



 media akademi

MANAJEMEN HUMAS SEKOLAH

Dr. Abdul Rahmat, M.Pd.

MANAJEMEN HUMAS SEKOLAH

MANAJEMEN HUMAS SEKOLAH

Dr. Abdul Rahmad M.Pd.

 media akademi

MANAJEMEN HUMAS SEKOLAH, oleh *Dr. Abdul Rahmat, M.Pd.*

Hak Cipta © 2016 pada penulis

 **media akademi**

Ruko Jambusari 7A Yogyakarta 55283

Telp: 0274-889398; 0274-882262; Fax: 0274-889057;

E-mail: info@mediaakademi.com; Web: www.mediaakademi.com

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, secara elektronis maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit.

ISBN:

Cetakan pertama, tahun 2016

Semua informasi tentang buku ini, silahkan scan QR Code di cover belakang buku ini



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, kepada Allah SWT jualah kita menampaikan puji syukur dengan selesainya penyusunan buku ini. Hal ini didedikasikan kepada sekolah sebagai lembaga sosial yang diselenggarakan dan dimiliki oleh masyarakat. Sekolah mempunyai kewajiban secara legal dan moral untuk selalu memberikan penerangan kepada masyarakat tentang tujuan-tujuan, program-program, kebutuhan dan keadaannya, dan sebaliknya sekolah harus mengetahui dengan jelas apa kebutuhan, harapan dan tuntutan masyarakat. Makin majunya pengertian masyarakat akan pentingnya pendidikan anak-anaknya, maka merupakan kebutuhan vital bagi sekolah dan masyarakat untuk menjalin kerjasama. Kerjasama tersebut dimaksudkan demi kelancaran pendidikan di sekolah pada umumnya, dan untuk meningkatkan prestasi belajar siswa pada khususnya.

Dalam buku ini ditegaskan sekolah yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat lingkungannya, sebaliknya masyarakat pun tidak dapat dipisahkan dari sekolah. Dikatakan demikian, karena keduanya memiliki kepentingan, sekolah merupakan lembaga formal yang disertai mandat untuk mendidik, melatih

dan membimbing generasi muda bagi peranannya di masa depan, sementara masyarakat merupakan pengguna jasa pendidikan itu. Hubungan sekolah masyarakat merupakan bentuk komunikasi ekstern yang dilakukan atas dasar kesamaan tanggung jawab dan tujuan. Masyarakat merupakan kelompok dan individu-individu yang berusaha menyelenggarakan pendidikan atau membantu usaha-usaha pendidikan.

Keterlibatan partisipasi masyarakat pada sekolah sangat penting. Tanpa partisipasi masyarakat, sekolah hanya akan merupakan organisasi yang kering dan tidak dapat memenuhi kebutuhan dan tujuan masyarakat. Partisipasi masyarakat memiliki kewenangan dalam segala aspeknya. Selamat Membaca!

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 HAKIKAT SEKOLAH DAN SEJARAH MANAJEMEN HUMAS	1
1.1 Konsep Sekolah	1
1.2 Sekolah dan Kehidupan Sosial	3
1.3 Apa sih pentingnya sekolah?	4
1.4 Lahirnya Manajemen Humas Sekolah	7
BAB 2 KEBUTUHAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM PENDIDIKAN	11
2.1 Pengertian Humas	11
2.2 Tujuan dan Fungsi Humas	15
2.3 Tugas dan Kewajiban Humas	21
BAB 3 RUANG LINGKUP MANAJEMEN HUMAS PENDIDIKAN	25
3.1 Peranan Kepemimpinan Sekolah	25
3.2 Ruang Lingkup Humas Sekolah	28

BAB 4 LANDASAN HUMAS PENDIDIKAN	33
4.1 Humas Sebagai Alat Manajemen Pendidikan	33
4.2 Model <i>Strategic Management</i> Untuk Humas Pendidikan	37
BAB 5 KEPEMIMPINAN HUMAS PENDIDIKAN	45
5.1 Karakteristik Sekolah	45
5.2 Gaya Kepemimpinan Kepala Sekolah	47
5.3 Peran Kepala Sekolah	54
BAB 6 FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN HUMAS	63
6.1 Perencanaan	63
6.2 Pengorganisasian	66
6.3 Monitoring dan Evaluasi	67
6.4 Pengendalian/Kontroling	70
6.5 <i>Employee Relations</i> Sebagai Kegiatan Humas	71
BAB 7 KEDUDUKAN HUMAS DALAM ADMINISTRASI SEKOLAH	77
7.1 Humas dalam Administrasi Sekolah	77
7.2 Humas di Sekolah	79
7.3 Pelembagaan Partisipasi Masyarakat	83
BAB 8 MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN	91
8.1 Konsep Dasar Pemasaran Pendidikan	91
8.2 Sekolah Berbasis Kepuasan Pelanggan	95
8.3 Penerapan Pemasaran Pendidikan	98
BAB 9 KELOMPOK MASYARAKAT PADA ORGANISASI PENDIDIKAN	103
9.1 Dewan Pendidikan	103
9.2 Komite Sekolah	105
9.3 Tata Kelola dan Kepengurusan	113
9.4 Hubungan Sekolah dan Orang Tua Murid	116

BAB 10 HUBUNGAN SEKOLAH DENGAN MASYARAKAT	119
10.1 Pengertian Hubungan sekolah dengan Masyarakat	119
10.2 Tujuan Hubungan Sekolah dengan Masyarakat	121
10.3 Prinsip-Prinsip Pelaksanaan Hubungan Sekolah dengan Masyarakat	125
10.4 Teknik dan bentuk hubungan sekolah dan masyarakat	130
BAB 11 PERAN SERTA MASYARAKAT DALAM PENINGKATAN MUTU SEKOLAH	139
11.1 Pengertian Peran Serta Masyarakat	139
11.2 Komponen-komponen Peran Serta Masyarakat	143
11.3 Bentuk-Bentuk Partisipasi Masyarakat	144
11.4 Peran dan Partisipasi Orangtua dan Masyarakat	148
11.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat	153
BAB 12 KOMUNIKASI HUMAS SEKOLAH DENGAN PERS	157
12.1 Pers dan Fungsinya	157
12.2 Pers sebagai Media Komunikasi	158
12.3 Macam-macam Media Masa dalam Public Relation	162
DAFTAR PUSTAKA	169

Bab 1

HAKIKAT SEKOLAH DAN SEJARAH MANAJEMEN HUMAS

1.1 KONSEP SEKOLAH

Jika kita telusuri ulang ke belakang hakikat sekolah, maka kita akan menemukan bahwa sekolah itu pada mulanya dijadikan tempat untuk menggali, mengembangkan dan mendiseminasikan ilmu pengetahuan kepada para siswa. Sekolah adalah sebuah lembaga yang dirancang untuk pengajaran siswa /murid di bawah pengawasan guru. Sebagian besar negara memiliki sistem pendidikan formal. Dalam sistem ini, siswa kemajuan melalui serangkaian sekolah. Nama-nama untuk sekolah-sekolah ini bervariasi menurut negara, tetapi umumnya termasuk sekolah dasar untuk anak-anak muda dan sekolah menengah untuk remaja yang telah menyelesaikan pendidikan dasar.

Pada zaman Anaxagoras (500-428 SM). Anaxagoras yang dianggap sebagai guru dari Socrates mengemukakan bahwa "*an all-pervading nous (world-mind) ordered the physical world by combining particles from the undifferentiated mass of the universe*". ("semua hal yang meliputi alasan dan pengetahuan mengatur dunia nyata dengan cara menggabungkan partikel-pertikel dari masa yang tidak diturunkan dari alam semesta"). Pendapatnya tersebut

disampaikan kepada Socrates (470-399 SM) yang juga merupakan seorang filsuf yang mengawali “tanya-jawab” sebagai metoda pembelajaran untuk menyampaikan ilmu pengetahuan.

Sejak Anaxagoras sampai Socrates belum ada konsep tentang sekolah. Baru pada zaman Plato (427-347 SM) yang merupakan murid terpenting dari Socrates, konsep sekolah mulai diperkenalkan. Plato mendirikan sebuah sekolah yang sangat berpengaruh di dekat Athena pada tahun 387 SM. Hasil-hasil pemikiran Plato ditulis dalam bentuk “surat” dan “dialog”. Pada zaman filsuf tersebut, nampak jelas bahwa sesungguhnya hakikat sekolah tidak ditekankan pada Institusinya itu sendiri, tetapi lebih pada hakikatnya yaitu sebagai sarana untuk menggali, mengembangkan, dan mendiseminasikan ilmu pengetahuan.

Seperti dijelaskan di atas bahwa hakikat sekolah pada awalnya tidak ditekankan pada eksistensi lembaganya melainkan pada fungsinya. Seorang kritikus pendidikan Amerika Serikat yang bernama John Apdike menyatakan sebagai berikut: *The Founding Fathers in their wisdom decided that children were an unnatural strain on parents. So they provided jails called schools, equipped with tortures called an education. School is where you go between when your parents can't take you and industry can't take you.* Kritikus tersebut jelas merasa “jengkel” dengan penyelewengan fungsi sekolah sehingga ia menganggap bahwa sekolah adalah penjara (*jails*) dan pendidikan sebagai penyiksaan (*tortures*). Di samping itu, ia juga mengatakan bahwa sekolah adalah tempat penitipan anak-anak dan tempat menerpa diri sebelum akhirnya industri membutuhkan anak-anak itu.

Kecenderungan seperti ini pun mulai tampak di masyarakat kita, dimana orang tua mulai kurang peduli terhadap pendidikan dan keadaan anak-anak di sekolah. Para orang tua di masyarakat kita mulai beranggapan bahwa **sekolah adalah satu-satunya lembaga yang bertanggung jawab terhadap pendidikan anak**

mereka. Hanya sebagian kecil orang tua yang beranggapan bahwa sesungguhnya peranan orang tua di rumah adalah tidak kalah pentingnya dengan sekolah itu sendiri. Sehingga hanya sedikit orang tua yang memiliki kesadaran bahwa sesungguhnya hakikat sekolah tidak ditekankan kepada lembaganya (institusinya) tetapi kepada fungsinya. Jika pemahaman tentang hakikat sekolah terjadi dalam masyarakat luas maka “sekolah” akan menjadi milik kita dan berada dimana-mana, sehingga menjadi pemicu bagi tumbuhnya kesadaran bersama dalam mendidik seluruh anak-anak kita.¹

1.2 SEKOLAH DAN KEHIDUPAN SOSIAL

Dalam tulisannya, “My Pedagogic Creed”, John Dewey menyatakan filosofinya mengenai pendidikan. Menurutnya, anak merupakan individu sosial.² Setiap anak terlahir dengan potensi yang berkembang dan beradaptasi seiring dengan tuntutan-tuntutan dari kondisi sosial yang ia hadapi.

Baginya, pendidikan anak tidak dapat dilakukan tanpa mengaitkannya dengan kehidupan sosial mereka. Dengan demikian, ia berpendapat bahwa pendidikan tidak mungkin dilakukan untuk mempersiapkan anak menghadapi kondisi sosial tertentu yang tidak dihadapinya saat ini. Keyakinannya mengenai anak dan hakikat pendidikan mereka memiliki konsekuensi logis bagi pendapatnya mengenai bagaimana seharusnya lembaga pendidikan, mata pelajaran, dan peran sekolah bagi kehidupan sosial. Mengenai sekolah, ia berpendapat bahwa sekolah harus dapat merepresentasikan kondisi sosial yang sedang dihadapi anak, bukan mempersiapkan mereka untuk menghadapi masa depan. Menurutnya, pendidikan yang tidak dilakukan untuk menjawab tantangan sosial anak hanya akan menciptakan realitas semu yang akan menghambat bahkan membunuh potensi mereka. Sekolah harus secara bertahap mampu membawa anak keluar dari kehidupan sosial di rumah mereka dan di saat yang bersamaan juga harus mampu menyederhanakan

kehidupan sosial masyarakat saat itu. Sedangkan ujian digunakan untuk menguji kemampuan anak menghadapi kehidupan sosial mereka.

Dewey berpendapat bahwa seluruh mata pelajaran haruslah saling terkait dimana aktifitas, pengalaman, dan kehidupan sosial anak merupakan porosnya. Menurutnya, tidak ada urutan mata pelajaran pada kurikulum sekolah yang ideal. Dengan begitu, perkembangan pendidikan anak tidak ditunjukkan oleh urutan materi pelajaran melainkan perkembangan dari sikap dan minat mereka terhadap aktifitas, pengalaman, dan kehidupan sosial. Minat anak merupakan tanda dan gejala berkembangnya potensi anak. Karena itu, pengamatan yang cermat dan berkelanjutan atas perkembangan minat anak sangatlah penting dilakukan oleh pendidik. Terkait dengan tujuan dasar pendidikan, menurutnya sekolah memiliki peran utama untuk membangun kesadaran sosial anak. Upaya menyesuaikan perilaku individu anak dengan kesadaran sosial merupakan satu-satunya cara untuk membangun kehidupan sosial yang baik.

1.3 APA SIH PENTINGNYA SEKOLAH?

Sebuah pertanyaan yang terkadang muncul dibenak pikiran kita, para pelajar terutama. Nah lewat Tulisan ini mari kita renungkan kembali kenapa kita perlu untuk bersekolah.

Berikut ini beberapa manfaat yang dijamin akan kita dapatkan kalau kita bersekolah dengan baik,

1. Untuk memiliki *skill* dan kemampuan yang kelak pasti akan berguna bagi kehidupan.

Contoh:

Kita bisa membaca karena kita belajar bukan? Nah kemampuan membaca adalah salah satu kemampuan baik yang kita miliki setelah kita menempuh pendidikan, terutama pendidikan di

sekolah. Untuk itu agar makin banyak keterampilan yang kita miliki maka akan lebih baik jika kita bersekolah.

