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2008), 108, dalam Ngainun Naim. Dasar – Dasar Komunikasi Pendidikan. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 129.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metodologi penelitian dengan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci, pengambilan sampel, sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan) analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari ada generalisasi.¹⁰² Dalam penelitian kualitatif data yang dikumpulkan bukan angka-angka, akan tetapi berupa kata-kata atau gambaran. Data yang dimaksud berasal dari wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi dan lainnya.¹⁰³

Dan dalam hal ini, jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus (case studies). Dalam penjelasan lain mengatakan bahwa studi kasus adalah studi yang meliputi sasaran penelitiannya dapat berupa manusia, peristiwa, latar, dokumen, dan sasaran tersebut ditelaah secara mendalam sebagai suatu totalitas sesuai dengan latar atau konteksnya masing-masing dengan maksud untuk memahami berbagai kaitan yang ada diantara variabel-variabelnya.¹⁰⁴

Pendapat lainnya, mendefinisikan studi kasus adalah studi yang melibatkan kita dalam penyelidikan yang lebih mendalam dan pemeriksaan

¹⁰² Sugiono, Penelitian Kuantitatif Metode, Kuantitatif Dan R & D (Bandung: CV. Alfabeta, 2009), 15

¹⁰³ Lexy J Moeleong, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2008), 11

¹⁰⁴ Imron Arifin, Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keagamaan (Malang: Kalimasahada Press, 1996), 57.

secara menyeluruh terhadap tingkah laku seseorang individu. Penelitian terhadap latar belakang dan kondisi dari individu, kelompok, atau komunitas tertentu dengan tujuan untuk memberikan gambaran lengkap mengenai subjek atau kejadian yang diteliti. Penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam terhadap organisasi, lembaga atau gejala tertentu.¹⁰⁵

Dari beberapa penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa studi kasus yaitu uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program atau suatu situasi sosial. Studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Mereka sering menggunakan berbagai metode: wawancara, pengamatan, menelaah dokumen, dan data apapun untuk menguraikan suatu kasus untuk secara terinci.¹⁰⁶

Penelitian kualitatif (qualitative research) adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas, sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Beberapa deskripsi digunakan untuk menemukan prinsip-prinsip dan penjelasan yang mengarah pada penyimpulan. Penelitian kualitatif bersifat induktif (menyimpulkan): peneliti membiarkan permasalahan-permasalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama, mencakup deskripsi dalam konsep yang mendetail disertai catatan-catatan

¹⁰⁵ Gabriel Amin Silalahi, *Metodologi Penelitian Studi Kasus* (Sidoarjo: Citramedia, 2003), 62.

¹⁰⁶ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004), 201.

hasil wawancara yang mendalam, serta hasil analisis dokumen dan catatan-catatan.¹⁰⁷

Penelitian kualitatif mempunyai dua tujuan utama, yaitu pertama, menggambarkan dan mengungkap (to describe and explore) dan kedua menggambarkan dan menjelaskan (to describe and explain). Kebanyakan penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan eksplanatori. Beberapa peneliti memberikan deskripsi tentang situasi yang kompleks, dan arah bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini memberikan eksplanasi (kejelasan) tentang hubungan antara peristiwa dengan makna terutama menurut persepsi partisipan.¹⁰⁸

Menurut Bogdad dan Taylor dalam bukunya Lexy J. Moleong, mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghadirkan data deskriptif beberapa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau pelaku yang dapat diamati.¹⁰⁹

Penelitian kualitatif mempunyai berapa ciri antara lain:1). Penelitian kualitatif melakukan penelitian pada latar belakang alamiah atau konteks dari suatu keutuhan (entity). 2). Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data yang utama. Oleh sebab itu, pada waktu pengumpulan data di lapangan, peneliti berperan serta pada situs penelitian dan mengikuti secara aktif kegiatan kemasyarakatan. 3). Peneliti kualitatif yaitu: pengamatan, wawancara, atau menelaah dokumen. 4). Peneliti kualitatif lebih menghendaki arah bimbingan

¹⁰⁷ Nana Syaodih Sukmadinata, Metode Penelitian Pendidikan (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 60.

¹⁰⁸ Ibid

¹⁰⁹Moleong, Metode Penelitian , 4

penyusun teori substantif yang berasal data jadi, penyusunan teori disini berasal dari bawah keatas (grounded theory), yaitu sebuah data yang dikumpulkan dan yang saling berhubungan. 5). Penelitian kualitatif lebih mementingkan proses dari pada hasil. 6). Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus menerus disesuaikan dengan kenyataan di lapangan.¹¹⁰

Sesuai dengan tema yang peneliti bahas, penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research), dimana penelitian ini dilakukan langsung di lapangan yaitu di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo untuk mendapatkan data-data yang diperlukan. Peneliti lapangan biasanya menggunakan catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dibuatkan kode dan dianalisis dengan berbagai cara.

Pendekatan tersebut digunakan dalam melakukan penelitian kaitannya dengan strategi public relations dalam meningkatkan Mutu Lembaga pendidikan pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo. Untuk menghasilkan hasil penelitian data yang akurat dan bersifat diskriptif yang berkaitan dengan public relations dalam lembaga pendidikan tersebut.

B. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai pengamat partisipasif yang mana pengamat berada didalam kegiatan penelitian yang sedang dilakukan, menciptakan peranan-peranan sendiri tanpa lebur dalam

¹¹⁰ Ibid, 8-13

kepentingan kegiatan penelitian yang sedang dialami.¹¹¹ Bahkan dalam penelitian kualitatif, posisi peneliti sebagai instrument kunci (the key instrument).¹¹² Untuk itu, validitas dan reliabilitas data kualitatif banyak tergantung pada ketrampilan metodologis, kepekaan dan integritas peneliti sendiri. Peneliti juga harus bersifat perspektif emic artinya memperoleh data berdasarkan apa yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan dan difikirkan oleh partisipan/sumber data.

Dalam penelitian kualitatif peneliti wajib hadir di lapangan, karena peneliti merupakan instrument penelitian utama yang memang harus hadir sendiri secara langsung di lapangan untuk pengumpulan data. Dalam memasuki lapangan peneliti bersikap hati-hati, terutama dengan informan kunci agar tercipta suasana yang mendukung keberhasilan dalam pengumpulan data.

Tingkat kepercayaan yang tinggi akan membantu kelancaran proses penelitian sehingga data yang diinginkan dapat diperoleh dengan mudah dan lengkap. Peneliti berusaha menghindari kesan-kesan yang merugikan informan.¹¹³

Kehadiran dan keterlibatan peneliti dilapangan diketahui secara terbuka oleh subyek penelitian. Oleh sebab itu untuk memperlancar kegiatan dan program penelitian, peneliti berusaha memperhatikan beberapa hal sebagai berikut: 1) Jangan mengambil sesuatu dilapangan secara pribadi. Hal ini perlu diperhatikan karena apa yang dilakukan dilapangan itu merupakan bagian dari

¹¹¹ Sugiono, Penelitian Kuantitatif Metode, Kuantitatif Dan R & D (Bandung: CV.Alfabeta, 2009), 8.

¹¹² Sugiono, Penelitian, 233

¹¹³ Moleong, Metode Penelitian , 167

proses lapangan itu sendiri. 2) Rencanakan kunjungan pertama untuk menemui seorang perantara yang nantinya akan memperkenalkan peneliti. 3) Jangan berambisi untuk mendapatkan sebanyak mungkin informasi pada hari-hari pertama berada dilapangan. 4) Bertindaklah secara pasif, tunjukkan dan kesungguhan tentang apa yang dipelajari oleh peneliti dan tidak mengajukan pertanyaan yang khusus, terutama dalam hal yang bertentangan. Tanyakan pertanyaan umum yang member kesempatan kepada subyek untuk berbicara. 5) Bertidak dengan lemah lembut.¹¹⁴

Sebagai instrument kunci, peneliti menyadari bahwa dirinya merupakan perencana, pengumpul dan penganalisa data, sekaligus menjadi pelapor dari hasil penelitiannya sendiri. Oleh karena itu, peneliti harus bisa menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi lapangan. Hubungan baik peneliti dan subyek penelitian sebelum, selama maupun sesudah melaksanakan penelitian merupakan kunci utama keberhasilan penumpulan data.

C. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang di ambil oleh peneliti adalah di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo. Pemilihan dan penentuan lokasi tersebut dilatarbelakangi oleh beberapa pertimbangan atas dasar kekhasan, kemenarikan, keunikan, dan sesuai dengan topic dalam penelitian ini.

Adapun alasan yang cukup signifikan mengapa penelitian mengambil lokasi ini, dikarenakan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo merupakan salah

¹¹⁴ Ibid

satu sekolah yang perkembangannya semakin meningkat pesat serta didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai dan tak kalah pentingnya adalah prestasi di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo baik prestasi akademik maupun non akademik. Selain itu, SDIT Qurrota A'yun Ponorogo lokasinya mudah dijangkau oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendiskripsikan tentang Strategi Public relations dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan Pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yang mana lokasi tersebut menarik untuk di teliti sesuai dengan topik penelitian.

D. Sumber Data

Data yang akan dikumpulkan melalui penelitian ini adalah data yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu strategi public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan pendidikan.

Menurut Lofland dan Lofland dalam bukunya Lexy J Moleong mengemukakan, bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan selebihnya adalah data tambahan. Selain kata-kata dan tindakan dapat diperoleh juga elalui sumber data tertulis, foto dan data statistik. Sumber data dalam penelitian ini adalah:¹¹⁵

- a. Person (orang) yaitu sumber data yang bisa member data berupa jawaban tertulis melalui tulisan, wawancara, dan tindakan melalui pengamatan lapangan. Peneliti akan mencari data tentang strategi Public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.

¹¹⁵ Lexy J Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2008), 157.

- b. Place (tempat) yaitu sumber data yang menyajikan lampiran berupa keadaan diam atau bergerak.
- c. Sumber data tambahan, meliputi sumber data tertulis yaitu paper atau dokumen dan foto yang berkaitan dengan sekolah dan pelaksanaan strategi Public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.

E. Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, dan berbagai sumber, dan berbagai cara.¹¹⁶ Untuk itu teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah observasi berpartisipatif (partisipan observation), wawancara mendalam (in depth interview), dan dokumentasi.

a. Teknik Observasi

Menurut Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.¹¹⁷ Dalam penelitian ini, teknik observasi yang digunakan yaitu observasi tidak terstruktur karena fokus penelitian akan terus

¹¹⁶ Sugiono, Penelitian Kuantitatif, 308.

¹¹⁷ Ibid, 203.

berkembang selama kegiatan peneliti berlangsung.¹¹⁸ Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan pada kegiatan-kegiatan yang dilakukan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yang berkaitan dengan public relations.

Observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap segala hal yang terjadi di lokasi penelitian. Dalam hal ini, metode observasi peneliti gunakan untuk mengumpulkan data mengenai proses pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.

Tujuan observasi dilakukan adalah untuk memperoleh informasi tentang kelakuan manusia seperti terjadi dalam kenyataan. Dengan observasi dapat kita peroleh gambaran yang lebih jelas tentang masalah yang kita selidiki. Observasi dilakukan untuk menjajaknya. Jadi observasi berfungsi sebagai eksplorasi.

Dari hasil penelitian ini kita dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang masalahnya dan mungkin petunjuk-petunjuk tentang cara memecahkannya. Sebagai alat pengumpul data dimaksud, observasi yang dilakukan secara sistematis bukan observasi sambil lalu atau secara kebetulan saja.