2. Untuk menjadi pribadi yang pantas dibayar mahal, sekarang ini jaman uang bukan? Uang tidak menjamin kebahagiaan, tapi dengan adanya uang mudah-mudahan kita bisa jadi orang kaya yang baik hati, dan berbahagia. Nah kalau mau jadi orang kaya jelas kita harus pantas dibayar mahal, nah agar pantas dibayar mahal maka syaratnya adalah mampu dan bisa. Dan untuk mencapai mampu tadi jelas kita harus belajar.
3. Untuk tahu banyak hal baru, ada banyak ilmu yang akan kita dapatkan jika kita bersekolah dengan baik. Nah dari sana kita akan menjadi semakin bijak dalam menjalani hidup.³

Ilmu pengetahuan, keterampilan, pendidikan merupakan unsur dasar yang menentukan kecekatan seseorang berpikir tentang dirinya dan lingkungannya. Seseorang yang mampu mengubah dirinya menjadi lebih baik diharapkan mampu mengubah keluarganya, kelak mengubah daerahnya dan kemudian mengubah negaranya serta mengubah dunia dimana dia hidup. Seperti puisi seorang suster yang sangat mengharapkan terciptanya kedamaian di muka bumi ini. Seseorang memiliki eksistensi tentang arti penting dirinya dan kehidupan yang diberikan Tuhan bagi dia dan sangat disayangkan jika itu berbuah dalam kesiasiaan.

Jika kita melirik sebentar ke negara-negara di Barat, mereka memberi perhatian penting terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, pendidikan dan keterampilan sebab hal itu bagi mereka merupakan asset, modal utama untuk boleh andil bersaing dengan yang lain. Misalnya saja, negara USA dengan penemuan-penemuan baru di bidang IPTEK, yang dapat dijadikan sebagai "nilai jual" ke negara lain tanpa menghilangkan keoriginalan penemuan awal yang mereka lakukan. Mereka tidak segan-segan harus mengeluarkan berjuta dolar untuk merealisasikan penemuan mereka.

Kita sebagai warga negara Indonesia tidak menuntut seperti itu di negara kita sebab melihat kondisi pendidikan masih jauh perlu pembenahan di berbagai bidang pendidikan. Sekalipun demikian realitanya, bukan berarti kita hanya berpangku tangan saja dan menonton berharap dari negara lain yang akhirnya di era free trade ini kita tidak lagi mampu maju untuk memberdayakan diri agar layak bersaing dan layak jual. Kita boleh bermimpi tapi hati-hati jangan menjadi pemimpi.⁴

Kata bijak dari seorang berkebangsaan China yang menyatakan:

*Give a man a fish
And you will feed him for a
meal But
Teach a man how to fish And
you will feed him for life*

Kata bijak yang sangat menggugah kita yang mempunyai arti “berikan pada seseorang seekor ikan maka kamu memberi dia hanya sekali makan tapi ajarilah seseorang untuk memancing maka kamu telah memberi dia makan seumur hidupnya.” Suatu ungkapan yang boleh diberi acungan jempol. Dalam ungkapan itu tersimpan makna yang ingin disampaikan adalah manusiakan manusia agar ia menjadi manusia, berdayakan, didik, latih, beri keterampilan agar kelak dia yang memberdayakan dan bertanggungjawab pada dirinya, kehidupannya serta masa depannya.

Kaum muda adalah pemegang kunci di setiap daerah, pemuda adalah penerus bangsa. Adalah realita yang harus kita akui bahwa pemuda-pemuda bangsa kita, sebelum maju bersaing sudah hampir kalah bersaing, tetapi tidak ada kata terlambat, sekarang juga mari semua kita perlengkapi anak-anak, diri kita untuk menjadi manusia-manusia kunci sebagai langkah menuju manusia yang siap pakai dan mempunyai daya kreatif tinggi serta bernilai jual yang layak di dunia Internasional. Tidak mudah tapi

kita mampu. Mari kita buktikan kepada dunia bahwa kita sebagai anak bangsa sanggup berkreasi di kancah dunia.

1.4 LAHIRNYA MANAJEMEN HUMAS SEKOLAH

Menurut sejarah, pada awalnya memunculan istilah Manajemen Humas berkenaan dengan suatu metode *public relations* saata menghadapi suatu puncak krisis ada tahun 1906. Saat itu terjadi pemogokan total buruh diindustri pertambangan batu bara di Amerika Serikat. Sebagai akibatnya adalah terancamnya keluncuhan total industry batu bara terbesar di Negara tersebut.

Pada titik puncak yang berlangsung tersebut,muncul Ivy Ledbetter Lee (cutlip. Et. Al.2000:116), seorang tokoh Public Relations /Humas pertama, yang berlatar belakang seseorang jurnalis. Beliau mengajukan Manajemen Humas sebagai salah satu solusi atau sebagai jalan keluar untuk mengatasi krisis yang tengah terjadi di industri batu bara di Amerika Serikat sebagai akibat pemogokan massal untuk meminta kenaikan upah.

Untuk memecahkan permasalahan tersebut Ivy Lee mengajukan beberapa usulan atau persyaratan yang bersifat revolusioner dan merupakan terobosan besar dalam peranan PR/ Humas untuk mampu mengatasi masalah besar pada waktu itu melalui suatu konsepsi prinsip-prinsip dasar yaitu:

Pertama

1. Membentuk manajemen humas untuk mengatur arus informasi/ berita secara terbuka.
2. Bekerja sama dengan pihak pers.
3. Duduk sebagai tol pimpinan perusahaan, dan langsung sebagai pengambil keputusan tertinggi (*decision maker*) dan (*policy maker*). Dalam hal ini Ivy Lee, ditunjuk sebagai *Exekutif Assistant to President Director* dalam struktur manajemen perusahaan.

Kedua

Memiliki wewenang penuh dalam melaksanakan fungsi dan peranan sebagai Pejabat Humas untuk mengelola manajemen Humas/PR.

Ketiga

Manajemen Humas, yang notabene terkait dengan manajemen perusahaan industri pertambangan batu bara tersebut harus bersifat informasi terbuka (*open communication*), baik kepada khalayak/public, pekerja, mampu pihak pers. Dimana mengacu pada *Declaration of principles* atau prinsip-prinsip dasar.

Jadi dalam kalimat “Manajemen Krisis dan Humas” tersebut terkandung pengertian tentang kemampuan praktisi Humas (*public relations officer*) untuk memimpin, melakukan peranan komunikasi dan pengelola saluran informasi (*management of communication*) demi tercapai pemahaman suatu permasalahan. Terkandung pula kemampuan praktis humas untuk mengatasi krisis (*sense of crisis recovery*), kepentingan publikasi dan menciptakan citra positif bagi lembaga/organisasi yang diwakilinya itu. Pelaksanaan komunikasi timbal balik antara lembaga/organisasi dan publiknya dilakukan oleh pihak PR/Humas dengan membentuk “Manajemen Humas” baik secara teknis operasional maupun manajerialnya. Oleh karena itu pejabat humas dan stafnya mempunyai tanggung jawab dan wewenang untuk menyusun program acara (*special events program & agenda setting*) mulai dari pengumpulan data, definisi masalah, melakukan perencanaan, pelaksanaan, komunikasi hingga mengadakan pengawasan/penilaian hasil yang dicapai baik secara kualitas maupun kuantitas.

Faktor yang cukup penting dalam hasil atau tidaknya pelaksanaan program acara atau aktifitas kerja Humas/PR yang telah disusun tersebut, adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana perencanaan kerja dan komunikasi dari Humas/PR untuk mencapai tujuan utama.
2. Bagaimana peranan untuk melaksanaannya, dan menilai program kerja PR.
3. Bagaimana menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik dalam, yaitu sebagai berikut:
 - a. Penyampaian pesan (*message*),
 - b. Mengelola dan menyalurkan arus informasi (*communication channel*) kepada publiknya (komunikan) dengan tujuan yang mencapai citra positif (*effect*) bagi organisasi yang aiwaklinya itu.

Semua ini dinamakan semua aspek teknis operasional dan manajerial dari PRO/Pejabat Humas bersangkutan. Dapat pula disebut sebagai proses pelaksanaan fungsi-fungsi dan konsepsi dari Manajemen Humas suatu perusahaan saat sedang mengantisipasi dan menghadapi suatu krisis yang akan terjadi.

-
- 1 [Http://edukasi.kompasiana.com/2013/02/06/back-to-school-meluruskan-kembali-hakikat-sekolah-526073.html](http://edukasi.kompasiana.com/2013/02/06/back-to-school-meluruskan-kembali-hakikat-sekolah-526073.html), diakses 2 Januari 2015
 - 2 [Http://muhtarahmad.org/2014/07/hakikat-pendidikan-sekolah-dan-kehidupan-sosial/](http://muhtarahmad.org/2014/07/hakikat-pendidikan-sekolah-dan-kehidupan-sosial/) diakses 2 Januari 2015
 - 3 <https://www.facebook.com/Pramuka.SmaYadikaLlg/posts/176704909147437> diakses 7 Januari 2015
 - 4 [Http://www.forumsains.com/pendidikan/apa-pentingnya-sekolah/](http://www.forumsains.com/pendidikan/apa-pentingnya-sekolah/) diakses 12 Januari 2015

Bab 2



KEBUTUHAN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM PENDIDIKAN

2.1 PENGERTIAN HUMAS

Istilah hubungan masyarakat pertama kali dideklarasikan oleh Presiden Amerika Serikat, Thomas Jefferson, pada tahun 1807.¹ Humas pada awalnya berkembang dari dunia hiburan dengan munculnya era press agency. Pada masa ini para press agent menggunakan segala cara termasuk memanipulasi informasi asalkan pengguna jasa mereka menjadi terkenal. Era ini dikenal sebagai era dimana praktek humas dipakai secara negatif, sebuah era manipulatif. Komunikasi digunakan masih bersifat satu arah (*one way communication*).

Saat ini perkembangan humas menuju ke arah mutual understanding. Dimana pada era ini humas berupaya menjalin komunikasi dua arah yang seimbang antara sebuah organisasi dengan publiknya. Sehingga cara-cara yang digunakan memiliki etika untuk memperoleh dukungan dan kedudukan yang baik di tengah-tengah masyarakat. Komunikasi yang dijalan antara organisasi dan publik pada masa ini adalah two-way asymmetrical

model atau hubungan dua arah asimetris. Artinya, hubungan yang ada telah mengenal feedback dari publik ke organisasi, namun umpan balik tersebut hanya untuk keuntungan organisasi. Pada akhirnya, humas harus menjadi hubungan dua arah yang simetris (*two-way symmetrical model*), yaitu hubungan yang terjalin dengan baik antara kedua belah pihak yang saling mempunyai umpan balik, sebagai keuntungan bersama-sama, baik organisasi maupun publik.

Hubungan masyarakat atau *Public Relations* adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga/ institusi dengan masyarakat.²

Humas adalah sebuah seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/ lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat yang terkait.

Public Relations merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya.

Hubungan masyarakat (Humas) atau *Public Relations* (PR) adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalahpahaman dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga. Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Humas adalah segala bentuk kontak dan hubungan yang diadakan oleh suatu organisasi dengan semua bentuk “publik” baik internal maupun eksternal, hubungan ini adalah meliputi semua bentuk komunikasi. Harus diingatkannya, bahwa untuk terbentuknya suatu komunikasi harus terdapat unsur menerima dan memberi” atau dialog - dialog dengan pihak - pihak yang berhubungan, dan unsur - unsur yang ada di dalamnya (humas) adalah: 1) fungsi manajemen, 2) fungsi komunikasi, 3) fungsi penelitian dan penilaian, 4) suatu fungsi yang dirancang untuk meningkatkan saling pengertian, keserasian, dan masukan yang demokratis ke dalam suatu proses pengambilan keputusan.

Humas bukanlah alat bisnis atau politik, tetapi alat manajemen. Humas juga bukan suatu bentuk reklame atau jurnalisme, meskipun baik advertensi atau reklame dan teknik jurnalistik adalah alat yang dapat dipergunakan untuk meningkatkan komunikasi dalam humas.

Menurut The British Institute of Public Relations, humas adalah: suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara terus - menerus untuk menciptakan dan memelihara saling pengertian antara suatu organisasi dengan masyarakatnya.

Berdasarkan pandangan di atas, berbagai definisi Humas sebagai berikut:

1. Humas adalah aktivitas komunikasi dua arah dengan publik (perusahaan/organisasi), yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu/ kerjasama.
2. Definisi Public Relation adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa public relation dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan

untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi

3. Marston mengatakan “public relation adalah suatu perencanaan dengan menggunakan komunikasi persuasive untuk mempengaruhi persepsi masyarakat.

Tujuan utama *Public Relation*³ adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/ perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan *buying decision* atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan.

Dengan bahasa paling sederhana dan singkat, tujuan utama Public Relation dapat diringkas, sesuai tujuan utama yang diatas sebagai berikut:

- a. Mengevaluasi sikap dan opini publik
- b. Formulasi dan implementasi prosedur dan *policy* organisasi atas komunikasi dengan publik
- c. Mengkoordinasikan program-program
- d. Mengembangkan hubungan dan “good-will” lewat proses komunikasi dua arah
- e. Mengembangkan hubungan positif antar organisasi dan public

Maksud dan tujuan yang terpenting dari PR adalah mencapai saling pengertian sebagai obyekatif utama. Pujian citra yang baik dan opini yang mendukung bukan kita yang menentukan tetapi feed back yang kita harapkan. Tujuan utama penciptaan pengertian adalah mengubah hal negatif yang diproyeksikan masyarakat menjadi hal yang positif. Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar: *hostility*, *prejudice*, *apathy*, *ignorance*. Sedangkan melalui pengertian kita berusaha merubahnya menjadi: *sympathy*, *acceptance*, *interest* dan *knowledge*.⁴

2.2 TUJUAN DAN FUNGSI HUMAS

Tujuan utama Public Relation sendiri adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan *buying decision* atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan.

Dengan bahasa paling sederhana dan singkat, tujuan utama Public Relation dapat diringkas, sesuai tujuan utama yang diatas sebagai berikut:

1. Mengevaluasi sikap dan opini publik
2. Formulasi dan implementasi prosedur dan *policy* organisasi atas komunikasi organisasi/perusahaan dengan publik
3. Mengkoordinasikan program-program komunikasi
4. Mengembangkan hubungan dan “good-will” lewat proses komunikasi dua arah
5. Mengembangkan hubungan positif antar organisasi dan public

Maksud dan tujuan yang terpenting dari PR adalah mencapai saling pengertian sebagai obyektif utama. Pujian citra yang baik dan opini yang mendukung bukan kita yang menentukan tetapi feed back yang kita harapkan. Tujuan utama penciptaan pengertian adalah mengubah hal negatif yang diproyeksikan masyarakat menjadi hal yang positif. Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar: hostility, prejudice, apathy, ignorance. Sedangkan melalui pengertian kita berusaha merubahnya menjadi: sympathy, acceptance, interest dan knowledge.

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan dalam proses komunikasi dua arah tergolong dua golongan besar yaitu:

1. Komunikasi Internal (personil/anggota institusi)
 - a) Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.

- b) Menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat
 - c) Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya
2. Komunikasi Eksternal (masyarakat/ Public)
- a) Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.
 - b) Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya dan pendidikan khususnya.
 - c) Motivasi untuk menyampaikan umpan balik.

Ruang lingkup tujuan humas itu sendiri ternyata demikian luas. Namun dari semua tujuan humas tersebut kita bisa mengambil beberapa yang bisa dijadikan prioritas. Dari sekian banyak hal yang bisa dijadikannya prioritas kegiatan humas sebuah perusahaan, berapa diantaranya yang pokok adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan- kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan. Sebagai contoh, suatu perusahaan yang semula hanya menangani transportasi truk tapi kemudian mulai menjual mesin pemanas ruangan. Guna menyesuaikan diri atas adanya kegiatan yang baru tersebut, maka perusahaan harus mengubah citranya supaya kegiatan dan produk-produk barunya itu mendapat sambutan positif dari khalayaknya.
2. Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai
3. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
4. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar baru.
5. Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atau saham tambahan.

6. Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.
7. Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
8. Untuk meyakinkan khalayak bahwasanya perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.
9. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko pengambilalihan (take-over) oleh pihak-pihak lain.
10. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru
11. Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pemimpin perusahaan organisasi kehidupan social sehari-hari.
12. Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.
13. Untuk memastikan bahwasanya para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.
14. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Mengingat jenis dan karakter organisasi itu bermacam-macam, maka tentu saja tujuan bidang humas mereka berbeda-beda/ bervariasi dan tidak terdaftar hanya pada diatas saja. Satu hal yang harus disadari, setiap tujuan dari berbagai organisasi, baik itu komersial maupun non-komersial, sama-sama memerlukan suatu program tindakan yang terencana. Setiap tujuan organisasi dalam pengertian luas akan jauh lebih mudah dijangkau apabila usaha

pencapaiannya juga disertai dengan kegiatan-kegiatan humas, baik itu yang dilakukan oleh unit departemen humas internal maupun oleh lembaga konsultasi humas eksternal.

Fungsi-fungsi utama yang dilakukan oleh seorang humas dalam organisasinya meliputi berbagai bidang dan segi, dibawah ini terdapat beberapa fungsi humas yang paling utama, yaitu:

1. Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, baik publik intern maupun extern dalam rangka menanamkan pengertian
2. Menilai dan menentukan pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya
3. Memberi saran kepada pemimpin tentang cara-cara mengendalikan pendapat umum sebagaimana mestinya
4. Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan organisasi/lembaga
5. Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum
6. Membuat analisis "trend" masa depan dan ramalan akan akibat-akibatnya bagi institusi.
7. Melakukan riset pendapat, sikap dan harapan masyarakat terhadap institusi serta memberi saran tindakan-tindakan yang diperlukan institusi untuk mengatasinya.
8. Menciptakan dan membina komunikasi dua-arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh
9. Mencegah konflik dan salah pengertian
10. Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
11. Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
12. Meningkatkan itikat baik institusi terhadap anggota, pemasok dan konsumen

13. Memperbaiki hubungan industrial
14. Melakukan penyerasian kepentingan institusi terhadap kepentingan umum
15. Menarik calon tenaga yang baik agar menjadi anggota serta mengurangi keinginan anggota untuk keluar dari institusi. Memasyarakatkan produk atau layanan
16. Mengusahakan perolehan laba yang maksimal
17. Menciptakan jadi diri institusi
18. Memupuk minat mengenai masalah-masalah nasional maupun ternasional
19. Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi

Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations, Principles and Problems* mengemukakan tiga fungsi humas, yaitu:⁵

1. Mengabdikan kepada kepentingan umum (*it should serve the public's interest*)
2. Memelihara komunikasi yang baik (*Maintain good communication*)
3. Menitik beratkan, moral dan tingkah laku yang baik (*And stress good morals and manners*)

Ada dua fungsi *Public Relations* / humas, yakni "Fungsi Konstruktif" dan "Fungsi Korektif".

- a. **Fungsi Konstruktif, Djanalis** menganalogikan fungsi ini sebagai "perata jalan". Jadi humas merupakan "garda" terdepan yang dibelakangnya terdiri dari "rombongan" tujuan-tujuan perusahaan. Ada tujuan marketing, tujuan produksi, tujuan personalia dan sebagainya, peranan humas dalam hal ini mempersiapkan mental publik untuk menerima kebijakan organisasi/lembaga, humas menyiapkan "mental" organisasi/ lembaga untuk memahami kepentingan publik, humas mengevaluasi perilaku, publik maupun organisasi untuk direkomendasikan kepada manajemen, humas menyiapkan prakondisi untuk mencapai saling pengertian, saling

percaya, dan saling membantu terhadap tujuan-tujuan publik organisasi/lembaga yang di wakilinya. Fungsi Konstruktif ini mendorong humas membuat aktifitas ataupun kegiatan-kegiatan yang terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif, termasuk disini humas bertindak secara preventif (mencegah).

- b. **Fungsi Korektif**, apabila kita mengibaratkan fungsi konstruktif sebagai “perata jalan”, maka fungsi korektif berperan sebagai “pemadam kebakaran” yakni apabila api sudah terlanjur menjalar dan membakar organisasi/lembaga, maka peranan yang dapat dimainkan oleh humas adalah memadamkan api tersebut. Artinya apabila sebuah organisasi/lembaga terjadi masalah-masalah krisis dengan publik, maka humas harus berperan dalam mengatasi terselesaikannya masalah tersebut. (Frida, 2002: 22-24)

Sementara **Cutlip & Center** mengatakan bahwa *Public Relations* meliputi hal-hal berikut:

- a. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
- b. Menciptakan lembaga komunikasi dua arah secara timbal balik, dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik pada perusahaan.
- c. Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan organisasi untuk kepentingan umum.
- d. Membina hubungan secara harmonis antar organisasi dan publik baik internal maupun eksternal. (Frida 2002: 23-24)

Mengenai konsep fungsional humas, **Scott M. Cutlip dan Center** dalam bukunya, *Efektif Public Relations*, memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan be-serta opernaionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasianya

denagn ragam butuh bantuan dan pandangan publik-publik tersebut.

2. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima semakin maksimal.
3. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsirkan yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan operasionalisasi organisasi.

2.3 TUGAS DAN KEWAJIBAN HUMAS

Humas adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadinya berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitanya atau yang mungkin ada hubungan dengan jalan menilai pendapat umum diantara mereka untuk mengkorelasikan, sedapat mungkin kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien

Adapun tugas dan kewajiban dari Humas adalah :

1. Menyampaikan pesan atau informasi dari perusahaan secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat atau publik memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi perusahaan, tujuan dan kegiatannya.
2. Melakukan studi dan analisis atas reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan perusahaan, termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi perusahaan, memberi informasi kepada pejabat (eksekutif) tentang *Public Acceptance* atau *Non Acceptance* atas cara-cara pelayanan perusahaan kepada masyarakat.

3. Menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dan memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik.

Humas juga memilih tiga tugas yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas, yaitu:

1. Menginterpretasikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi/ lembaga. Kecenderungan perilaku publik diklasifikasikan de-nan baik oleh **Frank Jeffkins** menjadi empat (4) situasi/kondisi kecenderungan publik yang dihadapi oleh humas, yakni tidak tahu menjadi tahu, apatis, prasangka, dan memusuhi, mengacu pada kalsifikasi publik menurut Jeffkins tersebut, maka tugas humas adalah merubah publik yang tida tahu menjadi tahu, yang apatis menjadi peduli, yang berprasangka menjadi me-nerima dan yang memusuhi menjadi simpati.
2. Mempertemukan kepentingan organisasi/lembga denagn kepentingan publik.
Mempertemukan kepentingan organisasi/lembaga dapat jadi jauh beda dengan kepentingan publik dan sebaliknya, namun dapat juga kepentingan ini sedikit berbeda bahkan dapat juga kepentingannya sama dalam kondisi yang manapun, tugas humas adalah mempertemukan kepentingan ini menjadi saling dimengerti, dipahami, dihormati, dan dilaksanakan. Bila kepentingnya berbeda, maka humas dapat bertugas menghubungkannya.
3. Mengevaluasi program-program organisasi/lembaga, khususnya yang berkaitan dengan publik.
Tugas mengevaluasi program manajemen ini mensyaratkan kedudukan dan wewenang untuk memberi nasihat apakah suatu program sebaliknya diteruskan ataukah ditunda ataukah

dihentikan. Disini humas bertugas untuk senantiasa memonitor semua program.

Sementara Astrid S Susanto mengutip pendapat Cutllip & Center menyatakan tugas *Public Relations* perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Mendidik melalui kegiatan nonprofit sustu publik untuk menggunakan barang/jasa instansinya.
2. Mengadakan usaha untuk mengatasi masalah, salah paham antara instansi dengan publik.
3. Meningkatkan penjualan barang/jasa.
4. Meningkatkan kegiatan Perusahaan yang berkaitan denagn kegiatan mensyaratkan sehari-hari.
5. Mendidik dan meningkatkan tuntutan serta kebuuhan masyarakat akan barang/jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.
6. Mencegah pergeseran penggunaan barang atau jasa yang sejenis dari pesaing perusahaan.

Tujuan-tujuan suatu lembaga kehumasan tidak terbatas hanya pada yang diterakan diatas, kadangkala suatu organisasi baik pemerintahan maupun swasta telah memiliki suatu tujuan yang telah ditentukan dan disepakati oleh semua orang yang ada dalam suatu organisasi. Setiap tujuan humas selalu menginginkan tanggapan yang positif dari publik sehingga tanggapan yang dihasilkan oleh publik bisa disesuaikan oleh suatu organisasi umumnya dan bagi aktifis humas. Semua tujuan humas selalu dilandaskan pada kode etik yang disepakati bersama.

Menurut Jeffkins (1992) manfaat dari *Public Relations*, adalah :

1. Menciptakan dan memelihara citra yang baik dan tepat atas organisasinya di dalam kaitannya dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.
2. Membantu pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan organisasi maupun

- kepentingan organisasi dan menyampaikan suatu informasi secara langsung kepada manajemen perusahaan.
3. Memberi nasihat dan masukan kepada manajemen perusahaan mengenai berbagai masalah komunikasi yang sedang terjadi, sekaligus mengenai cara penanganannya.
 4. Menyediakan berbagai jasa informasi kepada publik mengenai kebijakan perusahaan, produk, jasa personil selengkap mungkin untuk menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dan mencapai pengertian publik.

-
- 1 Suryosubroto. *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat*. 2012. Jakarta: Rineka Cipta. h. 12
 - 2 Zulkarnaen Nasution. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan; Konsep, Fenomena, dan Aplikasinya*. Malang: 2010, h. 9
 - 3 [Http://aatmandai.blogspot.com/2012/05/1.html](http://aatmandai.blogspot.com/2012/05/1.html) diakses 15 Januari 2015
 - 4 Adnan, hamdan dan Hafied Cangara. *Prinsip-prinsip Hubungan Masyarakat*. 1996. Surabaya, Usaha Nasional. h. 12
 - 5 Coulsan, Colin dan Thomas. 2002. *Public Relations Pedoman Praktis untuk PR*. Jakarta. Sinar Grafika Offset, h.90

-oo0oo-

Bab 3

RUANG LINGKUP MANAJEMEN HUMAS PENDIDIKAN

3.1 PERANAN KEPEMIMPINAN SEKOLAH

Dengan semakin kompleksnya manajemen Sekolah yang selalu berkembang dan padatnya kegiatan kepemimpinan di sekolah, maka semakin banyak pula masalah-masalah yang perlu penanganan, dan melibatkan warga sekolah, baik guru, orang tua, karyawan, siswa maupun pemerintah setempat sama-sama menyadari perlunya terobosan-terobosan yang positif agar mampu meningkatkan nilai jual sekolah, meningkatnya kepercayaan masyarakat dan semakin kondusifnya kegiatan belajar mengajar sehingga akan menghasilkan lulusan yang baik dan bisa menempati perguruan-perguruan ternama seperti yang diharapkan oleh masyarakat.