Hasil observasi dalam penelitian ini dicatat dalam catatan lapangan sebab catatan lapangan merupakan alat yang sangat penting dalam penelitian kuantitatif dalam penelitian kuantitatif, penelitian mengandalkan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan. Catatan lapangan pada penelitian ini bersifat deskriptif, artinya bahwa catatan

¹¹⁸ Ibid, 313.

lapangan ini berisi tentang gambaran tentang latar pengamatan orang. Tindakan dan pembicaraan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan fokus penelitian.

Bagian diskriptif tersebut berisi beberapa hal, diantaranya adalah gambaran dari fisik, rekonstruksi dialog, diskripsi latar fisik, catatan tentang peristiwa khusus, gambaran kegiatan dan perilaku pengamat. Catatan lapangan dalam penelitian menggunakan format rekaman hasil observasi.

Pengamatan yang dimaksudkan agar memungkinkan pengamat melihat dunia sebagaimana yang dilihat oleh subjek yang diteliti, menangkap makna fenomena dan budaya dari pemahaman subjek. Pengamatan memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan dan dihayati oleh peneliti. Jadi interpretasi peneliti harus berdasarkan interpretasi subjek yang diteliti.¹¹⁹Data yang peneliti amati dalam kegiatan penelitian ini yaitu tentang manajemen strategi Public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan pendidikan.

b. Teknik Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹²⁰

¹¹⁹ Imam Gunawan. Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik, (Jakarta: Bumi Aksara. 2013), 145

¹²⁰ Moleong. Metode Penelitian, 186.

Wawancara merupakan teknik utama dalam metodologi kualitatif dan mengungkap makna secara mendasar dalam interaksi yang spesifik. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur (unstructured interview) yang dilakukan tanpa menyusun daftar suatu pertanyaan yang ketat. Selanjutnya wawancara yang tidak terstruktur ini dikembangkan dalam tiga teknik.

Pertama, wawancara tidak terstruktur, dengan wawancara ini dapat diperoleh informasi “emic”¹²¹ Kelebihan wawancara ini dapat dilakukan secara personal yang memungkinkan diperoleh informasi sebanyak-banyaknya. Secara psikologis wawancara ini lebih bebas dan dapat bersifat obrolan sehingga tidak melelahkan dan menjemukan informan.

Kedua, wawancara agak terstruktur, dengan wawancara ini dapat diperoleh informasi “etic”.¹²² Wawancara ini pertanyaannya tidak memiliki struktur tertentu, akan tetapi selalu berpusat pada satu pokok ke pokok lainnya. Dengan kata lain, wawancara pada tahap dua ini tidak menggunakan instrument terstruktur, namun peneliti telah membuat garis-garis besar yang disusun berdasarkan focus penelitian (rumusan masalah). Kedua teknik ini dilakukan secara terbuka sesuai dengan sifat penelitian kualitatif yang open ended, dan ditujukan kepada informan tertentu yang dianggap sebagai informan kunci serta informan biasa.

¹²¹ Informasi emic adalah informasi dari responden yang menggambarkan pada gambaran dunia dari segi perspektifnya, menuArut pikiran dan perasaannya. Lihat Pada Buku, S. Nasution, Metode Penelitian Naturalistic Kualitatif (Bandung: Tarsito, 2003), 71

¹²² Informasi etic adalah informasi dari responden yang diinginkan oleh peneliti, walaupun sesungguhnya informasi etic tidak dapat dipisahkan dari informasi emic. Informasi emic yang disampaikan oleh responden diterima oleh peneliti. Peneliti kemudian mengolahnya, mentafsirkan, menganalisisnya, menurut metode, teori, teknik, dan pandangannya sendiri. Lihat Pada Buku, S. Nasution, Metode Penelitian, 71-72

Ketiga, wawancara sambil lalu, dilakukan apabila secara kebetulan peneliti bertemu informan yang tidak direncanakan atau tidak diseleksi terlebih dahulu, seperti tokoh masyarakat dan masyarakat sekolah yang tidak diperhitungkan sebelumnya. Cara wawancara juga dilakukan sesuai dengan keadaan, sehingga sangat tidak terstruktur. Kedudukan wawancara ini hanya sebagai pendukung dari metode wawancara pertama dan kedua.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam wawancara ini peneliti akan mencari data tentang bagaimana konsep dan strategi manajemen public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan.

Teknik wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara yang terstruktur artinya wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Jenis ini dilakukan pada situasi jika sejumlah sampel yang representatif ditanyai dengan pertanyaan yang sama, dan semua aspek dipandang mempunyai kesempatan yang sama untuk menjawab pertanyaan yang diajukan.

c. Teknik Dokumentasi

Cara lain untuk memperoleh data dari responden adalah dengan menggunakan teknik dokumentasi. Pada teknik ini peneliti dimungkinkan memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen

yang ada pada responden atau tempat, dimana responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-hari.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan dan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹²³

Penggunaan studi dokumentasi ini didasarkan pada lima alasan sebagai berikut. 1) Sumber ini tersedia dan murah (terutama dari segi waktu). 2) Dokumen dan rekaman merupakan sumber informasi yang stabil, akurat, dan dapat dianalisis kembali. 3) Dokumen dan rekaman merupakan sumber informasi yang kaya secara konstektual relevan dan mendasar dalam konteksnya. 4) Sumber ini merupakan pernyataan legal yang dapat memenuhi akuntabilitas. 5) sumber ini bersifat nonreaktif, sehingga tidak sukar ditemukan dengan teknik kajian isi.

Teknik dokumentasi ini dilakukan dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa buku-buku, catatan, agenda, gambar arsip-arsip, atau catatan lain yang berguna untuk melengkapi dan mendapatkan

¹²³Sugiono. Metode Penelitian, 329.

data. Serta teknik ini digunakan untuk melengkapi dan mendukung hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.

F. Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah proses mencari data dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun keadaan pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹²⁴

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep yang diberikan Miles & Huberman yang megemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus pada setiap tahapan penelitian sehingga sampai tuntas dan datanya sampai jenuh. Aktifitas dalam data meliputi :¹²⁵

a. Reduksi data (data reduction)

Adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, mencari tema dan polanya, serta membuang yang tidak perlu. Dalam penelitian ini setelah seluruh data yang berkaitan dengan pembinaan kegiatan keagamaan islam sudah terkumpul, maka untuk memudahkan dilakukan analisis data yang masih kompleks tersebut dipilih

¹²⁴ Sugiono, Penelitian Kuantitatif, 334.

¹²⁵ Ibid, 337.

dan difokuskan menjadi lebih sederhana. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberi gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan peneliti melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.¹²⁶

b. Penyajian data (data display)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam hal ini, Miles dan Huberman menyatakan: *the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative tex.* Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan mempermudah memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan yang dipahami tersebut.¹²⁷

c. Penarikan kesimpulan (conclusion drawing)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan.¹²⁸ Analisis yang dilakukan selama pengumpulan data dan sesudah pengumpulan data digunakan untuk menarik kesimpulan, sehingga dapat menemukan pola tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi. Sejak pengumpulan data peneliti berusaha mencari makna atau arti dari symbol-simbol, mencatat keteraturan pola, penjelasan-penjelasan, dan alur sebab akibat yang terjadi.

Analisis data secara terus menerus baik selama maupun sesudah pengumpulan data untuk menarik kesimpulan yang dapat menggambarkan

¹²⁶ Ibid. 338.

¹²⁷ Ibid, 341.

¹²⁸ Ibid, 345.

pola yang terjadi. Dari kegiatan ini dibuat kesimpulan-kesimpulan yang bersifat masih terbuka/umum, kemudian menuju ke spesifik/rinci. Kesimpulan final diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

G. Pengecekan Keabsahan Temuan

Keabsahan data adalah kegiatan yang dilakukan agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan dari berbagai sisi. Untuk memperoleh keabsahan temuan perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik pemeriksaan sebagai berikut:

1. Ketekunan/keajegan pengamatan, yaitu mengadakan pengamatan dengan terus menerus terhadap objek penelitian guna memahami gejala yang lebih mendalam terhadap aktifitas yang sedang berlangsung di lokasi penelitian.¹²⁹

Ketekunan pengamatan ini dilakukan sebagai upaya untuk melakukan pengamatan terhadap proses strategi di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo. Pengamatan yang dilakukan secara terus-menerus bertujuan untuk memperoleh data dan informasi serta fenomena secara cermat, teliti dan mendalam.

2. Triangulasi, yaitu membandingkan data-data yang sudah diperoleh dari satu sumber kepada sumber yang lain agar tercapai keabsahan data. Triangulasi dengan sumber dapat dicapai melalui beberapa tahapan, sebagai berikut:¹³⁰

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.

¹²⁹ Moeleong, Metode Penelitian Kualitatif. 329

¹³⁰ Ibid, 330-331

- b. Membandingkan data umum dengan pendapat secara pribadi.
- c. Membandingkan pendapat seseorang tentang situasi penelitian dengan yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen.

BAB IV
PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN
DI SDIT QURROTA A'YUN PONOROGO

A. DATA UMUM

1. Letak Geografis SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Letak geografis adalah tempat atau daerah, dimana penelitian ini dilaksanakan, yaitu di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, sebagai tempat proses kegiatan belajar mengajar dilaksanakan. SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, berada satu kompleks dengan masjid Qurrota A'yun yang berdiri atas tanah seluas 3650 m² beralamat di jalan Lawu nomor 100 Kelurahan Nologaten Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo Provinsi Jawa Timur.¹³¹ Adapun batas-batas wilayahnya sebagai berikut:

- a. Sebelah utara : Sungai
- b. Sebelah selatan : Perumahan Warga
- c. Sebelah barat : Jalan Lawu
- d. Sebelah timur : Persawahan

Dengan demikian secara geografis SDIT Qurrota A'yun Ponorogo terletak dikawasan yang cukup strategis untuk menyelenggarakan kegiatan pendidikan karena mudah dijangkau, baik dengan jalan kaki maupun dengan kendaraan serta jauh dari keramaian seperti pasar dan jalan raya.¹³²

¹³¹ Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

¹³² Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

2. Sejarah Singkat Berdirinya SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Nama lengkap lembaga pendidikan ini adalah Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo, didirikan pada tahun 2003 berdasarkan Surat Rekomendasi Kepala Dinas Kabupaten Ponorogo Nomor: 421.2 / 507 / 405.43 / 2004 tanggal 11 Maret 2004 dan Surat Rekomendasi Bupati Kabupaten Ponorogo Nomor: 421.2 / 507 / 405.49 / 2004 tanggal 20 April 2004, Surat Rekomendasi Bupati Kabupaten Ponorogo Nomor: 421.3 / 3577 / 405.08 / 2011 tanggal 03 November 2011, dan Surat Rekomendasi Bupati Kabupaten Ponorogo Nomor: 421.3 / 704 / 405.08 / 2015 tanggal 01 Maret 2015 dan berada dibawah koordinasi yayasan Qurrota A'yun Ponorogo.¹³³

Pendirian Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo di latar belakang adanya keresahan terhadap dunia pendidikan nasional kita saat ini yang masih diwarnai dengan praktik dikotomi, yang ditandai dengan pemisahan jenis dan jenis sektor pendidikan umum dengan jenis sektor pendidikan agama. Berawal dari keresahan inilah yayasan Qurrota A'yun Ponorogo mendirikan sebuah lembaga pendidikan yang berupaya memadukan pendidikan umum dengan pendidikan agama, antara ilmu pengetahuan dan teknologi dengan iman dan taqwa.