Humas pendidikan dalam pelaksanaannya memiliki ruang lingkup nan wajib diketahui oleh pada praktisi humas saat ini. Ruang lingkup humas diperlukan agar dalam menjalankan kewajibannya sebagai humas, seorang humas menyadari kedudukannya serta apa saja nan menjadi wewenangnya. Karena tak semua hal menjadi wewenang humas. Tapi, ada pihak lain juga nan terlibat. Jangan sampai ada pihak nan merasa terlangkahi oleh langkah seorang humas dalam menjalani ruang lingkup humas.

Manajemen humas dalam pendidikan merupakan media-tor yang berada di antara pimpinan sekolah dengan publiknya. Selanjutnya, ia mengatakan bahwa aktivitas tugas humas adalah mengelola komunikasi antara organisasi dengan publiknya. Jadi dapat dikatakan bahwa humas (*public relation*) adalah aktivitas yang menghubungkan antara organisasi dengan masyarakat (*public*) demi tercapainya tujuan organisasi dan harapan masyarakat dengan produk yang dihasilkan. Berdasar pengertian tersebut, maka maksud disusunnya program kerja Wakil Kepala Sekolah/PP urusan Hubungan Masyarakat adalah mampu untuk menjembatani keterlibatan seluruh anggota masyarakat sekolah, guru, karyawan, siswa, orang tua, lingkungan, perguruan tinggi dan lembaga pemerintah dan swasta untuk ikut peduli dalam mengoptimalkan kemampuan dan kerja sama sesuai dengan kemampuan-nya masing-masing, dan membantu kepala sekolah dalam kegiatan pengelolaan sekolah.

Adapun tujuan dari program kerja Wakil Kepala Sekolah urusan hubungan masyarakat adalah

- 1) Meningkatkan kerja sama antar warga sekolah.
- 2) Meningkatkan kerja sama antara sekolah dengan masyarakat sekitar sehingga masyarakat merasa memiliki dan tanggung jawab keberadaan sekolah.
- 3) Meningkatkan kerjasama dengan tokoh-tokoh masyarakat, komite sekolah sehingga bersama-sama berperan aktif dengan maju mundurnya sekolah.
- 4) Menjalin kerjasama dengan alumni
- 5) Menjaga keharmonisan hubungan dengan masyarakat sekitar sehingga keamanan sekolah dapat terpelihara dengan baik.
- 6) Meningkatkan dan menumbuh kembangkan jiwa persaudaraan, kebangsaan dan persatuan.
- 7) Bersama dengan BP/BK Menjalin hubungan dengan perguruan-perguruan tinggi untuk meningkatkan wawasan peserta didik.

Adapun sasaran yang ingin dicapai dari program ini adalah terjalinnya hubungan baik antar anggota masyarakat sekolah, masyarakat umum, lingkungan, komite, perguruan tinggi, Dunia usaha dan Industri, tokoh-tokoh masyarakat, alumni dan mendia massa sehingga terciptanya hubungan yang harmonis dan terjalin rapi serta saling pengertian.

Semua warga sekolah, warga masyarakat dan tokoh-tokoh pemerintah daerah setempat selalu bekerja sama untuk kemajuan pendidikan di daerah tersebut, karena kita juga menyadari bahwa tidak semua peserta didik mampu untuk mencukupi kebutuhan sekolah sehari-hari, buku, alat tulis dan buku-buku paket lain untuk belajar sehari-hari. Terobosan-terobosan baru, kerjasama dengan berbagai pihak dan menggali informasi-informasi untuk bea siswa, BKM maupun bantuan-bantuan lain. Sehingga bagi yang kurang mampu dapat terus bisa bersekolah.

Bagaimanapun juga sekolah tidak bisa terlepas dari lingkungan masyarakat dimana sekolah tersebut berada, hubungan harus tetap dibina dengan baik, kultur dan budaya masyarakat tidak boleh bersinggungan. Bantuan dan silaturahmi dengan warga setempat, harus terus dibina, sumbangan dan santunan bagi masyarakat sekitar yang kurang mampu, adanya musibah, kematian dan kegiatan-kegiatan sosial lainnya terus dibina sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh sekolah.

Kerjasama dengan tokoh-tokoh masyarakat, RT, RW, Kepala Kelurahan sangat diperlukan dan ditingkatkan lagi karena dengan kerjasama yang baik dan saling pengertian maka akan terciptanya kondisi yang tertib, keamanan terjaga dan situasi selalu kondusif karena masyarakat merasa ikut memiliki dan peduli dengan keberadaan sekolah tersebut.

Bekerja sama dengan komite sekolah untuk mencari solusi-solusi yang terbaik bagi peningkatan mutu pendidikan, menggalang dana, dan mencari terobosan-terobosan dana untuk menunjang

program sekolah yang telah disepakati bersama dalam rapat-rapat Komite, sehingga masyarakat tidak merasa terbebani dengan pembiayaan sekolah dalam upaya peningkatan sekolah yang berkualitas dan menghasilkan lulusan SDI yang dapat bersaing di era globalisasi.

Dengan Perguruan-perguruan tinggi kerjasama juga terus ditingkatkan agar mampu menambah wawasan yang luas bagi peserta didik, penempatan mahasiswa PPL dari berbagai perguruan tinggi, kunjungan-kunjungan ke Perguruan tinggi, penandatanganan MoU saling pengertian merupakan bentuk kerjasama yang terus ditingkatkan sehingga mampu menciptakan generasi yang berpikir rasional dan ilmiah dalam kehidupan dimasyarakat nantinya.

3.2 RUANG LINGKUP HUMAS SEKOLAH

Adapun ruang lingkup tugas humas dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :

1. Membina Hubungan Keluar (Publik Eksternal)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Hubungan Masyarakat Keluar (Humas Eksternal) turut menentukan keberhasilan kegiatan hubungan masyarakat suatu badan atau lembaga.

Berdasarkan macam-macam khalayak ini dikenal sebagai :

- 1) *Press Relations*. Mengatur dan memelihara hubungan dengan pers umumnya dengan mass media seperti pers, radio, film dan televisi yang utama adalah pers.
- 2) *Government Relations*. Mengatur dan memelihara hubungan dengan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah. Lembaga atau instansi resmi yang berhubungan dengan kegiatan sekolah.

- 3) *Community Relations*. Mengatur dan memelihara hubungan dengan masyarakat setempat.
- 4) *Supplier Relations*. Mengatur dan memelihara hubungan dengan para *levaransir* (pemborong), kontraktor agar segala kebutuhan perusahaan dapat diterima secara teratur serta dengan harga dan syarat-syarat yang wajar.
- 5) *Customer Relations*. Mengatur dan memelihara hubungan dengan para langganan, sehingga hubungan itu selalu dalam situasi bahwa langganannya yang sangat membutuhkan pendidikan, bukan sebaliknya.

2. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Menurut Ruslan (2010:23) yang dimaksud dengan publik internal adalah “publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri”.

Tujuan hubungan masyarakat ke dalam ialah pada hakikatnya untuk meningkatkan kegairahan bekerja para, guru, tenaga akademik, karyawan lembaga atau instansi yang bersangkutan. Sebagai garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut, *Internal public* meliputi :

- 1) *Employee Relations*. Memelihara hubungan khusus antara manajemen dengan guru dalam kepegawaian secara formal. Misalnya mengenai penempatan, pemindahan, kenaikan pangkat, pemberhentian, pensiun dan sebagainya.
- 2) *Human Relations*. Memelihara hubungan khusus antara sesama warga dalam sekolah secara informal, sebagai manusia (secara manusiawi). Pergaulan antara manusia, bukan sebagai hubungan manusia secara formal.
- 3) *Labour Relations*. Memelihara hubungan antara kepala sekolah dengan komite serta turut menyelesaikan masalah-masalah yang timbul. Mengadakan tindakan-tindakan preventif mencegah kesulitan-kesulitan yang timbul, karenanya turut

melancarkan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak.

- 4) *Stockholder Relations, Industrial Relations*. Sesuai dengan sifat dan kebutuhan sekolah yaitu mengadakan hubungan dengan para pemegang saham.

Ruang Lingkup bidang kerja Humas di sekolah ini adalah dapat dikelompokkan dalam beberapa bidang yang meliputi:

- 1) Koordinasi dengan Kepala sekolah dan unsur pimpinan lain.
- 2) Kerjasama dengan BP/BK dalam menangani masalah kemampuan, minat dan kekeluargaan.
- 3) Kerjasama dengan warga sekolah
- 4) Kerjasama dengan tokoh masyarakat
- 5) Kerja sama dengan aparat pemerintahan Kelurahan
- 6) Menjalani silaturahmi antar Alumni
- 7) Kerjasama dengan perguruan tinggi tentang kemajuan pendidikan
- 8) Mengembangkan persaudaraan dengan lingkungan yang harmonis.
- 9) Menjalani kerjasama dengan Kantin sekolah, pengurus OSIS tentang kebersihan lingkungan.

Disamping hal-hal tersebut diatas waka/PP Humas melaksanakan kegiatan-kegiatan sebagai berikut;

- 1) Melakukan Koordinasi secara Kontinue dengan semua unsur pimpinan dan Tata Usaha.
- 2) Menerima tamu umum yang berkaitan dengan tugas kehumasan.
- 3) Penyampaian informasi terkait dengan Sertifikasi, Libur Sekolah dan informasi-informasi lain yang ada kaitannya dengan guru dan persekolahan.
- 4) Menuliskan berbagai informasi dipapan pengumuman guru kaitannya dengan rapat dinas, rapat awal tahun, rapat kelulusan, rapat akhir tahun dan kenaikan kelas.

- 5) Mempersiapkan agenda rapat, dan menyampaikan guru yang tidak hadir pada saat belajar kepada guru piket.
- 6) Mempersiapkan pertemuan-pertemuan dengan pengurus komite, jika ada hal yang perlu dibicarakan
- 7) Melakukan Home visit bersama BP/BK, Wali Kelas, jika ada siswa yang sakit, atau siswa yang jarang masuk sekolah.

-oo0oo-

Bab 4

LANDASAN HUMAS PENDIDIKAN

4.1 HUMAS SEBAGAI ALAT MANAJEMEN PENDIDIKAN

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha elemen pendidikan dan penggunaan sumber daya-sumber daya sekolah agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. ¹ Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa dalam tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal.²

Dalam pendidikan, terdapat beberapa substansi penting manajemen, yaitu sebagai berikut :

- a. Manajemen merupakan suatu proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan oleh sekolah sebelumnya.
- b. Dalam upaya pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sekolah, manajemen melaksanakan fungsi-fungsi tertentu.

- c. Penggunaan istilah *“leading”* menekankan pada pembimbingan dan keteladanan, sedangkan *“motivating”* menekankan pada kesadaran kepada bawahan agar tergerak untuk melakukan kegiatan yang diharapkan oleh pimpinan. Sedangkan fungsi *“staffing”* dapat ditempatkan sebagai fungsi terpisah dari fungsi-fungsi lain, atau dapat dirangkum dalam satu istilah *“organizing”*.
- d. Manajemen dapat dirumuskan juga sebagai suatu proses mencapai tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian sumber daya organisasi. Jadi, untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan, perlu menggunakan seluruh sumber daya yang terdapat dalam organisasi, termasuk pekerjaan para anggotanya, yang harus direncanakan, diorganisasikan, dipimpin dan dikendalikan.

Dalam pelaksanaan pekerjaannya, seorang praktisi humas akan menggunakan konsep konsep manajemen untuk mempermudah pelaksanaan tugas tugasnya, seperti membuat rencana, melakukan persiapan persiapan, melakukan aksi dan komunikasi, dan ditutup dengan tindakan pengendalian yang disebut evaluasi.

Proses humas sepenuhnya rnengacu kepada pendekatan manajerial. Dalam suatu rencana strategis, perusahaan menetapkan garis garis besar tindakan strategis yang akan diambil dalam kurun waktu tertentu ke depan. Berapa lama waktu yang akan dicakup, tentu amat bervariasi. Di masa lalu para ahli menyebut sekitar 25 tahun, tetapi dewasa ini jarang sekali perusahaan yang berani menetapkan arahnya untuk 25 tahun ke depan. Sebagian besar membuatnya dalam 5 10 tahun. Alasannya cukup masuk akal, yakni perubahan yang terjadi belakangan ini sangat sulit diterka arahnya. Masing masing perubahan itu saling terkait, sehingga perkiraan terjauh yang dapat diduga menjadi amat terbatas.

Untuk melihat ke depan, lembaga pendidikan perlu melihat ke belakang, yakni hal hal yang telah dicapai di masa lalu, harapan yang dijanjikan dari prestasi itu, dan persepsi yang muncul dari lingkungannya. Seorang praktisi humas tidaklah dibenarkan mengabaikan pelaksanaan penyusunan rencana jangka panjang ini. Ia perlu turut aktif mengobservasi pendapat dan harapan tersebut. Karena prosesnya melibatkan banyak pihak, suatu rencana jangka panjang yang berhasil disatukan sering disebut pula suatu "konsensus".

Rencana jangka panjang inilah yang menjadi pegangan bagi para praktisi humas untuk menyusun berbagai rencana teknis, dan langkah komunikasi yang akan diambil sehari hari. Untuk dapat bertindak secara strategis, kegiatan humas harus menyatu dengan visi atau misi organisasinya, yakni alasan organisasi atau perusahaan untuk tetap hidup. Dari sinilah seorang praktisi humas dapat menetapkan *objective*/tujuannya dan bekerja berdasarkan tujuan tersebut.

Sama seperti bagian atau divisi lain di dalam perusahaan, untuk memberi kontribusi kepada rencana jangka panjang itu, praktisi humas dapat melakukan langkah langkah sebagai berikut:

- I . Menyampaikan fakta dan opini, baik yang beredar di dalam maupun di luar perusahaan. Bahan bahan itu dapat diperoleh dari klipng media massa dalam kurun waktu tertentu, dengan melakukan penelitian terhadap naskah pidato pimpinan, bahan yang dipublikasikan perusahaan, serta melakukan wawancara tertentu dengan pihak yang berkepentingan atau dianggap penting.
2. Menelusuri dokumen resmi perusahaan dan mempelajari perubahan yang terjadi secara historis. Perubahan ini umumnya disertai dengan perubahan sikap perusahaan terhadap publiknya dan sebaliknya.

3. Melakukan analisis SWOT. SWOT adalah kependekan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Meski tidak perlu menganalisis hal-hal yang berada di luar jangkauannya, seorang praktisi humas perlu melakukan analisis yang berbobot mengenai persepsi dari luar dan dalam perusahaan atas SWOT yang dimiliki. Misalnya, menyangkut masa depan industri yang ditekuninya, citra yang dimiliki perusahaan, kultur yang dimiliki, serta potensi lain yang dimiliki perusahaan.

Komponen *S* (*Strengths*) dan *W* (*Weaknesses*) dikaji dari unsur-unsur yang berasal dari dalam perusahaan. Sedangkan kedua komponen lainnya *O* (*Opportunities*) dan *T* (*Threats*) dikaji dari lingkungan di mana ia berada. Peluang dan ancaman bisa muncul dari unsur-unsur seperti peraturan pemerintah, kecemburuan masyarakat, nilai masyarakat, perubahan struktur kependudukan, pandangan yang tengah beredar di masyarakat, situasi ekonomi, perubahan politik, tekanan yang muncul dari para *environmentalist*, dan sebagainya.

Bahan-bahan yang diperoleh sampai di sini akan dapat bermanfaat untuk disampaikan dalam proses perumusan rencana jangka panjang yang umumnya dilakukan secara bersama-sama dengan bagian lain di dalam perusahaan. Proses ini menimbulkan interaksi dan menciptakan saling pengertian di antara pihak-pihak yang terkait. Hasil akhir dari perumusan ini adalah suatu rencana yang bersifat menyeluruh dan menyatu. Semua pihak akan mengetahui di mana sekarang perusahaan berada, dan ke mana perusahaan tersebut akan dikendalikan dalam kurun waktu tertentu.

Berdasarkan rumusan itulah seorang praktisi humas dapat menentukan langkah yang dapat diambil serta program kerja yang akan disusun. Dengan pendekatan ini, praktis langkah yang

diambil oleh seorang praktisi humas akan lebih selaras dengan arah perusahaan secara menyeluruh.

4.2 MODEL STRATEGIC MANAGEMENT UNTUK HUMAS PENDIDIKAN

Selain berkonotasi jangka panjang, *strategic management* juga menyandang konotasi “strategi”. Kata strategi sendiri mempunyai pengertian yang terkait dengan hal hal seperti kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya, menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan mampu atau tidaknya perusahaan atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun dari luar. Kalau dapat, maka organisasi/perusahaan tersebut akan terus hidup, kalau tidak, ia akan mati seketika. Hidup yang dipertaruhkan sendiri merupakan suatu cakupan waktu yang panjang, bukan sekadar bertahan lalu mati. Maka itu strategi membenarkan perusahaan atau organisasi melakukan tindakan pahit seperti amputasi (pengurangan unit usaha, dirumahkannya karyawan, pemangkasan, dan lain lain) sepanjang hal itu dilakukan demi kehidupan perusahaan/organisasi dalam jangka panjang. *Strategic management* juga dimaksudkan agar perusahaan atau organisasi dapat dikendalikan dengan baik untuk mencapai tujuannya.

Hal yang paling dasar bagi setiap manajer di dalam perusahaan adalah mengetahui dengan pasti arah yang sedang dituju oleh perusahaan dan arah bagian yang dipimpinnya.

Perjalanan sebuah perusahaan menuju sarannya adalah lebih dari sekadar bepergian dengan kapal pesiar, karena di sepanjang perjalanannya banyak perubahan yang mungkin timbul. Mungkin nakhodanya diganti di tengah jalan, mungkin para awaknya mundur, mungkin ada badai sehingga kapal harus berlabuh di tempat lain atau mungkin perlu ada sasaran lain yang lebih menarik. Yang jelas perjalanan sebuah perusahaan lebih banyak menemui hal hal yang tidak pasti di tengah per-

jalanannya ketimbang mengemudikan sebuah kapal. Lebih jauh, para awak kapal dan nakhoda lebih sering terpaku dengan hal hal operasional dari hari ke hari daripada memikirkan arah kapalnya dan mempertimbangkan kapasitas yang dimiliki. Yang lebih celaka lagi, mereka semua mempunyai mimpi yang berbeda beda kendati sudah tidur di atas kapal yang sama. Dan mereka menganggap bahwa mimpi mereka sama dan seakan akan orang lain mengerti apa isi mimpinya.

Itu semua tidak benar. Dalam sebuah perusahaan atau kapal yang tengah berlayar, bahkan di mana lokasi perusahaan atau organisasi itu hari ini berada saja, tidak banyak yang tahu.

Strategic management memulai pekerjaannya dengan mencari tahu di mana lokasi perusahaan atau organisasi berada pada hari ini dan menyatukan mimpi-mimpi itu dalam suatu kesepakatan bersama. Mimpi itu dalam istilah *strategic management* disebut *mission/misi*

Humas, sebagai salah satu komponen kapal itu, diadakan untuk tujuan strategis, yaitu untuk membaca rintangan yang muncul dari luar, misalnya ketentuan pemerintah yang mematikan, ketidakpahaman karyawan atas sikap penduduk di sekitar pabrik sehingga penduduk bersikap melawan, tindakan pesaing, boikot dari konsumen, sampai pada kesalahan perusahaan yang dibuat tanpa sengaja terhadap publiknya, maupun dari dalam, seperti pemogokan karyawan, pengrusakan, dan sikap tidak terpuji, agar kapal dapat berlayar dengan selamat ke tujuannya. Humas memberi sumbangan yang sangat besar bagi perusahaan dengan mengembangkan hubungan hubungan yang harmonis dengan *stakeholdersnya* agar perusahaan dapat mengembangkan kemampuannya mencapai misinya.

Pearce dan Robinson mengembangkan langkah langkah *strategic management* sebagai berikut:

1. menentukan misi perusahaan, termasuk di dalamnya adalah pernyataan yang umum mengenai maksud pendirian, filosofi, dan sasaran.
2. mengembangkan *company profile* yang mencerminkan kondisi internal perusahaan dan kemampuan yang dimilikinya.
3. penilaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan, baik dari segi semangat kompetitif maupun secara umum.
4. analisis terhadap peluang yang tersedia dari lingkungan (yang melahirkan pilihan-pilihan).
5. identifikasi atas pilihan yang dikehendaki yang tidak dapat digenapi untuk memenuhi tuntutan misi perusahaan.
6. pemilihan strategi atas tujuan jangka panjang dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tersebut.
7. mengembangkan tujuan tahunan dan rencana jangka pendek yang selaras dengan tujuan jangka panjang dan garis besar strategi.
8. implementasi atas hal-hal di atas dengan menggunakan sumber yang tercantum pada anggaran (*budget*) dan memadukan rencana tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, teknologi, dan sistem balas jasa yang memungkinkan.
9. *review* dan evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai suatu proses untuk melakukan kontrol dan sebagai *input* bagi pengambilan keputusan di masa depan.

Strategic management mempunyai area kegiatan dalam 3 lapisan, yakni pada

- (1) lapisan korporat atau organisasi secara menyeluruh;
- (2) lapisan bisnis atau lapisan khusus, dan
- (3) lapisan fungsional.

President, chairman, CEO (Chief Executive Officer), direktur utama, direktur, atau pejabat teras atas lainnya adalah orang-orang yang mengambil keputusan strategis pada lapisan pertama.

Horison mereka adalah horison korporat secara menyeluruh. Mereka membuat kebijakan umum yang mencerminkan aspirasi para pemegang saham dan *stakeholders* lainnya. Di perusahaan besar yang menyadari betapa kompleksnya masalah yang dihadapi dan besar kemungkinan menjadi sorotan masyarakat atas segala aktivitasnya, kedudukan humas idealnya ditempatkan pada posisi ini. Artinya, humas amat strategis dan mempunyai jalur yang langsung kepada pemegang saham, top eksekutif, dan masyarakat.

Pada lapisan kedua, duduk para kepala cabang dengan kebijakan yang menyangkut segmen pasar atau jasa khusus. Pada lapisan yang terakhir (fungsional) terdapat fungsi operasi, seperti keuangan, akunting, sumber daya manusia, pemasaran, dan bahkan humas.

Pada lapisan yang terakhir inilah sering kali dalam prakteknya humas ditempatkan. Karena kedudukannya yang tidak sesuai dengan peranannya, di masa-masa lalu sering sekali terlihat humas tidak dapat menjalankan peranannya secara strategis. Bagian ini diberi tugas melaksanakan tujuan perusahaan, tanpa mengikutkannya dalam perumusannya.

Pada lapisan ini seorang praktisi humas memang menjadi sangat serba salah. Ia dituntut menjalin hubungan dengan pihak pihak yang strategis dan sering dianggap sebagai juru bicara. Tetapi sebenarnya ia tak lebih dari sekadar pelaksana biasa yang tidak tahu apa yang sebenarnya terjadi di lapisan atas dan bahkan tidak tahu apakah yang dilakukannya itu sesuai dengan aspirasi mereka. Oleh karena itu efektivitas pekerjaan humas amat tergantung pada persepsi pemimpin perusahaan yang tercermin dari penempatan dan ruang lingkup pekerjaan yang didelegasikan kepadanya.

Akhirnya, untuk menjernihkan masalah, perlu didiskusikan kata *management* dalam *strategic management*. Dalam bahasa sehari-hari *management* mengandung arti yang bermacam-macam. Manajemen bisa diartikan sebagai birokrasi, yakni keteraturan,

sistem, dan prosedur standar untuk menstandarisasikan perilaku dan kontrol terhadap tindakan. Manajemen juga bisa berarti staf perusahaan yang duduk berdasar di belakang meja manajemen (untuk membedakannya dengan karyawan yang bekerja di lapangan). Ada pula yang menyebut manajemen sebagai suatu sistem yang mengatur kegiatan sehari-hari (operasional).

Di bawah ini menjelaskan model *strategic management* dalam kegiatan humas (untuk menggambarkan dua peran humas dalam *strategic management* secara menyeluruh dan dalam kegiatan humas itu sendiri). Tiga tahapan yang pertama mempunyai cakupan luas, sehingga lebih bersifat analisis. Empat langkah selanjutnya merupakan penjabaran dari tiga tahap pertama yang diterapkan pada unsur yang berbeda-beda.

Model *Strategic Management* untuk Humas, antara lain:

1. Tahap *Stakeholders*

Sebuah perusahaan/organisasi mempunyai hubungan dengan publiknya bilamana perilaku organisasi tersebut mempunyai pengaruh terhadap *stakeholdersnya* atau sebaliknya. Humas harus melakukan survei untuk terus membaca perkembangan lingkungannya, dan membaca perilaku organisasinya serta menganalisis konsekuensi yang akan timbul. Komunikasi yang dilakukan secara kontinu dengan *stakeholders* ini membantu organisasi untuk tetap stabil.

2. Tahap Publik

Publik terbentuk ketika perusahaan/organisasi menyadari adanya problem tertentu. Pendapat ini berdasarkan hasil penelitian Grunig dan Hunt yang menyimpulkan bahwa publik muncul sebagai akibat adanya problem dan bukan sebaliknya. Dengan kata lain publik selalu eksis bilamana ada problem yang mempunyai potensi akibat (konsekuensi) terhadap mereka. Maka publik bukanlah suatu kumpulan massa umum biasa, mereka sangat selektif dan spesifik terhadap suatu kepentingan

tertentu (problem tertentu). Oleh karenanya humas perlu terus-menerus mengidentifikasi publiknya yang muncul terhadap berbagai problem. Biasanya dilakukan melalui wawancara mendalam pada suatu *focus group*.

3. Tahap Isu

Publik yang muncul sebagai konsekuensi dari adanya problem selalu mengorganisasi dan menciptakan 'isu'. Yang dimaksud dengan 'isu' di sini bukanlah isu dalam arti kabar burung atau kabar tak resmi yang berkonotasi negatif (bahasa aslinya rumor), melainkan suatu tema yang dipersoalkan. Mulanya pokok persoalan demikian luas dan mempunyai banyak pokok, tetapi kemudian akan terjadi kristalisasi sehingga pokoknya menjadi jelas karena pihak-pihak yang terkait saling melakukan diskusi. Humas perlu mengantisipasi dan bersifat responsif terhadap isu-isu tersebut. Langkah ini di dalam manajemen dikenal sebagai *Issues Management*. Pada tahap ini media memegang peranan yang sangat penting karena media akan mengangkat suatu pokok persoalan kepada masyarakat dan masyarakat akan menanggapi. Media mempunyai peranan yang sangat besar dalam perluasan isu dan, bahkan, membelokkannya sesuai dengan persepsinya. Media dapat melunakkan sikap publik atau sebaliknya, meningkatkan perhatian publik, khususnya bagi *hot issue*, yakni yang menyangkut kepentingan publik yang lebih luas.