Berawal dari sebuah pendidikan Play Group dan lembaga pendidikan Taman Kanak-Kanak Islam Terpadu (TKIT) Qurrota A'yun Ponorogo, akhirnya lembaga ini dikembangkan dengan lembaga yang lebih tinggi yaitu Sekolah Dasar. muncullah gagasan mendirikan Sekolah Dasar Islam Terpadu

¹³³ Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

(SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo. Gagasan ini muncul dari 4 orang yaitu: (1) Bapak Ahmad Marsudin (2) Bapak Abdul Munir (3) Bapak Arif Yeni Veriyanto (4) Drs Burhanudin Idris, yang beliau berempati inilah sebagai pendiri lembaga tersebut.

Dalam rangka mewujudkan cita-cita diatas, maka yayasan Qurrota A'yun Ponorogo mendirikan sekolah dengan model Islam Terpadu. Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo sebagai sosok baru dalam dunia pendidikan menerapkan program Full-day School (pendidikan sepanjang hari). Berbeda dengan sekolah pada umumnya. Full-day School Qurrota A'yun menetapkan konsep dasar "Integrated-Activity" dan "Integrated-Curriculum". Artinya seluruh program dan seluruh aktivitas anak-anak yang ada disekolah, mulai dari belajar, bermain, makan, dan beribadah dikemas dalam suatu sistem pendidikan. Yayasan Qurrota A'yun dalam rangka menjalankan misi pendidikan yaitu "mewujudkan sekolah yang berorientasi pada pembentukan kepribadian yang islami."¹³⁴

3. Visi dan Misi SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Visi Terbentuknya siswa-siswi yang berkepribadian islami, berprestasi, optimal, kreatif dan mandiri.

Misi

- a. Menjadi lembaga dakwah berbasis sekolah
- b. Menjalani kerjasama dengan lembaga pendidikan lain demi terwujudnya sekolah islam yang berkualitas

¹³⁴ Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

c. Menjadi sekolah islam percontohan.¹³⁵

4. Struktur Organisasi SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Setiap kegiatan adalah tanggung jawab pelaksana yang akan berpengaruh kepada pekerjaan fisik (nyata) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama. Oleh karena itu, untuk keperluan perluasan dan pengembangan kerja fisik, maka diperlukan suatu wadah yang juga disebut organisasi, melalui aktifitas, dan kinerja pengurus, menginginkan ketercapainya tujuan secara tepat dan efisien.

Di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo, tanggung jawab pendidikan dan pengajaran berada ditangan kepala sekolah dan para guru dalam ketercapaian kualitas pendidikan dan pengajaran secara optimal. Berikut ini struktur kepengurusan Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo:¹³⁶

Ketua Yayasan	: Akhmad Marsudin, M.Si.
Kepala Sekolah	: Wijjati, S.TP.
Ketua Bidang Kurikulum	: Titik Sulistyorini, S.Pd.
Ketua Bidang Kesiswaan	: Sri Wulandari, S.Th.I.
Ketua Bidang Sarpras	: Atot Samboro, S.Pd.
Ketua Bidang Humas	: Dwi Purwanto, S.Pd.I

5. Kurikulum SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Kurikulum merupakan komponen yang sangat penting bagi pendidikan, oleh karena itu kurikulum tidak dapat dipisahkan dari pendidikan,

¹³⁵ Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

¹³⁶ Dokumentasi, Ponorogo, 13 Juni 2016

sehingga setiap satuan pendidikan harus mengelola kurikulum dengan baik demi tercapainya tujuan pendidikan yang dilaksanakan.

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo memadukan kurikulum nasional, JSIT Indonesia dan SDIT Qurrota A'yun berkarakter dengan menyusunnya kembali dalam struktur kurikulum full day school yang berciri khas:

- a. Integrasi nilai-nilai islam dalam setiap aspek kegiatan dan pembelajaran siswa
- b. Pembekalan kemampuan membaca dan menghafal Al-Qur'an dengan metode Ummi dan Wafa (Metode Otak Kanan)
- c. Pengayaan kurikulum berkarakter dengan pembelajaran multimetode
- d. Kurikulum ekstrakurikuler yang mengarah pada life skill.¹³⁷

6. Program Unggulan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

- 1) PHBN dan PHBI
- 2) Wisata industri
- 3) Asma'ul husna
- 4) PERSAHAD (Perkemahan Sabtu Ahad)
- 5) Pondok Ramadhan Ceria
- 6) Pentas Ekstra Live
- 7) MABIT (malam malam iman dan taqwa)
- 8) Mentoring
- 9) Kunjungan Empati
- 10) Rihlah Akhir Tahun

¹³⁷ Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

- 11) Tahfidz juz 30
- 12) Takhassus Tahfidz
- 13) Kepustakaan
- 14) Studi Alam Desa
- 15) Munaqosah Wafa.¹³⁸

7. Jaminan Kualitas

- 1) Terbiasa sholat dengan kesadaran
- 2) Berbakti pada orang tua
- 3) Berperilaku baik terhadap seseorang
- 4) Tartil membaca Al-Qur'an
- 5) Hafal minimal 2 juz Al-Qur'an (juz 29 dan 30)
- 6) Nilai semua bidang studi tuntas
- 7) Gemar membaca
- 8) Kemampuan komunikasi baik
- 9) Disiplin dan percaya diri
- 10) Memiliki budaya bersih dan peduli lingkungan¹³⁹

8. Keadaan Guru SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Salah satu elemen penting dalam pengembangan lembaga pendidikan adalah adanya guru dan staf karyawan yang profesional, agar proses belajar mengajar berlangsung dengan tertib dan lancar. Latar belakang pendidikan adalah salah satu factor yang mempengaruhi tingkat keprofesionalan guru dan karyawan, dengan adanya keprofesionalan dalam menjalankan tugas/amanah maka hasilnya akan berkualitas. Adapun jumlah guru yang

¹³⁸ Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

¹³⁹ Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

mengajar di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo sebanyak 40, dengan rincian pendidikan S2 sebanyak 2 orang, S1 sebanyak 38 orang.¹⁴⁰

Berdasarkan rincian tersebut dapat kita ketahui bahwa latar belakang pendidikan dan tugas para tenaga pendidik Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorog, mayoritas latar belakang pendidikannya adalah sarjana (SI). Bahkan sebagian dari tenaga pendidik yang berpendidikan S2. Dengan ini menunjukkan bahwa tenaga pendidik di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo telah memenuhi syarat sebagai seorang pendidik, untuk tercapainya tujuan pendidikan yang diharapkan.

9. Keadaan Siswa SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Siswa merupakan salah satu faktor pendidikan yang sangat penting, karena siswa merupakan input yang akan di didik. Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mendapat kepercayaan dari masyarakat, terbukti banyak siswa dari berbagai daerah Ponorogo, yang belajar disekolah tersebut. Di bawah ini adalah data jumlah siswa Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo, tahun pelajaran 2015/2016 adalah jumlah laki-laki 405 dan perempuan 353, sehingga total siswa siswi di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo sejumlah 758.¹⁴¹

¹⁴⁰Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

¹⁴¹ Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

10. Sarana Prasarana SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Sarana dan prasarana sekolah merupakan merupakan salah satu komponen yang ikut menentukan keberhasilan dalam proses belajar mengajar di sekolah. Sebagai kelengkapan dan kelayakan pendidikan, pada suatu lembaga pendidikan formal khususnya, dituntut adanya kelengkapan sarana pendidikan. Tanpa ditunjang oleh sarana dan prasarana yang memadai, maka proses kegiatan pengajaran tidak akan berjalan dengan baik. Apabila penyelenggaraan pengajaran ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai maka akan membawa lancarnya proses kegiatan belajar mengajar dengan baik, sehingga akan tercapai tujuan arah sesuai dengan yang diharapkan.

Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Qurrota A'yun Ponorogo sebagai salah satu lembaga pendidikan formal juga melengkapi diri dengan berbagai sarana dan prasarana pendidikan. SDIT Qurrota A'yun Ponorogo berdiri pada tahun 2003 dan sampai saat ini memiliki 2 wilayah kegiatan belajar mengajar yaitu kampus I dan kampus II, dengan pusat kegiatan dan administrasi di kampus II. SDIT Qurrota A'yun Ponorogo memiliki bangunan yang berada diatas tanah seluas 3.260 m², dengan rincian bangunan sebagai berikut:¹⁴²

¹⁴² Dokumentasi, Ponorogo, 16 Mei 2016

B. TEMUAN HASIL PENELITIAN

1. Pola Strategi Public Relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Pola merupakan suatu gambaran atau suatu konsep yang digunakan untuk mengimplementasikan suatu strategi, yang mana strategi ini memiliki beberapa komponen. Pola strategi public relations yang dilakukan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo melalui beberapa langkah.

Sebelum melakukan perencanaan terlebih dahulu mencoba untuk mendefinisikan masalah atau peluang, dalam hal ini meliputi memperhatikan dan mengawasi pengetahuan, opini sikap dan perilaku pihak-pihak yang berhubungan dan berpengaruh oleh sikap dan kebijakan sebuah organisasi/lembaga. Adapun dalam mendefinisikan masalah atau peluang di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo adalah dengan melihat opini public internal dan eksternal sebagaimana yang disampaikan oleh ustadz Dwi Purwanto, S.Pd.I selaku ustadz sekaligus sebagai humas di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo sebagai berikut:

Sebelum melakukan perencanaan mendefinisikan masalah atau peluang SDIT Qurrota A'yun Ponorogo ini dengan melalui pencarian informasi baik dari pihak internal maupun eksternal, sehingga apa yang diharapkan oleh masyarakat dan pihak sekolah bisa sejalan dan bisa mewujudkan sesuai harapan. Jadi apa yang menjadi sumber perhatian lembaga dan public yang sedang dihadapi oleh lembaga. Sebagai humas harus peka dengan permasalahan yang dihadapi lembaga agar pelayanan masyarakat dapat terlayani dengan baik. Pada tahun 2000 yang menjadi masalah pokok pada waktu pendirian sekolah ini yaitu masyarakat beranggapan bahwa sekolah umum hanya unggul dalam segi prestasi eksak sedangkan sekolah agama hanya unggul dalam prestasi agamanya. Berkaitan dengan permasalahan tersebut bahwa sekolah berupaya untuk menjawab dari anggapan masyarakat dengan mendirikan sekolah yang optimal dari segi prestasi eksak dan keagamaan, jadi terbentuknya siswa-siswi

yang berkepribadian islami, berprestasi optimal, kreatif dan mandiri sesuai dengan visi SDIT Qurrota A'yun Ponorogo.¹⁴³

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa strategi awal yang dilakukan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo dengan mendefinisikan masalah yang menjadi sumber perhatian lembaga dengan public melalui informasi public internal dan eksternal.

Setelah mencari masalah upaya yang dilakukan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo melalui perencanaan strategis public relations meliputi membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program, mengidentifikasi public yang berkepentingan, menentukan kebijakan atau aturan untuk memandu pemilihan dan penentuan strategi, aksi dan komunikasi.

Perencanaan dan penyusunan program di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo menurut penjelasan dari ustadz Dwi Purwanto, S.Pd.I dengan melalui kesepakatan pihak lembaga berdasarkan hasil definisi dari permasalahan yang terjadi. Sebagai berikut:

Sebelum melakukan implementasi program, terlebih dahulu menyusun rencana yang akan dilakukan setelah mengetahui permasalahan yang ada dilembaga dan menyusun program secara lebih jelas dan terinci. Program-program yang sudah disusun dan direncanakan kemudian diimplementasikan melalui beberapa strategi yang sesuai dengan program yang direncanakan oleh pihak sekolah. Misalnya kegiatan pertemuan wali murid, dan kegiatan kajian rutin dan kegiatan lainnya¹⁴⁴

Berdasarkan uraian tersebut dapat ketahui bahwa penyusunan perencanaan dan penyusunan program sekolah melalui beberapa program yang sudah dirancang dari permasalahan yang sudah diketahui oleh pihak lembaga pendidikan. Perencanaan strategis yang telah dipersiapkan dan

¹⁴³ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

¹⁴⁴ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

disetujui, implementasi program aksi dan komunikasi yang dirancang untuk sasaran spesifik bagi masing-masing public dilakukan untuk mencapai tujuan program. Aksi-aksi korelatif berfungsi melayani kepentingan mutual organisasi dan publicnya.