Selanjutnya dilakukan langkah-langkah 4-7 berikut ini:

1. Humas perlu mengembangkan tujuan formal seperti komunikasi, akurasi, pemahaman, persetujuan, dan perilaku tertentu terhadap program-program kampanye komunikasinya.
2. Humas harus mengembangkan program resmi dan kampanye komunikasi yang jelas untuk menjangkau tujuan di atas.
3. Humas, khususnya para pelaksana, memahami permasalahan dan dapat menerapkan kebijakan kampanye komunikasi.

4. Humas harus melakukan evaluasi terhadap efektivitas pelaksanaan tugasnya untuk memenuhi pencapaian *objective* dan mengurangi konflik yang mungkin muncul di kemudian hari.

-
- 1 Siagian, Sondang P. *Filsafat Administrasi*. Edisi Revisi. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), h. 5
 - 2 Griffin, R.. *Business*, 8th Edition.(NJ: Prentice Hall, 2006) p.23

-oo0oo-

Bab 5

KEPEMIMPINAN HUMAS PENDIDIKAN

5.1 KARAKTERISTIK SEKOLAH

Pendidikan bertujuan untuk memberikan bekal kemampuan kepada peserta didik untuk mengembangkan kehidupannya sebagai pribadi, anggota masyarakat, warga negara, dan anggota umat manusia.

Lembaga pendidikan berfungsi sebagai: (1) peletak dasar perkembangan pribadi anak untuk menjadi warga negara yang baik, (2) peletak dasar kemampuan dasar anak, dan (3) penyelenggara pendidikan awal untuk persiapan melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, yaitu pendidikan menengah.

Kemampuan dasar utama yang diberikan kepada anak adalah kemampuan yang membuat bisa berpikir kritis dan imajinatif yang tercermin dalam modus kemampuan menulis, berhitung dan membaca. Ketiga aspek kemampuan dasar tersebut merupakan kemampuan utama yang dibutuhkan dalam abad informasi.

Ditinjau dari komponennya, ada beberapa unsur atau elemen utama dalam organisasi sekolah. Unsur-unsur tersebut meliputi:

(1) sumber daya manusia, yang mencakup kepala sekolah, guru,

pegawai administrasi, dan siswa, (2) sumber daya material, yang mencakup peralatan, bahan, dana, dan sarana prasarana lainnya, (3) atribut organisasi, yang mencakup tujuan, ukuran, struktur tugas, jenjang jabatan, formalisasi, dan peraturan organisasi, (4) iklim internal organisasi, yakni situasi organisasi yang dirasakan personel dalam proses interaksi, dan (5) lingkungan organisasi sekolah.

Ditinjau dari karakteristiknya, sekolah merupakan suatu sistem organisasi. Sebagai suatu sistem organisasi, sekolah bisa ditinjau dari dua sisi, yaitu sisi struktur organisasi dan perilaku organisasi. Struktur organisasi mengacu pada framework organisasi, yaitu tata pembagian tugas dan hubungan baik secara vertikal, horizontal dan diagonal. Hal ini bisa mencakup spesifikasi jabatan, pembagian tugas, garis perintah, peraturan organisasi, serta hierarki kewenangan dan tanggung jawab. Perilaku organisasi mengacu pada aspek-aspek tingkah laku manusia dalam organisasi. Organisasi sekolah dipandang sebagai suatu sistem sosial, yang di dalamnya terjadi interaksi antar individu untuk mencapai tujuan organisasi. Salah satu atribut yang banyak berkaitan dengan interaksi perilaku individu dalam organisasi adalah budaya organisasi.

Budaya organisasi adalah ikatan sosial yang mengikat anggota suatu organisasi secara bersama dalam memberikan nilai-nilai, alat simbolis dan ide-ide sosial. Greenberg & Baron (1995)¹ menekankan budaya organisasi sebagai suatu kerangka kognitif yang berisi sikap, nilai, norma, perilaku, dan harapan yang dimiliki anggota organisasi. Dengan menggunakan pendekatan sosiologis dan psikologis, perilaku individu dalam organisasi dipengaruhi oleh dua dimensi, yaitu dimensi institusi yang dikenal dengan istilah *nomothetic dimension*, dan dimensi individu yang dikenal dengan istilah *idiographic dimension*.² Ditinjau dari sisi institusi, setiap anggota dituntut untuk bertindak sesuai dengan peranan

dan harapan untuk mencapai tujuan organisasi. Ditinjau dari sudut individu, setiap anggota dituntut untuk bertindak sesuai dengan pribadi dan kebutuhannya, maupun norma-norma institusi.

Bila diterapkan dalam organisasi sekolah, ada tiga komponen yang berkaitan dengan budaya organisasi sekolah, yaitu: (1) institusi atau lembaga yang perannya dilakukan oleh kepala sekolah sebagai pemimpin organisasi sekolah, (2) guru-guru sekolah sebagai individu yang memiliki kepribadian dan kebutuhan, baik kebutuhan profesional maupun kebutuhan sosial, dan (3) interaksi dari kedua komponen tersebut. Untuk itu, kepala sekolah harus mampu mengintegrasikan kedua komponen tersebut, yakni peranan, tuntutan dan harapan lembaga, dengan kepribadian, dan kebutuhan guru, agar bisa mencapai tujuan organisasi secara optimal.

Keberhasilan organisasi sekolah banyak ditentukan keberhasilan kepala sekolah dalam menjalankan peranan dan tugasnya. Peranan adalah seperangkat sikap dan perilaku yang harus dilakukan sesuai dengan posisinya dalam organisasi. Peranan tidak hanya menunjukkan tugas dan hak, tapi juga mencerminkan tanggung jawab dan wewenang dalam organisasi.

5.2 GAYA KEPEMIMPINAN KEPALA SEKOLAH

Menurut Wahyudi, Kepemimpinan adalah sebagai kemampuan seseorang dalam menggerakkan, mengarahkan, sekaligus mempengaruhi pola pikir, cara kerja setiap anggota agar bersikap mandiri dalam bekerja terutama dalam pengambilan keputusan untuk kepentingan percepatan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan³

Sementara itu, menurut Catwell dalam Manajemen Pendidikan bahwa defenisi kepemimpinan sebagai perilaku individu yang menimbulkan struktur baru pada suatu interaksi dalam suatu

sistem sosial dengan mengubah tujuan, konfigurasi, prosedur, input, proses dan output sistem.⁴

Jadi kepemimpinan adalah perilaku yang ada pada diri seseorang untuk berinteraksi dengan lingkungan dan berperan serta di dalamnya untuk mencapai tujuan hidupnya. Soetopo dan Soemanto, mendefinisikan kepemimpinan adalah kemampuan dan kesiapan yang dimiliki seseorang untuk dapat mempengaruhi, mendorong, mengajak, menuntun, menggerakkan dan kalau perlu memaksa orang lain agar ia menerima pengaruh itu selanjutnya berbuat sesuatu yang dapat mencapai suatu maksud atau tujuan tertentu.⁵

Menurut Robert G. Owens kepemimpinan diartikan sebagai *"Leadership involves intentionally exercising influence on the behavior of others people"*. Hal ini senada dengan yang dikemukakan oleh Billick, B. dan Peterson, J.A. (dalam Wahyudi) yang mengartikan kepemimpinan sebagai *"Leadership can be defined as the ability to influence the behavior and actions of others to achieve an intended purpose"*⁶

Kepemimpinan menurut Nawawi dan Martini adalah kemampuan/ kecerdasan mendorong sejumlah orang (dua orang atau lebih) agar bekerja sama dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang terarah pada tujuan bersama.⁷ Menurut Rivai kepemimpinan dapat dikatakan sebagai peranan dan juga suatu proses untuk mempengaruhi orang lain.⁸ Sedangkan menurut Freeman dan Taylor, kepemimpinan adalah kemampuan untuk menciptakan kegiatan kelompok mencapai tujuan organisasi dengan efektivitas maksimum dan kerjasama dari tiap-tiap individu.⁹ Lebih lanjut Koontz dan Weihrich, mengemukakan bahwa kepemimpinan merupakan pengaruh, seni atau proses untuk mempengaruhi orang lain sehingga tujuan yang ditetapkan dapat dicapai dengan baik (*leadership as influence, the art or process of influencing people so*

that they will strive willingly enthusiastically toward the achievement of group goals).¹⁰

Berdasarkan pendapat tersebut maka kepemimpinan membutuhkan orang yang mempunyai kemampuan dalam melaksanakan roda organisasi dengan cara apapun untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi. Kemampuan tersebut adalah mempengaruhi, mengajak, mendorong, menuntun dan memaksa.

Lebih lanjut Sigit mengemukakan, bahwa inti dari definisi kepemimpinan ialah mempengaruhi orang lain untuk melakukan perbuatan ke arah yang dikehendaki.¹¹ Dari definisi tersebut kepemimpinan merupakan perhubungan antara orang melalui proses komunikasi yang bertalian dengan tugas atasan dengan bawahan.

Uraian di atas menunjukkan bahwa kepemimpinan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk mencapai tujuan melalui aktivitas mempengaruhi orang lain agar dapat bekerja sama dan saling membantu dalam melaksanakan pekerjaan-pekerjaan organisasi.

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat dikatakan bahwa kepemimpinan adalah proses untuk mempengaruhi orang lain untuk bekerja sama dalam rangka mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Selanjutnya Soebagio Atmodiwirio mengemukakan bahwa kepemimpinan diartikan sebagai ilmu atau kiat serta kemampuan seseorang mempengaruhi atau membimbing orang lain untuk mencapai tujuan dengan cara-cara tertentu pula.¹²

Paul Hersey dan Kenneth H. Blanchard di dalam bukunya yang berjudul *Management of Organizational Behavior*, mengemukakan definisi kepemimpinan adalah kegiatan dalam mempengaruhi orang lain untuk bekerja keras dengan penuh kemauan untuk

tujuan kelompok (*Leadership is the activity of influencing exercised to strive willingly for group objective*).¹³

Kepemimpinan menurut Gibson, adalah suatu upaya penggunaan jenis pengaruh bukan paksaan (*concoersive*) untuk memotivasi orang-orang melalui komunikasi guna mencapai tujuan tertentu.¹⁴ Pendapat senada dikemukakan oleh Suwarto, di mana kepemimpinan yang kuat merupakan hal yang penting dalam mencapai tingkat keefektifan organisasional secara optimal.¹⁵

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan melibatkan unsur : penggunaan pengaruh dan semua hubungan merupakan upaya kepemimpinan; pentingnya proses komunikasi, kejelasan dan tepatnya komunikasi mempengaruhi perilaku dan prestasi pengikut; berfokus pada pencapaian tujuan individu, kelompok dan organisasi.

Dalam organisasi sekolah Kepala sekolah adalah pimpinan tertinggi disekolah. Pola kepemimpinannya akan sangat berpengaruh bahkan sangat menentukan terhadap kemajuan sekolah. Oleh karena itu, dalam pendidikan modern, kepemimpinan kepala sekolah perlu mendapat perhatian secara serius.

Dari defenisi yang dikemukakan oleh para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan kepala sekolah adalah kemampuan seseorang dalam mengarahkan aktivitas warga sekolah (guru, pegawai tata usaha, siswa dan lingkungan sekolah) untuk mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya.

Gaya kepemimpinan menurut Mulyasa adalah cara yang dipergunakan pemimpin dalam mempengaruhi para pengikutnya.¹⁶ Menurut Thoha, kepemimpinan merupakan norma perilaku yang digunakan seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain seperti yang ia lihat.¹⁷ Dalam hal ini usaha menyalarkan persepsi di antara orang yang akan mempengaruhi perilaku dengan yang akan dipengaruhi menjadi

amat penting kedudukannya. Gaya kepemimpinan merupakan suatu pola perilaku seseorang yang khas pada saat mempengaruhi anak buahnya, apa yang dipilih oleh pemimpin untuk dikerjakan, cara pemimpin bertindak dalam mempengaruhi anggota kelompok membentuk gaya kepemimpinannya.¹⁸

Gaya kepemimpinan yang diterapkan pada suatu organisasi atau lembaga pendidikan pada dasarnya tergantung pada tingkat kematangan atau kedewasaan bawahan dan tujuan yang ingin dicapai. Bawahan sebagai unsur penting yang terlibat dalam pencapaian tujuan mempunyai perbedaan dalam hal kemampuan, kebutuhan dan kepribadian, sehingga pendekatan yang dilakukan pemimpin disesuaikan dengan tingkat kematangan bawahan.

Hersey dan Blanchard mengemukakan bahwa gaya kepemimpinan yang efektif itu berbeda-beda sesuai dengan “kematangan” bawahan. Kematangan atau kedewasaan menurutnya bukan dalam arti usia atau stabilitas emosional melainkan keinginan untuk berprestasi, kesediaan untuk menerima tanggung jawab, dan mempunyai kemampuan serta pengalaman yang berhubungan dengan tugas¹⁹

Gaya kepemimpinan menurut Morgan James, dibagi atas gaya *authoritarian* dan *participative*.²⁰ Selanjutnya Mc. Grogor dan M. Douglas mengatakan bahwa gaya *authoritarian* disebut sebagai teori X dan *participative* sebagai teori Y. Menurut Hendiyat Soetopo dan Westy Soemanto membagi gaya Kepemimpinan Kepala sekolah menjadi 4, yaitu: (1) gaya *authoritarian*, (2) gaya *laissez-faire*, (3) gaya *demokratis*, (4) gaya *pseudo demokratis*.²¹

Dalam gaya kepemimpinan *authoritarian*, pemimpin lebih bersifat ingin berkuasa, suasana sekolah selalu tegang. Pemimpin sama sekali tidak memberi kebebasan kepada anggota kelompok untuk turut ambil bagian dalam memutuskan suatu persoalan. Di sini pemimpin dalam hal ini kepala sekolah mendikte kepada guru

yang ada di bawah kepemimpinannya tentang apa yang harus dikerjakan oleh mereka dan bagaimana harus mengerjakannya.