Pelaksanaan strategi oleh pihak public relations, kemudian melakukan komunikasi dengan baik agar customer dapat terlayani dengan baik, sebagaimana telah disampaikan oleh ustadz Dwi Purwanto S.Pd.I, sebagai berikut:

Pelaksanaan strategi dan komunikasi pihak public relations dilaksanakan secara bertahap agar program yang direncanakan bisa berhasil secara maksimal. Pihak Sekolah menjalin komunikasi dan kerjasama dengan berbagai pihak demi terlaksananya program-program yang telah direncanakan. Selain itu seluruh pihak sekolah juga saling membantu baik dari kepala sekolah, guru, dan juga siswa. Pemberian informasi pertemuan wali murid yang dilakukan sekolah kepada wali murid biasanya menggunakan surat edaran, tetapi jika informasi terkait kegiatan-kegiatan sekolah bisa langsung share dalam group medsos.¹⁴⁵

Kegiatan public relations dapat dievaluasi atas dua kriteria: pertama efektifitasnya, yaitu sampai seberapa jauh tujuan telah tercapai. Kedua, efisiensinya, yaitu sampai seberapa jauh sumber yang ada atau yang potensial yang telah digunakan secara baik untuk kepentingan kegiatan hubungan masyarakat. Evaluasi ini dapat dilakukan pada waktu proses kegiatan sedang berlangsung atau pada akhir suatu program itu untuk melihat sampai seberapa jauh keberhasilannya.

Kegiatan public relations di Qurrota A'yun Ponorogo dievaluasi dilakukan pada sebelum kegiatan dilakukan, pada saat proses kegiatan dan

¹⁴⁵ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

juga setelah kegiatan dilakukan. ustadz Dwi Purwanto, S.Pd.I. selaku Humas di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo adalah sebagai berikut:

Kegiatan public relations di Qurrota A'yun Ponorogo dievaluasi dilakukan pada sebelum kegiatan dilakukan, pada saat proses kegiatan dan juga setelah kegiatan dilakukan, hal ini dilakukan agar kegiatan bisa berhasil secara maksimal dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan baik oleh pihak sekolah maupun pengguna jasa. Evaluasi dilakukan seluruh penanggung jawab sejauh mana keberhasilan program yang telah dilakukan. Dan bagian apa yang menjadi kekurangan. Evaluasi juga dilakukan melalui umpan balik dari orang tua. Umpan balik tersebut ada yang langsung diminta sekolah dan ada inisiatif dari orang tua untuk memberikan masukan kepada sekolah. Umpan balik rutin dilakukan ketika pengambilan raport semester, pengambilan raport tengah semester, pertemuan wali murid, dan yang paling sering hampir setiap minggu melalui buku penghubung.¹⁴⁶

Selanjutnya wawancara dengan ustadz Dwi Purwanto, S.Pd.I. bahwa langkah-langkah dalam membangun strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo adalah sebagai berikut:

Langkah-langkah dalam membangun strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yaitu dengan melalui beberapa langkah antara lain: pertama, melalui wali murid, dengan adanya wali murid sekolah sangat terbantu karena adanya kerja sama dengan wali murid. Misalkan ada info dari sekolah, wali murid sendiri yang menyampaikan ke khalayak. Selain itu ada beberapa usulan dari beberapa wali murid terkait dengan kemajuan sekolah. Sehingga antara sekolah dan wali murid merasa memiliki sekolah tersebut. Kedua, masyarakat, setiap lebaran sekolah mengadakan silaturahmi dengan masyarakat sekitar sekolah. Sekolah tidak akan berhasil dengan baik dengan adanya campur tangan dengan masyarakat sekitar. Sekolah adalah milik masyarakat sehingga masyarakat juga ikut memiliki sekolah tersebut.¹⁴⁷

Langkah-langkah yang diperlukan dalam membangun strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo menurut penjelasan tersebut

¹⁴⁶ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

¹⁴⁷ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

bahwa ada beberapa langkah antara lain melalui wali murid, masyarakat. Sekolah selain kerja sama dengan wali murid juga perlu adanya kerjasama dengan masyarakat, karena berhasilnya atau suksesnya sekolah yang dapat menilai adalah masyarakat sekitar atau khalayak umum.

2. Implementasi Strategi Public Relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Implementasi merupakan suatu proses penerapan ide, kebijakan atau inovasi dalam suatu tindakan praktis sehingga memberikan dampak, baik berupa perubahan pengetahuan ketrampilan maupun nilai, dan sikap. Dalam hal ini implementasi berkaitan dengan pelaksanaan public relations dalam hal peningkatan mutu suatu lembaga pendidikan.

Public relations berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi masyarakat antara pejabat humas dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama. Adapun penerapan pola strategi public relations yang dilaksanakan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, melalui dua jenis kegiatan, yaitu kegiatan eksternal dan internal sebagai berikut:

Berhasil tidaknya menggunakan TV sebagai media alat publisitas sekolah, tergantung pada program yang telah di siapkan sebelumnya di dalam program itu di susun hal-hal atau pokok-pokok yang akan di sajikan kepada penonton (publik)nya. Media ini memerlukan persiapan yang lebih cermat dari pada informasi lewat radio, sebab appearance, tingkat pembicara di lihat oleh public, sehingga perlu di perhatikan nada dan cara berbicara, pakaian serasi,serta gerak dan sikap yang sopan.

Menurut penjelasan dari ustadz Dwi Purwanto, S.Pd.I. bahwa kegiatan penyampaian informasi melalui televisi, sebagai berikut:

SDIT Qurrota A'yun Ponorogo penyampaian informasi pernah menggunakan media salah satu stasiun televisi yaitu SCTV, pada saat itu tahun 2010 meliput kegiatan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo ini. Dengan adanya informasi melalui media TV maka khalayak akan lebih mudah mengetahui informasi mengenai kegiatan sekolah, baik public internal maupun eksternal. Selain itu dengan media ini mempermudah sebagai sarana promosi dan memperkenalkan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo kepada khalayak luas.¹⁴⁸

Radio merupakan media massa yang penting yang mampu menjangkau publik yang luas. Karena itu, sekolah dapat mengambil manfaat yang sebesar-besarnya dan radio ini untuk kepentingan publisitas. Beberapa hal yang penting seperti kapan pendaftaran siswa baru, kegiatan pendidikan dan data sekolah dapat di informasikan ke luar melalui radio.

Kegiatan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo dalam menyampaikan informasi selain menggunakan media televisi juga dengan media radio, dengan ini masyarakat Ponorogo dan sekitarnya akan lebih mudah untuk menerima informasi, baik dari tingkat kota maupun tingkat desa akan mengetahui informasi yang ada dalam lembaga. Hal ini menurut penjelasan dari ustadz Dwi Purwanto, S.Pd.I. sebagai berikut:

Media yang digunakan penyampaian informasi selain dengan menggunakan media televisi juga menggunakan media radio, penyebaran informasi dengan menggunakan media radio akan lebih mempermudah sekolah menyampaikan informasi, informasi yang disampaikan selain dari tingkat kota juga dapat diterima ditingkat pedesaan.¹⁴⁹

Penyebaran informasi yang digunakan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo juga melalui media cetak adalah surat kabar, majalah atau buletin

¹⁴⁸ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

¹⁴⁹ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

sekolah yang diterbitkan sekolah berisi tentang berita kegiatan yang ada di sekolah dan juga artikel karya warga sekolah. Dengan tujuan agar kegiatan dan karya sekolah dapat diketahui oleh khalayak luas. Hal ini dapat diketahui menurut penjelasan ustadzah Titik Sulistyorini, S.Pd. sebagai berikut:

Dalam menyampaikan informasi yang digunakan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo ini selain dengan menggunakan media media yang lain juga melalui media cetak adalah surat kabar, majalah atau buletin sekolah yang diterbitkan sekolah berisi tentang berita-berita sekolah atau artikel-artikel karya warga sekolah. Hal ini dilakukan agar semua karya dan kegiatan sekolah dapat ditunjukkan kepada warga masyarakat umum diluar sekolah.¹⁵⁰

Pameran sekolah digunakan untuk menunjukkan hasil karya siswa kepada public serta sebagai promosi sekolah. Hal ini berdasarkan penjelasan dari ustadzah Wijiati S.TP. sebagai berikut:

Untuk menyampaikan menunjukkan karya siswa dan sabagai upaya promosi sekolah, sekolah mengadakan pameran sekolah. Pameran sekolah ini dilakukan oleh pihak sekolah dengan perencanaan dan persiapan yang harus persiapan yang sebelumnya. Hal-hal yang dipersiapkan antara lain: pembuatan prosur-brosur sekolah, pembuatan poster atau gambar, pembuatan rencana tertulis dan terpeinci, pengadaan barang yang akan digunakan dalam kegiatan pameran, menyeleksi dan mengatur rencana pameran serta mengadakan pelatihan yang cukup dengan para siswa, petugas dan penjaga pameran.¹⁵¹

Kegiatan internal ini merupakan publisitas sasarannya kedalam yang tidak lain adalah warga sekolah yang bersangkutan, yakni para guru, tenaga, tata usaha, dan seluruh siswa. Kegiatan internal dibedakan atas kegiatan langsung (tatap muka) dan kegiatan tidak langsung. Menurut penjelasan dari ustadz dwi Purwanto, S.Pd.I. bahwa kegiatan internal langsung yang dilakukan pihak sekolah di SDIT Qurrota A'yun sebagai berikut:

¹⁵⁰ Titik Sulistyorini, Wawancara, Ponorogo, 14 Juni 2016

¹⁵¹ Wijiati, Wawancara, Ponorogo, 10 Juni 2016

Kegiatan internal langsung yang dilakukan pihak sekolah di SDIT Qurrota A'yun antara lain:

1. Rapat dewan guru, informasi yang disampaikan secara langsung kepada seluruh anggota, hal-hal yang disampaikan berkaitan dengan permasalahan di sekolah, atau mungkin informasi terkait rencana kegiatan yang akan diselenggarakan sekolah. Informasi bisa terkait tentang perencanaan penerimaan siswa baru, pembagian tugas kerja, dalam upaya menunjukkan pelayanan yang maksimal sekolah perlu membagi tugas kerja secara terperinci dan pada yang mampu untuk mengemban tugas yang diberikan, agar tugas yang dibebankan tidak tumpang tindih dan bisa bekerja secara maksimal.
2. Upacara sekolah, dalam hal ini informasi yang disampaikan bukan hanya untuk dewan guru saja akan tetapi meliputi seluruh warga sekolah termasuk para siswa.

Sedangkan kegiatan internal secara tidak langsung yang dilakukan pihak sekolah SDIT Qurrota A'yun Ponorogo adalah sebagai berikut:

1. Penyampaian informasi melalui surat edaran, surat edaran yang disampaikan kepada wali murid biasanya terkait pembiayaan, penerimaan raport, rapat pertemuan wali murid, kegiatan sekolah dan informasi penting lainnya yang sekiranya perlu disampaikan kepada wali murid.
2. Buku penghubung, buku ini digunakan untuk menjalin komunikasi dengan wali murid terkait perkembangan siswa selama setiap satu minggu, jadi selama kegiatan pembelajaran satu minggu akan dijabarkan dalam buku ini. Dalam buku penghubung ini didalamnya berisi perkembangan kemampuan siswa, perilaku siswa dan tingkat pola kegiatan siswa, jadi dalam buku ini tiga poin penting kognitif, afektif dan psikomotorik peserta didik sudah tercover dalam buku penghubung ini. Buku ini khusus setiap siswa satu buku. Jadi setelah membaca buku ini sebagai orang tua respon terhadap perkembangan anak. Dan jika anak mengalami masalah orang tua perlu konsultasi langsung dengan wali kelas atau pihak sekolah, guna untuk menangani permasalahan dan mencari jalan keluar dari permasalahan tersebut.¹⁵²
3. Papan pengumuman, penggunaan papan pengumuman di sekolah ini berguna menyampaikan informasi yang dipasang dalam papan agar pihak sekolah mengetahui informasi yang ada misalkan akan diadakan perlombaan, informasi jadwal semester, informasi lain yang terkait dengan kegiatan sekolah.
4. Menyelenggarakan majalah dinding atau madding, hal ini dilakukan untuk menarik dan memotivasi siswa berlomba-lomba dalam berkarya, karena biasanya karya yang terbaik akan dipasang di mading dan juga dalam media cetak lainnya.

¹⁵² Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

5. Pemasangan iklan, hal ini dilakukan untuk membrikan informasi kepada khalayak terkait kegiatan sekolah, misalnya, akan diadakannya pameran sekolah, perlombaan, penerimaan siswa baru dan kegiatan sekolah lainnya. Hal ini dilakukan sebagai sarana promosi sekolah.
6. Penyelenggaraan acara sekolah, biasanya acara yang dilakukan seperti pentas seni akhir tahun, dan acara wisuda sekolah selain itu di SDIT Qurrota A'yun ini diadakan pengjian rutin setiap sebulan sekali yang dihadiri oleh wali murid, dan warga sekitar.

Diantara strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, menurut ustadz Dwi Purwanto, S.Pd.I. selaku Humas di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo adalah sebagai berikut:

Strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, menerapkan tiga pola strategi. Pertama, customer service yang mana customer service ini melayani pihak luar. Bidang pelayanan dalam hal ini meliputi: studi banding dan melayani tamu dengan baik. Pada saat ini mulai mengelola alur penanganan tamu baik perorangan maupun lembaga, terencana ataupun tidak terencana. Melayani siswa dengan baik melalui (program tahfidz, tartil membaca Al-Qur'an, Qiro'ah, hadroh, olah raga, entrepreneur, melukis, music, jarimatika, memanah). Pelayanan customer service tersebut semua tamu terlayani dengan baik. Kedua, bank data/pusat data hal ini mengelola mana data-data yang mau ditampilkan maupun tidak, baik internal maupun eksternal. Misalkan ada lomba, data tersebut untuk kita konsumsi untuk siapa yang bersangkutan. Data ini kita share yang mana data tersebut bisa dikonsumsi oleh yang bersangkutan, mengenai administrasi (pengelolaan data). Jika kepala sekolah berhalangan hadir maka humas yang menggantikan. Jika ada rapat harus menggantikan, sehingga tidak ada pelanggan yang terkecewakan.¹⁵³

Selain itu ustadzah Wijjati, S.TP yang merupakan kepala sekolah di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, beliau menambahkan bahwa pola strategi public relations yang diterapkan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo sebagai berikut:

Pola strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, menerapkan tiga pola strategi. Pertama, customer service yang mana customer service ini melayani baik eksternal maupun internal, seperti: tamu, siswa, wali murid, dan pengguna jasa. Kedua, bank data/pusat

¹⁵³ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

data hal ini membahas mengenai administrasi (pengelolaan data). Ketiga, media center meliputi pelayanan lewat blog, website, whatsApp, facebook. Penyampaian informasi yang berhubungan dengan wali murid melalui share informasi pada group perkelas oleh wali kelas masing-masing. Sehingga informasi dapat diinformasikan secara langsung lewat group tersebut.¹⁵⁴

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa pola strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo ada tiga pola. Pertama, customer service yang mana hal ini menangani mengenai pelayanan terhadap public, baik internal maupun eksternal. Pelayanan disini mencakup pelayanan terhadap siswa, orang tua, dan masyarakat yang berkepentingan. Kedua, bank data/ pusat data, hal ini terkait dengan pengolahan data. Ketiga, media center yaitu memanfaatkan media yang ada.

Strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo melalui berbagai macam aspek-aspek pendekatan atau strategi, yaitu:

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (sociology approach), melalui mekanisme sosial cultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Hal ini dapat dilihat bahwa cermin opini public atau kehendak masyarakat yang terekam atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat diberbagai media massa. Strategi yang diimplementasikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, menurut penjelasan Ibu Wijiati, S.TP, selaku kepala sekolah di SDIT Qurrota A'yun sebagai berikut:

Dalam menentukan Strategi sebelum diimplementasikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo ini, sebelumnya dengan melihat bagaimana opini public, jadi apa yang diharapkan oleh masyarakat/pengguna jasa. Pihak humas berusaha memperoleh informasi melalui beberapa media, baik dari surat kabar, majalah, group Whatshap, website, lewat blog,

¹⁵⁴ Wijiati, Wawancara, Ponorogo, 30 Mei 2016

facebook yang sekarang teknologi semakin maju sehingga memudahkan untuk mengali informasi. Sehingga sekolah harus sigap terhadap opini public atau harapan masyarakat.¹⁵⁵

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa dengan melalui strategi operasional sekolah dapat memperoleh dan menerima informasi dengan berbagai medi masa, baik dari surat kabar, majalah, group Whatshap, website, blog dan media lainnya guna untuk mempermudah jalinan komunikasi.

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari oganisasi kepada pihak publiknya, baik bersikap mendidik, dan memberikan penerangan maupun dengan melakukan pendekatan pesuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi, dan lain sebagainya.

Antara pihak sekolah dan masyarakat saling bekerjasama demi terciptanya mutu lembaga pendidikan yang sesuai dengan harapan. Hal ini telah dijelaskan oleh ustadzah Titik Sulistyorini, S.Pd. selaku ustadzah sekaligus ketua bidang kurikulum di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, sebagai berikut:

Dalam mewujudkan mutu lembaga pendidikan sekolah menjalin kerjasama dengan masyarakat, sehingga apa yang diharapkan oleh masyarakat bisa terwujud. Selain itu pihak sekolah juga membuka kritik dan saran baik dari wali murid sebagai penggun jasa, masyarakat sekitar maupun pihak lain demi pengembangan dan perbaikan suatu lembaga. Dengan cara seperti ini wali murid dapat melakukan partisipasi dengan pihak sekolah terkait pendanaan, usulan harapan wali murid. Selain berkontribusi dalam hal tersebut dalam menjalin kerjasama dengan wali muid melalui kajian keluarga assakinah dan pertemuan rutin wali murid.¹⁵⁶

¹⁵⁵ Wijiati, Wawancara, Ponorogo, 10 Juni 2016

¹⁵⁶ Titik Sulistyorini, Wawancara, Ponorogo, 14 Juni 2016

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa dengan pendekatan persuasive dan edukatif inilah antara sekolah dan orang tua serta masyarakat saling mendukung dan berpartisipasi demi kemajuan sekolah dalam hal peningkatan mutu lembaga pendidikan.

Untuk mencapai tujuan bersama bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut, bukan memperoleh keuntungan sepihak dari public sasarannya (masyarakat), tetapi memperoleh keuntungan bersama (bernevititas), yang terampil dalam memadukan keuntungan dengan motivasi tanggung jawab sosialnya.

Dalam hal ini tanggung jawab bukan hanya salah satu pihak sekolah saja melainkan pengguna jasa atau masyarakat juga perlu ikut bertanggung jawab demi tercapai tujuan bersama. Hal ini berdasarkan penjelasan dari ustadzah Titik sebagai berikut:

Dalam mewujudkan tujuan bersama dalam peningkatan mutu lembaga pendidikan antara sekolah dan masyarakat harus saling bertanggung jawab terhadap putra putrinya. Anak selain disekolah, orang tua juga harus peka dengan kondisi anak, memotivasi anak, bagaimana perkembangan anak diluar sekolah perlu disampaikan kepada pihak sekolah, dapatdisampaikan kepada guru secara langsung dapat juga disampaikan lewat buku penghubung. Usaha yang dilakukan sekolah demi terwujudnya lembaga yang bermutu dengan melakukan program-program. Program humas antara lain pertemuan wali murid dalam penerimaan raport, pertemuan wali murid terkait pembiayaan dan program sekolah, kajian rutin setiap bulan sekali dilakukan pada hari sabtu. Dengan adanya kegiatan/program ini dapat memberikan masukan atau penyadaran kepada wali murid bahwa tanggung jawab sebagai orang tua yaitu mendidik anak dengan memberikan contoh yang baik. Bukan semata-mata menitipkan anak untuk didik tetapi juga diharapkan untuk melakukan pemantauan. Dengan cara inilah salah satu untuk mengetahui harapan masyarakat serta demi kemajuan sekolah untuk mencapai lembaga pendidikan yang bermutu. Berkaitan hal tersebut dalam promosi penerimaan siswa baru, kebanyakan sekolah ini peserta didik baru berasal dari sekitar tetangga dari alumni atau peserta didik. Karena dengan mengetahui kualitasatau mutu lembaga pendidikan anaknya mereka

(wali murid dan warga masyarakat) membantu promosi kepada tetangga atau sekitarnya. Selain dengan promosi sendiri dengan membuat brosur dan menyebarkan informasi dengan berbagai media, dengan meningkatkan kualitas pendidikan secara langsung masyarakat dapat menilai dan dapat menentukan pilihan sekolah yang bermutu dan bisa dilihat dari hasil outputnya¹⁵⁷

Upaya mewujudkan lembaga pendidikan yang bermutu pihak sekolah perlu adanya kerjasama dalam membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik ditujukan hubungan ke dalam (internal relations) maupun hubungan ke luar (eksternal relations) untuk meningkatkan kerja sama.

Hubungan harmonis tersebut dilaksanakan pihak sekolah dengan menjalin kerjasama, kerjasama yang dilakukan menurut penjelasan dari ustadz Dwi Purwanto, S.Pd.I. sebagai berikut:

Upaya dilakukan sekolah demi terwujudnya lembaga yang bermutu melalui kerjasama dengan korda ponorogo, Jaringan Sekolah Islam Terpadu (JSIT) Jatim, dan Dinas, hal ini dilakukan SDIT Qurrota A'yun dengan mengikuti berbagai pelatihan-pelatihan, dan pertemuan dengan berbagai pihak, karena dengan ilmu dan masukan-masukan dari berbagai pihak dapat menunjang keberhasilan mutu lembaga yang diharapkan..¹⁵⁸

Program-program yang dilakukan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo ini kegiatan kajian rutin, kajian ini dinamakan kajian AS-SAKINAH, yang dilakukan setiap bulan sekali pada hari Sabtu pagi jam 07.00-11.00, program ini dilaksanakan dengan tema yang berbeda, yang dihadiri oleh wali murid dan masyarakat sekitar. Dengan hal ini wali murid antusias untuk mengikuti

¹⁵⁷ Titik Sulistyorini, Wawancara, Ponorogo, 14 Juni 2016

¹⁵⁸ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 10 Juni 2016

kegiatan rutin tersebut. Selain anak yang mendapatkan ilmu tetapi ada juga fasilitas bagi orang tua mengikuti kajian rutin.¹⁵⁹

Dari penjelasan tersebut bahwa dalam meningkatkan lembaga pendidikan yang bermutu sekolah harus menjalin kerjasama dengan pihak pengguna jasa atau masyarakat sekitar guna mencapai tujuan bersama dengan melalui program-program sekolah.