Inisiatif dan daya fikir anggota sangat dibatasi, sehingga tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat mereka. Kepala sekolah bebas membuat suatu peraturan sendiri dan peraturan tersebut harus ditaati dan diikuti oleh guru, akhirnya tindakan yang beginilah yang tidak dapat menciptakan kegembiraan kerja dari suatu kelompok, sebab guru merasa dipermainkan dan tidak adanya harga diri.

Gaya authoritarian atau teori X seperti yang dikemukakan oleh Mc. Gregor dan M. Douglas, mempunyai asumsi bahwa (1) pada umumnya manusia tidak suka bekerja dan akan menghindarinya, (2) karena karakteristik manusia yang tidak suka bekerja, maka mereka perlu diawasi, dipimpin dan memberikan ancaman dengan hukuman agar mereka dapat memperoleh prestasi yang lebih baik, dan (3) pada umumnya manusia lebih suka dipimpin dan menghindari pertanggungjawaban, berambisi dan keinginan keamanan.²²

Sifat kepemimpinan pada gaya *Laizzes-faire* seolah-olah tidak tampak, sebab pada gaya ini seorang pemimpin memberikan kebebasan penuh kepada para anggotanya dalam melaksanakan tugasnya atau secara tidak langsung segala peraturan, kebijaksanaan (*policy*) suatu institusi berada di tangan guru.

Guru bekerja menurut kehendaknya masing-masing tanpa adanya pedoman kerja yang baik. Di sini seorang pemimpin mempunyai keyakinan bahwa dengan memberikan kebebasan yang seluas-luasnya terhadap bawahan, maka semua usahanya akan cepat berhasil. Apabila hal ini kita jumpai di sekolah, maka dalam hal ini bila akan menyelenggarakan rapat guru dapat dilaksanakan tanpa kontak pimpinan (kepala sekolah), tetapi dapat dilaksanakan tanpa acara. Rapat dapat dilaksanakan selagi anggota/guru-guru dalam sekolah tersebut menghendakinya.

Dalam gaya demokratis, seorang pemimpin selalu mengikut sertakan seluruh bawahannya dalam pengambilan keputusan. Kepala sekolah yang bersifat demikian akan selalu menghargai pendapat atau kreasi guru yang ada di bawahnya dalam rangka membina kelasnya. Kepala sekolah memberikan sebagian kepemimpinannya kepada guru, sehingga para guru merasa turut bertanggung jawab terhadap pelaksanaan program pendidikan dan pengajaran di sekolah.

Kepala sekolah dalam gaya demokratis, melaksanakan tugasnya atas dasar musyawarah, unsur-unsur demokrasinya harus nampak dalam seluruh tata kehidupan di sekolah, misalnya (1) kepala sekolah harus menghargai martabat setiap guru yang mempunyai perbedaan individu, (2) kepala sekolah harus menciptakan situasi belajar sedemikian rupa sehingga nampak dalam kelompok yang saling menghargai dan saling menghormati, (3) kepala sekolah hendaknya menghargai cara berpikir meskipun dasar pikiran itu bertentangan dengan pendapat sendiri, dan (4) kepala sekolah hendaknya menghargai kebebasan individu.

Menurut Gregor dan M. Douglas, pada gaya partisipatif yang lebih dikenal dengan teori Y, terdapat asumsi bahwa: (1) pemeriksaan badan usaha dan budaya usaha dalam pekerjaan adalah alami sebagai seni dalam pekerjaan, (2) pengawasan eksternal dan ancaman (hukuman) tidak selalu terhadap kekayaan tetapi terhadap usaha seseorang yang berorientasi terhadap kepemimpinan dan pengawasan diri secara objektif, (3) komitmen terhadap objektivitas adalah fungsi hukuman, (4) pada umumnya manusia belajar, di bawah kondisi yang pantas, tidak selalu menerima tetapi mencari pertanggung jawaban, (5) kapasitas pertanyaan relatif sesuai dengan kualifikasi dan kepintaran dan kreatifitas terhadap solusi dalam memecahkan masalah pekerjaan, (6) kondisi pekerjaan yang baik, akan menumbuhkan potensi intelektual dan manusia akan selalu berpartisipasi di dalamnya.²³

Pada gaya yang efektif terdapat empat gaya antara lain: (1) eksekutif, gaya ini banyak memberikan perhatian pada tugas-tugas pekerjaan dan hubungan kerja, (2) pencinta pengembangan (*developer*), gaya ini memberikan perhatian yang maksimum terhadap hubungan kerja, dan perhatian yang minimum terhadap tugas-tugas pekerjaan, (3) otokratis yang baik (*benevolent autocrat*) gaya ini memberikan perhatian yang maksimum terhadap tugas, dan perhatian yang minimum terhadap hubungan kerja, (4) birokrat, gaya ini memberikan perhatian yang minimum terhadap baik tugas maupun hubungan kerja.²⁴

Selain itu terdapat empat gaya kepemimpinan yang tergolong tidak efektif, antara lain: (1) pencinta kompromi (*compomiser*). Gaya ini memberikan perhatian yang besar pada tugas dan hubungan kerja dalam suatu situasi yang menekankan pada kompromi, (2) *Missionari*, gaya ini memberikan penekanan yang maksimum pada orang-orang dan hubungan kerja, tetapi memberikan perhatian yang minimum terhadap tugas dengan perilaku yang tidak sesuai, (3) *otokrat*, gaya ini memberikan perhatian yang maksimum terhadap tugas dan minimum terhadap hubungan kerja dengan suatu perilaku yang tidak sesuai, (4) lari dari tugas (*deserter*), gaya ini sama sekali tidak memberikan perhatian baik pada tugas maupun pada hubungan kerja.

5.3 PERAN KEPALA SEKOLAH

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, kepala sekolah memiliki gaya kepemimpinan yang sangat mempengaruhi kinerja para tenaga kependidikan di lingkungan kerjanya. Kegagalan dan keberhasilan sekolah banyak ditentukan oleh kepala sekolah, karena kepala sekolah merupakan pengendali dan penentu arah yang hendak ditempuh oleh sekolah menuju tujuannya. Banyak hasil-hasil studi yang menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan yang terdapat dalam setiap organisasi merupakan faktor yang berhubungan den-

gan produktivitas dan efektivitas organisasi. Sagie mengemukakan bahwa terdapat enam faktor yang mempengaruhi tingkat produktivitas, yaitu pendidikan, teknologi, tata nilai, iklim kerja, derajat kesehatan, dan tingkat upah minimal.²⁵ Dari keenam faktor tersebut yang mendukung produktivitas tenaga kependidikan, secara eksplisit dalam iklim kerja diuraikan pentingnya kepemimpinan kepala sekolah.

Dalam konteks lingkungan sekolah, seorang kepala sekolah juga perlu memiliki kepemimpinan yang transformasional sebagai suatu proses di mana pimpinan dan pengikut dapat saling meningkatkan level-level moralitas dan motivasi masing-masing ke level yang lebih tinggi. Dalam hal ini, para karyawan merasa percaya, kagum, dan hormat kepada pimpinannya sehingga mereka termotivasi untuk melakukan lebih dari apa yang diharapkan dari mereka. Kepemimpinan transformasional dapat ditunjukkan oleh siapapun dalam organisasi dan dalam setiap posisi. Pemimpin transformasional memiliki karakteristik sebagai berikut: (1) mengidentifikasi diri sebagai agen perubahan, (2) berani dan teguh, (3) percaya pada orang lain, (4) sebagai *value-driven*, (5) pembelajaran seumur hidup, (6) mempunyai kemampuan untuk menghadapi kompleksitas, dan ketidakpastian, serta (7) visionarisasi.²⁶

Yukl menyimpulkan bahwa esensi dari kepemimpinan transformasional adalah memberdayakan para pengikutnya untuk berkinerja secara efektif dengan membangun komitmen mereka terhadap nilai-nilai baru, mengembangkan keterampilan dan kepercayaan mereka, dan menciptakan iklim yang kondusif bagi berkembangnya inovasi dan kreativitas.²⁷

Handoko dan Tjiptono, mengemukakan bahwa pemimpin transformasional memotivasi para bawahannya untuk berkinerja di atas dan melebihi panggilan tugasnya. Esensi kepemimpinan transformasional adalah *sharing of power* melibatkan bawahan secara bersama-sama untuk melakukan perubahan.²⁸

Berdasarkan hasil pengamatan Podsakoff, ada enam dimensi perilaku kepemimpinan transpormasional, yaitu: (1) pengartikulasian suatu visi masa depan organisasi, (2) penyediaan suatu mode yang tepat, (3) memelihara penerimaan tujuan kelompok, (4) harapan terhadap kinerja yang tinggi, (5) pemberian dukungan individual, dan (6) stimulasi intelektual. Keenam dimensi tersebut dengan *Transpormasional Leadership Behavior Inventory*. Hasil riset Podsakoff menyimpulkan bahwa perilaku kepemimpinan transpormasional terkait secara positif dengan kepuasan kerja.²⁹

Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa gaya kepemimpinan kepala sekolah berpengaruh terhadap kinerja tenaga kependidikan di sekolah untuk meningkatkan produktivitas kerja demi mencapai tujuan, dan mewujudkan visi menjadi aksi. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, perlu dipahami bahwa setiap kepala sekolah bertanggung jawab mengarahkan apa yang baik bagi tenaga kependidikan, dan dia sendiri harus berbuat baik.

Mulyasa mengemukakan bahwa kepala sekolah memiliki peran yang sangat penting, serta menentukan berhasil tidaknya pelaksanaan kegiatan-kegiatan sekolah. Tipe kepemimpinan yang dimiliki oleh kepala sekolah, baik otoriter, demokratis, pseudo demokratis, maupun *laissez-faire*, akan mewarnai kehidupan sekolah.³⁰ Kepala sekolah yang otoriter berkeyakinan bahwa dirinyalah yang bertanggung jawab atas segala sesuatu, menganggap dirinya sebagai orang paling berkuasa, dan paling mengetahui berbagai hal. Oleh karena itu, dalam sekolah ia menentukan berbagai kegiatan secara otoriter, dan sangat dominan dalam memutuskan apa yang akan dilakukan oleh sekolah. Kepala sekolah yang otoriter biasanya tidak terbuka, tidak mau menerima kritik, dan tidak membuka jalan untuk berinteraksi dengan tenaga kependidikan. Kepala sekolah hanya memberikan instruksi tentang apa yang harus dikerjakan serta dalam menanamkan disiplin cenderung menggunakan paksaan dan hukuman.

Kepala sekolah yang demokratis menyadari bahwa dirinya merupakan bagian dari kelompok, memiliki sifat terbuka, dan memberikan kesempatan kepada para tenaga kependidikan untuk ikut berperan aktif dalam membuat perencanaan, keputusan, serta menilai kinerjanya. Kepala sekolah yang demokratis memerankan dirinya sebagai pembimbing, pengarah, pemberi petunjuk, serta bantuan kepada para tenaga kependidikan. Kepala sekolah yang memiliki sifat pseudo demokratis sebenarnya bersifat otoriter, hanya pandai memberikan kesan seolah-olah demokratis. Dalam sekolah, ia berbuat seakan-akan semua rencana, program, dan kebijakan merupakan keputusan kelompok, padahal atas kehendaknya sendiri. Kepala sekolah yang demikian, senantiasa menarik perhatian untuk disukai oleh tenaga kependidikan, sikapnya dibuat ramah, sopan, serta senang sekali membicarakan masalah demokrasi dan keadilan. Kepala sekolah yang memiliki sifat *laissez faire* merupakan kebalikan dari yang otoriter, dan sering disebut liberal, karena ia memberikan banyak kebebasan kepada para tenaga kependidikan untuk mengambil langkah-langkah sendiri dalam menghadapi sesuatu. Kepala sekolah ini keliru dalam menafsirkan demokrasi, ia menafsirkan demokrasi sebagai kebebasan untuk mengemukakan dan mempertahankan pendapat, serta kebijaksanaan masing-masing; padahal demokrasi bukan kebebasan mutlak, tetapi dibatasi oleh peraturan.

Menurut Rivai, kepemimpinan situasional mendasarkan diri pada saling berhubungan antara sejumlah petunjuk, pengarah dan dukungan sosio emosional yang diberikan oleh pemimpin.³¹ Dengan demikian kepemimpinan dipengaruhi oleh faktor-faktor situasional di mana pemimpin itu berada atau di mana pemimpin itu melaksanakan tugas. Faktor-faktor situasional tersebut seperti jenis pekerjaan dan lingkungan organisasi

Berdasarkan pada uraian-uraian teori atas, maka dapat disimpulkan bahwa Gaya kepemimpinan sekolah adalah pola

yang dimiliki oleh seorang kepala sekolah dalam melaksanakan tugasnya sebagai seorang pemimpin. Dalam melakukan tugasnya sebagai seorang pemimpin kepala sekolah memiliki gaya kepemimpinan yang berbeda dan biasanya disesuaikan dengan kondisi dan kebiasaan yang berlaku di sekolah. Secara umum gaya kepemimpinan kepala sekolah dapat dilihat melalui indikator sebagai berikut : Bersifat terbuka, mendominasi pelaksanaan tugas, dan situasional

Campbell, Corbally & Nyshand (1983)³² mengemukakan tiga klasifikasi peranan kepala sekolah, yaitu: (1) peranan yang berkaitan dengan hubungan personal, mencakup kepala sekolah sebagai figurehead atau simbol organisasi, leader atau pemimpin, dan liaison atau penghubung, (2) peranan yang berkaitan dengan informasi, mencakup kepala sekolah sebagai pemonitor, disseminator, dan spokesman yang menyebarkan informasi ke semua lingkungan organisasi, dan (3) peranan yang berkaitan dengan pengambilan keputusan, yang mencakup kepala sekolah sebagai *entrepreneur*, *disturbance handler*, penyedia segala sumber, dan negosiator.