Untuk memperluas peranan Humas/PR di lembaga pendidikan kepada masyarakat, maka fungsi humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga/instansinya, tetapi peranan lebih luas berpartisipasi dalam menunjang berbagai program. Humas berpartisipasi dalam berbagai program terutama dalam hal penyampaian informasi.

Menurut penjelasan ustadz Dwi Purwanto, Implementasi dari strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo bahwa:

Implementasi dari strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yaitu dengan melalui beberapa program. Program ini antara lain collecting data dan sortir data yang kita sampaikan ke masyarakat. Sekolah ini menangani 80 orang dari pagi hingga sore. Data-data yang sudah kita kumpulkan kemudian kita sortir butuh penanganan tersendiri. Dari data tersebut mana yang bisa disuguhkan kepada khalayak baik secara internal maupun eksternal dan mana yang tidak dapat atau tidak layak untuk disampaikan kepada khalayak. Dalam hal ini penanganan kepada masyarakat harus dengan baik dan pelanggan dapat terpuaskan. Jika data tersebut sudah tershortir dengan baik sehingga bisa kita follow up ke media.¹⁶⁰

Menurut penjelasan tersebut bahwa data-data yang akan disampaikan kepada masyarakat terlebih dahulu disortir dan penanganan khusus agar data yang disampaikan benar-benar konkrit dan tidakada kekeliruan dan

¹⁵⁹ Observasi, Ponorogo, 21 Mei 2016

¹⁶⁰ Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 10 Juni 2016

masyarakat pengguna jasa dapat terlayani dengan baik, tanpa ada yang terkecewakan.

Kendala-kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan dari strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo menurut penjelasan ustadzah Wijati, S.TP.bahwa:

Kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan dari strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yaitu terkait dengan sarana dan prasarana, perlu adanya meja customer service. Portal, untuk siapa pun tamu yang datang harus lapor ke satpam, sementara ini tamu masih bisa lolos dari satpam. Kemudian pelayanan siswa, misalkan ada sarana dan prasarana yang rusak bisa segera diperbaiki atau diganti. Masalah terkait prasarana yang masih kurang sekolah harus segera berupaya untuk melengkapi sarana dan prasarana demi menciptakan kenyamanan anak dalam kegiatan belajar mengajar. Selanjutnya yaitu belum adanya humas secara khusus, karena humas disini masih merangkap sebagai wali kelas dan juga mengajar secara penuh. Biasanya masalah yang sering dihadapi yaitu wali murid yang kurang respon terhadap informasi yang disampaikan oleh pihak sekolah, berkaitan dengan data anak. Selain itu kurang perhatian pihak keluarga terhadap program sekolah. Dengan masalah tersebut pihak sekolah harus segera menghubungi pihak orang tua untuk segera menyetorkan data yang mungkin kurang. Ada lagi anak yang membeli jajan disekitar sekolah dan membuang sampah disekitar lingkungan warga, biasanya salah salah satu seorang warga melapur ke pihak sekolah dan sekola berusaha untuk memberi peringatan/pengarahan kepada anak untuk tidak mengulanginya.¹⁶¹

Dari keterangan tersebut dapat diketahui bahwa ada beberapa kendala dalam hal pelayanan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yaitu terkait sarana dan prasarana yang sebagian belum terpenuhi. Dan terkait keberadaan humas yang saat ini masih merangkap sebagai wali kelas dan masih mengajar secara penuh dikelas. Dalam hal ini sekolah harus mempertimbangkan guna untuk memberikan pelayanan yang maksimal perlu adanya humas secara khusus.

¹⁶¹ Wijati, S.TP, Wawancara, Ponorogo, 10 Juni 2016

Ustadz Dwi Purwanto, S.Pd.I menambahkan terkait kendala-kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo bahwa;

Kendala yang dihadapi dalam mengimplementasikan dari strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yang menjadi penghalangnya, yaitu terkait dua hal, antara komunikator dan komunikan, jika komunikator kurang menguasai data maka akan mempengaruhi terhadap apa yang diharapkan, sebagai seorang komunikator harus menguasai data secara penuh agar dalam menyampaikan informasi tidak ada kekeliruan informasi yang disampaikan. Selanjutnya jika komunikan kurang respon dan selalu beralasan dengan kesibukannya maka akan kehilangan data.¹⁶²

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut bahwa dalam mengimplementasikan strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo terdapat beberapa kendala antara lain: sarana prasarana, belum adanya humas secara khusus, serta yang menjadi kendala kurangnya penguasaan informasi dari pihak komunikator dan kurangnya respon dari pihak komunikan.

Berdasarkan wawancara dengan ustadzah Wijjati, S.TP bahwa upaya yang dilakukan SDIT Qurrota A'yun Ponorogo untuk mengatasi kendala-kendala dalam mengimplementasikan strategi public relations adalah sebagai berikut:

Upaya sekolah dalam mengatasi hambatan dalam mengimplementasikan dari strategi public relation di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo yaitu dengan bersinergi dengan yayasan, berharap solusi dari yayasan. Sekolah berharap adanya humas khusus dari yayasan. Penyediaan sarana prasarana yang masih kurang. Serta dalam menyampaikan informasi sebagai seorang komunikan harus menguasai informasi secara penuh sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas. Dari hal inilah sekolah berusaha untuk

¹⁶² Dwi Purwanto, Wawancara, Ponorogo, 10 Juni 2016

mewujudkan pelayanan yang baik dan dapat memuaskan pelanggan atau pengguna jasa.¹⁶³

Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa sebagai upaya untuk memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat sebagai pengguna jasa sekolah berusaha memenuhi dan mengupayakan untuk pemenuhan sebagaimana baik sarana prasarana yang masih kurang begitu juga untuk pemenuhan adanya humas secara khusus.

3. Kontribusi Dari Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Salah satu indikator keberhasilan suatu lembaga adalah image yang baik dalam memberikan hasil nyata dan berorientasi tujuan. Berkaitan dengan hal tersebut keberadaan public relations dirasa sangat penting pada suatu lembaga. Menjalankan fungsi manajemen menjadi public relations sangat menentukan kesuksesan dan kegagalan suatu lembaga dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan publiknya.

Dalam mewujudkan sekolah yang bermutu menurut penjelasan dari ustadzah Wijati, S.TP. berdasarkan pada 10 jaminan kualitas, sebagai berikut:

Upaya sekolah dalam mewujudkan mutu lembaga pendidikan berdasarkan pada 10 jaminan kualitas yang sudah ditetapkan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo. Jaminan mutu tersebut antara lain:

1. anak terbiasa sholat dengan kesadaran, karena disekolah juga dilatih mulai dari sholat dhuha, sholat dhuhur dan sholat ashar dilakukan disekolah, selain itu untuk mengecek/memantau anak melakukan sholat dirumah atau tidak bisa di sampaikan dalam buku penghubung atau Tanya langsung dengan wali murid. Karena SDIT

¹⁶³ Wijati, Wawancara, Ponorogo, 5 Mei 2016

Qurrota A'yun Ponorogo berusaha untuk menjalin kerjasama dengan orang tua dalam menjalankan program pendidikan.

2. Berbakti pada orang tua, anak diharapkan berbakti kepada orang tua, mulai dari berkata sopan, mengucapkan salam, minta izin ketika keluar rumah, bersikap baik pada orang tua. SDIT Qurrota A'yun Ponorogo berusaha menanamkan karakter yang baik kepada anak didik melalui pembiasaan di sekolah. Karakter yang ingin ditanamkan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo ada 10 karakter antara lain: aqidah yang bersih, ibadahnya yang benar, berkepribadian yang matang, fisiknya kuat dan sehat, wawasan luas, bersungguh-sungguh, optimal menggunakan waktu, tertib dan cermat, mandiri, bermanfaat untuk sesamanya.
3. Berperilaku baik terhadap seseorang, anak berusaha ditanamkan perilaku-perilaku yang baik, melalui saling tolong menolong, saling memaafkan dan tidak berbuat perilaku-perilaku negatif yang tidak sesuai dengan ajaran Rasulullah dan aturan yang ada di sekolah.
4. Tartil membaca Al-Qur'an, di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo mulai dari awal sudah dibiasakan untuk mengaji, metode yang digunakan dengan metode Ummi dan metode Wafa' (metode otak kanan).
5. Hafal minimal 2 juz Al-Qur'an (juz 29 dan 30), SDIT Qurrota Ayun Ponorogo berusaha mengajarkan anak membaca Al-Quran dengan baik dan benar tetapi juga melatih anak untuk menghafal Al-Qur'an, harapan sekolah anak lulus minimal hafal 2 juz, tetapi ada juga yang lebih dari 2 juz karena di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo ini juga membuka kelas khusus tahfiz Qur'an. Jadi anak-anak yang ingin berusaha untuk menambah dan meningkatkan hafalannya bisa mengikuti kelas khusus. Tentunya anak yang mengikuti ini adalah anak yang sesuai dengan kriteria dan bersungguh-sungguh untuk menghafal dan harus konsisten serta istiqomah dalam hafalan. Jika anak tidak bisa istiqomah dalam hafalan maka anak akan di kembalikan ke kelas lagi.
6. Nilai semua bidang studi tuntas, harapan sekolah anak lulus dari SDIT Qurrota A'yun Ponorogo ini lulus semua bidang studi, jadi guru berusaha semaksimal mungkin untuk mendidik anak agar tuntas dalam setiap bidang studi.
7. Gemar membaca, anak dibiasakan untuk membaca, dengan adanya fasilitas perpustakaan, mencari referensi atau sumber bacaan di perpustakaan, dengan hal ini anak diharapkan untuk gemar membaca.
8. Kemampuan komunikasi baik, hal ini dilatih guru melalui Tanya jawab saat dikelas.
9. Disiplin dan percaya diri, anak diharapkan mampu disiplin dengan aturan-aturan yang ada di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo mulai dari hadir tepat waktu, mentaati peraturan sekolah dan bapak ibu guru, dan harus mampu bersikap percaya diri.
10. Memiliki budaya bersih dan peduli lingkungan, dalam hal ini penulis amati bahwa sekolah menerapkan budaya bersih yang ada

disekolah, budaya tersebut antara lain: tidak membuang sampah sembarangan dengan penyediaan tempat sampah, menjaga kebersihan dan kerapian ruang belajar, menjaga kebersihan diri.¹⁶⁴

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa dalam mewujudkan sekolah yang bermutu. SDIT Qurrota A'yun Ponorogo menetapkan 10 standar penjaminan mutu sekolah antara lain: terbiasa sholat dengan kesadaran, berbakti pada orang tua, berperilaku baik, tartil membaca Al-Qur'an, hafal minimal 2 juz (juz 29 dan 30), nilai semua bidang studi tuntas, gemar membaca, berkemampuan komunikasi baik, disiplin dan percaya diri serta memiliki budaya bersih dan peduli lingkungan.

Menurut penjelasan ustazah Wijiati, S.TP, bahwa kontribusi dari strategi public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo adalah sebagai berikut:

Salah satu corong sebagai sarana promosi sekolah, menyampaikan info dan promosi sekolah, mengcover foto-foto album kegiatan sekolah, sebagai evaluasi dan persiapan akreditasi, serta sebagai khasanah keilmuan. selain itu antara pihak sekolah dan masyarakat juga saling memberikan kontribusi timbal balik. Masyarakat dapat memberikan masukan kepada pihak sekolah atau lembaga pendidikan demi terwujudnya pendidikan yang bermutu sesuai harapan masyarakat. Dan begitu pula dengan pihak sekolah, kontribusi bagi pihak sekolah yang yaitu, sekolah mengetahui bagaimana langkah kedepan setelah mengetahui harapan masyarakat. Sehingga sekolah harus selalu berusaha mendengar masukan-masukan masyarakat dan berusaha mewujudkannya agar sekolah bisa menjadi lebih bermutu.¹⁶⁵

Selain itu ustadz Dwi Purwanto juga menambahkan bahwa kontribusi dari strategi public relations dalam meningkatkan mutu pendidikan sebagai berikut:

¹⁶⁴ Wijiati, Wawancara, Ponorogo, 5 Mei 2016

¹⁶⁵ Wijiati, Wawancara, Ponorogo, 5 Mei 2016

Kontribusi dari strategi public relations selain sebagai promosi sekolah dan evaluasi, dengan adanya kerjasama dengan wali murid, wali murid berkontribusi dalam hal pembiayaan, sedangkan jalinan kerjasama dengan lembaga lain dapat terwujud melalui prestasi siswa.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa sekolah sesungguhnya memiliki peluang besar untuk memberikan kontribusi positif bagi kemajuan lembaga pendidikan. Kontribusi dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo dengan antara lain sebagai salah satu sarana menyampaikan informasi dan promosi sekolah, mengcover kegiatan sekolah, sebagai evaluasi dan persiapan akreditasi yang sangat baik pada sekolah, serta sebagai khasanah keilmuan, selain itu dengan adanya kerjasama dengan berbagai pihak dapat berkontribusi dalam pembiayaan dan prestasi siswa. Sehingga antara pihak sekolah dan masyarakat saling memberi masukan dan kerjasama demi tercapainya pendidikan yang bermutu.

Beberapa kontribusi yang bisa dilakukan sekolah bagi masyarakat, antara lain mencerdaskan kehidupan masyarakat, melahirkan warga masyarakat yang siap bagi kepentingan kerja dilingkungan masyarakat, dan melahirkan positif dan konstruktif bagi masyarakat sehingga tercipta integrasi sosial yang harmonis ditengah-tengah masyarakat. Dengan adanya kajian rutin yang dilakukan maka akan memberikan kontribusi bagi masyarakat untuk mendapatkan ilmu dengan adanya fasilitas yang disediakan disekolah¹⁶⁶.

¹⁶⁶ Observasi, Ponorogo, 21 Mei 2016

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Setelah mengetahui dan menemukan data, yang dibutuhkan selanjutnya peneliti akan melakukan analisa terhadap temuan yang ada. Dalam menganalisa data tersebut peneliti akan mencoba untuk mengonstruksikan antara data yang diperoleh dilapangan dengan teori-teori yang sudah ada, sehingga dari hasil analisa tersebut maka akan menghasilkan teori-teori yang baru.

Sebagaimana yang telah diterangkan dalam teknik analisis data dalam penelitian,peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif (pemaparan) dan data yang peneliti peroleh baik melalui observasi, wawancara,dan dokumentasi dan pihak-pihak yang mengetahui tentang data yang peneliti butuhkan sehingga data yang diperoleh akan lebih valid dan lengkap. Adapun data yang akan dipaparkan dan dianalisa peneliti adalah sesuai dengan data rumusan penelitian diatas. Untuk lebih jelasnya peneliti akan membahas sebagai berikut.

A. Pola Strategi Public Relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Glen M. Broom bahwa pola strategi public relations meliputi empat langkah pokok, yaitu defining the problem (or oportunity), planning and programming, taking action and communicating, dan evaluating the program.¹⁶⁷¹⁶⁸ Seperti yang telah

¹⁶⁷ Prayudi. Public Relations Stratejik. (Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012), 134

dikemukakan pada bab sebelumnya bahwa pola strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo memiliki empat komponen, antara lain:

Pertama, mendefinisikan masalah, yaitu menentukan masalah yang sedang dihadapi, bagaimana asumsi atau pandangan masyarakat terkait lembaga SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, permasalahan sebelumnya yaitu adanya anggapan masyarakat bahwa sekolah umum unggul dalam prestasi akademik sedangkan sekolah keagamaan unggul dari segi agama, sehingga sekolah berupaya untuk mewujudkan sekolah yang optimal dari segi keagamaan dan prestasinya sesuai dengan visi SDIT Qurrota A'yun Ponorogo, terbentuknya siswa-siswi yang berkepribadian islami, berprestasi optimal, kreatif dan mandiri. Dengan hal ini SDIT Qurrota A'yun Ponorogo berupaya untuk memenuhi harapan masyarakat demi tercapainya sekolah yang bermutu. Sehingga sekolah terbuka dan berusaha masukkan-masukkan dari masyarakat untuk analisis dan di simpulkan apa yang menjadi permasalahan sekolah atau lembaga pendidikan.

Menurut Alison Theaker dalam hal ini memiliki tujuan lembaga yang dapat diterima dan didukung baik dan publiknya. Ketika perbedaan muncul, perubahan bisa dilakukan sebelum isu sebenarnya atau masalah muncul. Kebijakan proaktif ini penting bagi pembuatan keputusan organisasi dan inilah alasan mengapa praktisi public relations menjadi bagian dari koalisi dominan.¹⁶⁹

¹⁶⁸ Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Glen M. Broom, 2000, *Effective Public Relations* (8 th), (Prentice –Hall, Inc:USA), 341

¹⁶⁹ Alison Theaker. *The Public Relation Handbook*. (London: Routledge , 2004), 56

Selain Alison Theaker menambahkan bahwa pada tahap ini kelompok fokus membantu dan melakukan komunikasi melibatkan publik dalam proses pengambilan keputusan organisasi membantu untuk mengelola konflik sebelum komunikasi kampanye dilakukan serta public relations mengelola konflik yang akan mungkin terjadi.¹⁷⁰

Kedua, melakukan perencanaan dan pemrograman, dengan melalui perencanaan yang matang dan melakukan program-program yang jelas usaha dalam mewujudkan lembaga pendidikan yang bermutu akan bisa terwujud sesuai harapan. Perencanaan strategis public relations meliputi membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program, mengidentifikasi public yang berkepentingan, menentukan kebijakan atau aturan untuk memandu pemilihan dan penentuan strategi, aksi dan komunikasi. Hal ini seperti yang dilakukan di SDIT Qurrota A'yun bahwa sebelum melakukan aksi atau implementasi terlebih dahulu melakukan perencanaan dan pemrograman sehingga proses implementasi program dapat berhasil sesuai program. Program-program yang direncanakan sekolah antara lain pameran sekolah, pertemuan wali murid, pentas seni, kajian keluarga sakinah dan program-program yang lain untuk meningkatkan kerjasama dengan masyarakat terutama pengguna jasa.

Ketiga, melakukan aksi dan komunikasi, Berdasarkan perencanaan strategis yang telah dipersiapkan dan disetujui, implementasi program aksi dan komunikasi yang dirancang untuk sasaran spesifik bagi masing-masing public dilakukan untuk mencapai tujuan program. Aksi-aksi korelatif

¹⁷⁰ Ibid, 90

berfungsi melayani kepentingan mutual organisasi dan publicnya.¹⁷¹ Dalam pelaksanaan hubungan sekolah dan masyarakat perlu diperhatikan koordinasi antara berbagai bagian dan kegiatan, dan didalam penggunaan waktu perlu adanya sinkronisasi.¹⁷² Hal ini seperti yang dilaksanakan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo bahwa pelaksanaan strategi public relations dengan melakukan kerjasama dan koordinasi dengan baik dengan berbagai pihakguna untuk mewujudkan lembaga pendidikan yang bermutu.

Keempat, melakukan evaluasi, Langkah terakhir meliputi menilai persiapan, implementasi, dan hasil pelaksanaan program. Evaluasi merupakan proses dari manajemen public relations karena akan memberikan kesimpulan mengenai keberhasilan program public relations yang dijalankan dan factor-faktor yang mempengaruhi berhasil atau tidaknya sebuah program yang dijalankan.¹⁷³ Kegiatan public relations di SDIT Qurrota A'yun dievaluasi atas dua kriteria: pertama efektifitasnya, yaitu sampai seberapa jauh tujuan telah tercapai. Kedua, efisiensinya, yaitu sampai seberapa jauh sumber yang ada atau yang potensial yang telah digunakan secara baik untuk kepentingan kegiatan hubungan masyarakat. Evaluasi ini dapat dilakukan pada waktu proses kegiatan sedang berlangsung atau pada akhir suatu program itu untuk melihat sampai seberapa jauh keberhasilannya.

Evaluasi ini dilakukan oleh semua pihak yang menjadi penanggung jawab yaitu kepala sekolah dan penyelenggara kegiatan. Misalnya dalam kegiatan pertemuan wali murid, apa yang yang menjadi harapan wali murid

¹⁷¹ Ibid, 143

¹⁷² Soetjipto dan Rafli Kosasi. Profesi Keguruan, 195

¹⁷³ Baskin, Otis, & Craig Aronoff. Public Relations;The Profession & The Practice. (Dubuque, IA: WM.C.Brown), 179 dalam Prayudi. Public Relations Stratejik. (Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012),149

dievaluasi kemudian dari sekolah harus berupaya memberikan langkah kedepan apayang akan dilaksanakan.

Evaluasi juga dilakukan melalui umpan balik dari orang tua. Umpan balik tersebut ada yang langsung diminta sekolah dan ada inisiatif dari orang tua untuk memberikan masukan kepada sekolah. Umpan balik rutin dilakukan ketika pengambilan raport semester, pengambilan raport tengah semester, pertemuan wali murid, dan yang paling sering hampir setiap minggu melalui buku penghubung.

Implikasi temuan ini terhadap pengelola lembaga pendidikan adalah agar pengelola pemikirandan menentukan pola strategi yang dikembangkan berdasarkan pada visi dan misi serta analisis lingkungan baik eksternalmaupun internal. Jika pengelola lembaga dapat menentukan strategi secara cepat, maka lembaga pendidikan lembaga tersebut akan memiliki posisi dan kualitasyang berbeda dibandingkan dibandingkan lembaga lain ang sejenis. Implikasi bagi peneliti lain adalah agar dilakukan penelitian lebih lanjut berkaitan dengan strategi public raelations dalam lembaga pendidikan.

B. Implementasi Pola Strategi Public Relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo

Public relations dapat dikatakan sebagai jembatan dalam sekolah untuk menciptakan hubungan dengan siapa saja yang dapat memberikan timbal balik serta untuk kemajuan lembaga. Public relations mempunyai peran penting dalam segala bidang sesuai dengan fungsinya, yakni membentuk hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya, baik itu publik internal maupun publik eksternal.

Upaya dalam meningkatkan hubungan yang baik dengan publicnya dan sekolah membuat beberapa program. Dalam mengimplementasikan program memerlukan strategi. Strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo melalui beberapa beberapa kegiatan yaitu kegiatan eksternal dan internal. Kegiatan eksternal meliputi penyebaran informasi melalui televisi, radio, media cetak. Kegiatan internal melalui rapat dewan guru, upacara sekolah, buku penghubung. Program kegiatan yang dilakukan sekolah antara lain kajian keluarga sakinah, pertemuan rutin wali murid, pembuatan buletin, mading karya siswa.

Berdasarkan perencanaan strategi yang telah dipersiapkan dan disetujui, pelaksanaan program dan komunikasi SDIT Qurrota A'yun Ponorogo dirancang untuk sasaran spesifik bagi masing-masing public dilakukan untuk mencapai tujuan program. Strategi pelaksanaan berkonsentrasi pada peyesuaian dan adaptasi didalam lembaga. Agar implementasi perubahan berhasil, pihak manajemen dan praktisi public relations harus memandang public relations lebih dari sekedar publisitas dan komunikasi persuasif. Konsekuensinya ada keinginan yang serius dari pihak manajemen untuk melakukan perubahan dalam rangka menjaga hubungan baik dengan public organisasi yang pada akhirnya menunjang produktivitas atau tujuan organisasi secara keseluruhan.

Implementasi program di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo memerlukan keahlian berkomunikasi yang terencana. Program yang dikembangkan pada tahapan penyusunan strategi harus bisa dikomunikasikan pada public organisasi. Public relations berfungsi untuk menciptakan iklim yang kondusif

dalam mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi masyarakat antara pejabat humas dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama, melalui berbagai macam aspek-aspek pendekatan atau strategi, yaitu: strategi operasional, pendekatan persuasif atau edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial humas, pendekatan kerja sama.¹⁷⁴

Pelaksanaan strategi ini seperti yang telah dibahas pada bab sebelumnya bahwa implementasi strategi yang dilaksanakan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo antara lain strategi operasional, pendekatan persuasif atau edukatif, pendekatan tanggung jawab sosial humas, pendekatan kerja sama.

Implementasi strategi public relations di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo melalui beberapa strategi, antara lain: strategi operasional terkait budaya sosial dan nilai yang berlaku dimasyarakat informasi melalui beberapa media masa baik dari surat kabar, majalah, group, website, lewat blog. Pendekatan edukatif dan persuasif, melalui kajian keluarga assakinah dan pertemuan rutin wali murid. Pendekatan tanggung jawab sosial humas, antara sekolah dan wali murid harus kerjasama dan bertanggung jawab dalam mewujudkan lembaga yang bermutu, melalui penyampaian langsung kepada guru atau melalui buku penghubung terkait perkembangan putra putriya. Pendekatan kerjasama, dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan melalui kerjasama dengan korda ponorogo, Jaringan Sekolah Islam Terpadu (JSIT) Jatim, dan Dinas.

¹⁷⁴ Muslimin. Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian. (Malang: UMM Press. 2004), 71

Dalam mengimplementasikan strategi pesan yang dirancang untuk tiap public sasaran dipastikan mendukung pencapaian sasaran dan objectives program begitu juga dengan kepentingan masing-masing public. Pesan harus singkat, langsung, dan jelas.

Implikasi temuan ini bagi pengelola lembaga pendidikan adalah agar dalam melaksanakan strategi yang telah ditetapkan selalu ditunjuk penanggung jawab program disertai dengan struktur kerja yang jelas. Hal ini untuk menghindari overlapping kerja antara satu personil dengan personil yang lain. Implikasi bagi peneliti lain adalah agar dilakukan penelitian lebih jauh terkait pengaruh implementasi strategi terhadap keberhasilan kinerja sebuah lembaga pendidikan.

C. Kontribusi Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan

Salah satu indikator keberhasilan suatu lembaga adalah image yang baik dalam memberikan hasil nyata dan berorientasi tujuan. Berkaitan dengan hal tersebut keberadaan public relations dirasa sangat penting pada suatu lembaga. Menjalankan fungsi manajemen menjadi public relations sangat menentukan kesuksesan dan kegagalan suatu lembaga dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan publiknya.

Public relations memiliki peran untuk menciptakan hubungan yang saling pengertian baik dalam lingkungan internal maupun eksternal. SDIT Qurrota A'yun Ponorogo berupaya memberikan kontribusi melalui tiga point utama yang menjadi fokus, yaitu mempertahankan, meningkatkan, dan memperbaiki. Mempertahankan dan meningkatkan dilakukan untuk

memperoleh citra positif suatu lembaga dimata publiknya baik internal maupun eksternal.

SDIT Qurrota A'yun Ponorogo berupaya kuat untuk menunjukkan profesionalitas dan memberikan kontribusi nyata untuk pembuatan langkah selanjutnya sebuah lembaga. Agar hal ini bisa dicapai maka praktisi harus berupaya meraih dukungan dan pengertian pihak manajemen. Selain itu perlu mengembangkan kompetensi public relations yang tidak hanya menjadi teknisi. oleh karena itu perlu mengembangkan pengetahuan, ketertarikan, dan perspektif personal: belajar berfikir seperti pemimpin sambil mengembangkan perspektif independen dan berorientasi pada isu.

Kontribusi yang diberikan sekolah kepada masyarakat yang itu upaya sekolah dalam mendidik siswa agar menjadi anak cerdas dan bekarakter islami sesuai dengan ajaran Rosullullah SAW. Menurut Burhanuddin Salam, beberapa kontribusi yang bisa dilakukan sekolah bagi masyarakat, antara lain mencerdaskan kehidupan masyarakat, melahirkan warga masyarakat yang siap bagi kepentingan kerja dilingkungan masyarakat, dan melahirkan positif dan konstruktif bagi masyarakat sehingga tercipta integrasi sosial yang harmonis ditengah-tengah masyarakat.¹⁷⁵

Dalam posisi yang sebaliknya, masyarakatpun dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan dan kemajuan sekolah. Bentuk kontribusi masyarakat yang bisa diberikan di SDIT Qurrota A'yun Ponorogo adalah sumbangan pemikiran terhadap orientasi dan tujuan pendidikan. Masyarakat dapat memberi masukan pada pihak SDIT Qurrota A'yun

¹⁷⁵ Burhanuddin Salam. Pengantar Pedagogik, Dasar-Dasar Ilmu Mendidik (Jakarta: RinekaCipta, 1997), 139

Ponorogo tentang ide idealitas sekolah seperti apa yang mereka inginkan. Sambungan pemikiran masyarakat ini sangat berharga sebab masukan masukan dari pihak eksternal, terkadang sangat cerdas dan tidak pernah terpikirkan oleh pihak sekolah.

Kontribusi strategi public relations dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan di SDIT Qurrota a'yun Ponorogo yaitu sebagai salah satu sarana menyampaikan informasi dan promosi sekolah, mengcover kegiatan sekolah, sebagai evaluasi dan persiapan akreditasi yang sangat baik pada sekolah, serta sebagai khasanah keilmuan. selain itu dengan adanya kerjasama dengan berbagai pihak dapat berkontribusi dalam pembiayaan dan prestasi siswa.. Sehingga antara pihak sekolah dan masyarakat saling memberi masukan dan kerjasama demi tercapainya pendidikan yang bermutu.

Implikasi temuan ini bagi lembaga pendidikan adalah perlu adanya upaya untuk selalu mengkaji lingkungan eksternal dan internal. Berusaha untuk menjalin hubungan yang baik, agar sekolah sesuai dengan harapan masyarakat. Implikasi bagi peneliti lain perlu adanya kajian lebih terhadap pengaruh peran humas terhadap organisasi pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Anam, M. Choirul. Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Pendidikan . INSURI Ponorogo. 2011
- Anggara, M. Linggar. Teori Dan Profesi Kehumasan: Serta Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara. 2008.
- Arifin, Anwar. Strategi Komunikasi. Bandung: Armilo, 1984.
- Arifin, Imron. Penelitian Kualitatif Dalam Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keagamaan. Malang: Kalimasahada Press, 1996.
- Cutlip, Scott M., et.al. Efektive Public relations. Jakarta: Kencana. 2011.
- Denim, Sudarwan. Otonomi Manajemen Sekolah. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Fattah, Nanang. Landasan Manajemen Pendidikan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2013.
- Fuad, Nurhattati. Manajemen Pendidikan Berbasis Masyarakat: Konsep Strategi Dan Implementasi. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014.
- Gunawan, Imam. Metode Penelitian Kualitatif : Teori Dan Praktik. Jakarta: PT Bumi Aksara: 2013.
- Moleong, Lexy. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Morissan. Manajemen Public relations: Strategi Menjadi Humas Professional. Jakarta: Prenada Media Group. 2008.
- Mubin, Nurul. Pengaruh Public Relations Terhadap Citra Perusahaan. UVM "Veteran" Jatim. 2013
- Muhaimin. Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah. Jakarta: Kencana, 2009.

- Mukhibat, Manajemen Berbasis Sekolah. Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2012.
- Mulyana, Deddy. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mulyasa, E. Kurikulum Berbasis Kompetensi; Konsep, Karakteristik Dan Implementasi. Bandung; PT. Remaja Kompetensi, 2002.
- _____. Manajemen Berbasis Sekolah: Konsep, Strategi Dan Implementasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2003.
- _____. Menjadi Kepala Sekolah Profesional. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Muslimin. Hubungan Masyarakat Dan Konsep Kepribadian . Malang: UMM Press. 2004.
- Muzir, Inyik Ridwan. Hermeneutika Filosofis Hans-Georg Gadamer. Yogyakarta: Ar-Ruz Media, 2008.
- Naim, Ngainun. Dasar – Dasar Komunikasi Pendidikan. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- _____. Rekonstruksi Pendidikan Nasional. Yogyakarta: Teras, 2010.
- Nasution, M.N. Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Manajemen. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004.
- Nova, Firsan. Crisis Public Relations. Jakarta: Rajawali Pers. 2011
- Prayudi. Public Relations Stratejik. Yogyakarta: Komunikasi UPN Press, 2012.
- Purwanto, M. Ngalm. Administrasi Dan Supervisi Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Purnomo, Setiawan Hari. Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996.
- Qomar, Mujamil. Manajemen Pendidikan Islam. Malang: Erlangga, 2007.

- Redaksi Sinar Grafika, Undang-Undang Sisdiknas (UU RI No. 20 Th. 2003), Jakarta:Sinar Grafika Offset, 2009.
- Rohiat. Manajemen Sekolah: Teori Dasar Dan Praktik. Bandung: PT Refika Aditama, 2010.
- Ruslan, Rosady. Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2003
- Sagala, Syaiful. Manajemen Strategic Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Salam. Burhanuddin. Pengantar Pedagogik, Dasar-Dasar Ilmu Mendidik. Jakarta: RinekaCipta, 1997
- Sallis, Edward. Total Quality Manajemen In Education. Jogjakarta: IRCiSoD, 2006.
- Silalahi, Gabriel Amin. Metodologi Penelitian Studi Kasus. Sidoarjo: Citramedia, 2003
- Soetjipto dan Kosasi, Raflis. Profesi Keguruan. Jakarta: Rineka cipta: 2009.
- Sugiono. Penelitian Kuantitatif Metode, Kuantitatif Dan R & D Bandung: CV. Alfabeta, 2009.
- Sukirman, Hartati, dkk. Administrasi Dan Supervisi Pendidikan. UNY.tt.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Suparlan. Manajemen Berbasis Sekolah: Dari Teori Sampai Dengan Praktik. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Suprihatiningrum, Jamil. Guru Profesionalitas, Pedoman Kinerja Kualifikasi Dan Kompetensi Guru. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2013.
- Theaker, Alison. The Public Relation Handbook. London: Routlenge , 2004
- Wahjosumidjo. Kepemimpinan Kepala Sekolah: Tinjauan Teoritik Dan Permasalahannya. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- Rachmad Faisal Harahap <http://news.okezone.com/read/2013/06/01/373/816065/astagari-peringkat-ke-64-untuk-pendidikan>), diakses tanggal 12 november 2015.