Di sisi lain, Stoop & Johnson (1967)³³ mengemukakan empat belas peranan kepala sekolah, yaitu: (1) kepala sekolah sebagai *business manager*, (2) kepala sekolah sebagai pengelola kantor, (3) kepala sekolah sebagai administrator, (4) kepala sekolah sebagai pemimpin profesional, (5) kepala sekolah sebagai organisator, (6) kepala sekolah sebagai motivator atau penggerak staf, (7) kepala sekolah sebagai supervisor, (8) kepala sekolah sebagai konsultan kurikulum, (9) kepala sekolah sebagai pendidik, (10) kepala sekolah sebagai psikolog, (11) kepala sekolah sebagai penguasa sekolah, (12) kepala sekolah sebagai eksekutif yang baik, (13) kepala sekolah sebagai petugas hubungan sekolah dengan masyarakat, dan (14) kepala sekolah sebagai pemimpin masyarakat.

Dari keempat belas peranan tersebut, dapat diklasifikasi menjadi dua, yaitu kepala sekolah sebagai administrator pendidikan dan sebagai supervisor pendidikan. Business manager, pengelola kantor, penguasa sekolah, organisator, pemimpin profesional, eksekutif yang baik, penggerak staf, petugas hubungan sekolah masyarakat, dan pemimpin masyarakat termasuk tugas kepala sekolah sebagai administrator sekolah. Konsultan kurikulum, pendidik, psikolog dan supervisor merupakan tugas kepala sekolah sebagai supervisor pendidikan di sekolah.

Sergiovanni (1991)³⁴ membedakan tugas kepala sekolah menjadi dua, yaitu tugas dari sisi *administrative process* atau proses administrasi, dan tugas dari sisi task areas bidang garapan pendidikan. Tugas merencanakan, mengorganisir, mengkoordinir, melakukan komunikasi, mempengaruhi, dan mengadakan evaluasi merupakan komponen-komponen tugas proses. Program sekolah, siswa, personel, dana, fasilitas fisik, dan hubungan dengan masyarakat merupakan komponen bidang garapan kepala sekolah dasar.

Di sisi lain, sesuai dengan konsep dasar pengelolaan sekolah, Kimbrough & Burkett (1990)³⁵ mengemukakan enam bidang tugas kepala sekolah dasar, yaitu mengelola pengajaran dan kurikulum, mengelola siswa, mengelola personalia, mengelola fasilitas dan lingkungan sekolah, mengelola hubungan sekolah dan masyarakat, serta organisasi dan struktur sekolah.

Berdasarkan landasan teori tersebut, dapat digarisbawahi bahwa tugas-tugas kepala sekolah dasar dapat diklasifikasi menjadi dua, yaitu tugas-tugas di bidang administrasi dan tugas-tugas di bidang supervisi. Tugas di bidang administrasi adalah tugas-tugas kepala sekolah yang berkaitan dengan pengelolaan bidang garapan pendidikan di sekolah, yang meliputi pengelolaan pengajaran, kesiswaan, kepegawaian, keuangan, sarana-prasarana, dan hubungan sekolah masyarakat. Dari keenam bidang tersebut, bisa

diklasifikasi menjadi dua, yaitu mengelola komponen organisasi sekolah yang berupa manusia, dan komponen organisasi sekolah yang berupa benda.

Tugas di bidang supervisi adalah tugas-tugas kepala sekolah yang berkaitan dengan pembinaan guru untuk perbaikan pengajaran. Supervisi merupakan suatu usaha memberikan bantuan kepada guru untuk memperbaiki atau meningkatkan proses dan situasi belajar mengajar. Sasaran akhir dari kegiatan supervisi adalah meningkatkan hasil belajar siswa.

Keberhasilan kepala sekolah dalam melaksanakan tugasnya banyak ditentukan oleh kepemimpinan kepala sekolah. Kepemimpinan merupakan faktor yang paling penting dalam menunjang tercapainya tujuan organisasi sekolah. Keberhasilan kepala sekolah dalam mengelola kantor, mengelola sarana prasarana sekolah, membina guru, atau mengelola kegiatan sekolah lainnya banyak ditentukan oleh kepemimpinan kepala sekolah. Apabila kepala sekolah mampu menggerakkan, membimbing, dan mengarahkan anggota secara tepat, segala kegiatan yang ada dalam organisasi sekolah akan bisa terlaksana secara efektif.

-
- 1 Greenberg, J. & Baron, R.A. 1995. *Behavior in Organizations: Understanding and Managing the Human Side of Work*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc. p. 88
 - 2 Lunenburg, F.C., & Ornstein, A.C. 2000. *Educational Administration: Concept and Practices*. Belmont: Wardsworth, A Division of Thomson Learning. p.18
 - 3 Wahyudi, *op. cit.*, p. 120.
 - 4 Atmodiwirio Soebagio, *Manajemen Pendidikan Indonesia* (Jakarta: Ardadizya, 2000), p. 146.
 - 5 Soetopo Hendiyat dan Soemanto Wasty, *Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan* (Jakarta: Bina Aksara, 1982), p. 1.
 - 6 Wahyudi, *op.cit.*, p.120.
 - 7 Nawawi Hadari dan Martini M, *Kepemimpinan yang Efektif*, (Jogyakarta: Gajah Mada University Press, 1995), pp. 9-10.
 - 8 Veithzal Rivai, *Kita Memimpin dalam Abad ke-21*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), p. 65.
 - 9 G.L. Freeman and E.K.Taylor, *How to Pick Leaders, a scientific Approach to Exacutive Selection*, (New York: Funk and Wagnalls Company, 1950), p. 40.

- 10 Harold Koonz dan Heinz Wehrich, *Management*, (New York: McGraw-Hill Book Company, 1988), p. 437.
- 11 Soehardi Sigit, *Perilaku Organisasional*. (Jakarta: Pustaka Jaya, 2002), p.177.
- 12 Subagio Atmowidirio, *Op.Cit.*, p.149.
- 13 Paul Hersey and Kenneth H. Blanchard, *Management of Organizational Behavior*, (Hill Kogakusha Ltd: by Mc. Graw, for manufacture and export, 1980), p. 633.
- 14 FX. Suwanto. *Perilaku Keorganisasian*. (Yogyakarta: Universitas Atmadjaya, 2003), p. 179.
- 15 *Ibid*, p. 180.
- 16 Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), p. 108
- 17 Miftah Thoha, *Kepemimpinan dalam Manajemen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), p. 52.
- 18 Mulyasa, *op.cit.*, p. 108
- 19 Wahyudi, *op.cit.*, p. 123
- 20 Morgan E. James, *Administrative and Supervisory Management*, (Englewood N.J: Prentice-Hall, Inc., 1982), p. 126.
- 21 Soetopo Hendiyat dan Soemanto Westy, *Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: Aksara, 1988), p. 7.
- 22 Gregor Mc dan Douglas M, *The Human Side of Enterprise in human Relation in Management*, I.L, Heckman, Jr, and S.G. Huneryager; (Cincinnati: South-Western, 1960), p. 145.
- 23 Gregor *Op.Cit.* p. 145.
- 24 Miftah Toha, *Kepemimpinan dalam Manajemen*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), p.57.
- 25 Sagie, *People and Produktivity*, (New York: McGraw Hill Book Company, 1985), p.12.
- 26 Yukl, G.A. *Leadership in Organizatiuon*, 3nded, (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1994). pp. 3-4
- 27 *Ibid*, p. 5.
- 28 Hani Handoko dan Fandy Tjiptono. *Kepemimpinan Transpormasional dan Pemberdayaan*. (Jebi. Vol 11, 1996). pp. 23-33.
- 29 Podsakoff, P.M. Mackenzie, S.B, & Bommer, W.H. *Transpormational leader behaviours andsubtitutes for leadership as determinants of employee satisfaction, trust, and organizational citizenship behaviour*" *Journal of Management*. 2002, pp. 259-298.
- 30 Mulyasa, *Op.Cit.*, p. 289.
- 31 Veithzal Rivai, *Op. Cit.*, p. 289.
- 32 Campbell, R.F., Corbally, J.E., & Nystrand, R.O. 1983. *Introduction to Educational Administration*. Boston: Allyn and Bacon, Inc. p. 18
- 33 Stoops, E., & Johnson, R.e., 1967. *Elementary School Administration*. New York: McGraw Hill Book Company. p. 81
- 34 Sergiovanni, T.J. 1991. *The Principalsip: A Reflective Practice Perspective*. Boston: Allyn and Bacon. p.92
- 35 Kimbrough, R.B & Burkett, C.W. 1990. *The Principalsip: Concepts and Practices*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc. p. 32

Bab 6

FUNGSI-FUNGSI MANAJEMEN HUMAS

6.1 PERENCANAAN

Perencanaan sebagai fungsi manajemen dilakukan pada tahap pertama sebelum melaksanakan kebijakan, program dan kegiatan. Perencanaan sebagai cetak biru (*blu print*) atas kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan organisasi.¹ Perencanaan merupakan upaya untuk menentukan program dan kegiatan yang ingin dilakukan dan bagaimana cara mencapai tujuan organisasi. Perencanaan sebagai suatu proses mempersiapkan hal-hal yang akan dikerjakan pada waktu yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Secara sederhana, perencanaan adalah usaha sadar, terorganisir dan terus-menerus dilakukan guna memilih alternatif yang terbaik dari sejumlah alternatif untuk mencapai tujuan.²

Fungsi perencanaan meminta para manajer untuk membuat keputusan-keputusan tentang 4 (empat) unsur rencana yang fundamental, yaitu sasaran, tindakan, sumber daya dan pelaksanaan. *"The planning function requires managers to make decisions about four fundamental elements of plan. They are (1) objectives, (2) actions, (3) resources, and (4) implementation".*³

Dari beberapa pengertian perencanaan yang telah dikemukakan ada beberapa persamaan pendapat menyangkut beberapa aspek perencanaan.⁴

Aspek-aspek perencanaan tersebut yaitu:

1. Perencanaan sebagai suatu proses. Pada pengertian-pengertian yang dikemukakan di atas bahwa perencanaan merupakan suatu proses berkesinambungan dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Di mana proses terkait dengan rangkaian peristiwa-peristiwa yang terjadi dengan segala kompleksitasnya dalam waktu yang telah ditetapkan, dengan target atau sasaran yang diharapkan. Perencanaan sebagai proses artinya bahwa setiap peristiwa yang terjadi dan terorganisir secara efektif dan efisien tidak saja sebagai rangkaian yang berkelanjutan tetapi juga tujuan dari suatu peristiwa-peristiwa tersebut mencapai tujuan akhirnya.
2. Perencanaan berorientasi masa depan. Untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, maka perencanaan selalu berorientasi pada masa depan. Dengan orientasi inilah maka perencanaan harus mampu memprediksi kondisi lingkungan sosial-ekonomi baik di dalam organisasi atau di luarnya agar tetap seirama dengan tujuan yang diharapkan membuat suatu perencanaan adalah berupaya semaksimal mungkin menciptakan misi dan tujuan organisasi. Perencanaan mengontrol dan mengarahkan organisasi secara keseluruhan.
3. Perencanaan berorientasi pada pencapaian tujuan organisasi kegiatan-kegiatan yang direncanakan hendaklah merupakan penjabaran dari pada tujuan yang hendak dicapai, baik suatu kegiatan sebagai bagian dari keseluruhan organisasi. Adanya orientasi terhadap tujuan ini, berarti terlaksananya kegiatan yang direncanakan merupakan aktivitas pencapaian tujuan pada tahap tertentu.

4. Perencanaan menjabarkan kegiatan-kegiatan. Perencanaan merupakan usaha untuk memperkirakan kegiatan-kegiatan apa saja yang dapat dilaksanakan pada masa yang akan datang agar tujuan yang telah ditetapkan dapat terwujud.
5. Perencanaan sebagai kegiatan untuk mengidentifikasi sumber daya yang dapat menunjang pelaksanaan kegiatan-kegiatan. Kegiatan-kegiatan yang direncanakan tidak dapat diwujudkan jika tidak disertai dengan usaha untuk memikirkan dan mempersiapkan berbagai sumber daya yang dapat menunjang tercapainya kegiatan tersebut dalam rangka pencapaian tujuan.
6. Perencanaan merupakan kegiatan mempersiapkan sejumlah alternatif. Rencana yang tersusun sebagai hasil proses perencanaan merupakan alternatif-alternatif yang akan diberikan kepada para pengambil keputusan yaitu manajemen dalam menentukan alternatif yang paling efektif dan efisien untuk mencapai tujuan.

Ada beberapa hal yang penting dilaksanakan terus menerus dalam manajemen pendidikan sebagai implementasi perencanaan, diantaranya:

1. Merinci tujuan dan menerangkan kepada setiap pegawai/personil lembaga pendidikan.
2. Menerangkan atau menjelaskan mengapa unit organisasi diadakan.
3. Menentukan tugas dan fungsi, mengadakan pembagian dan pengelompokan tugas terhadap masing-masing personil.
4. Menetapkan kebijaksanaan umum, metode, prosedur dan petunjuk pelaksanaan lainnya.
5. Mempersiapkan uraian jabatan dan merumuskan rencana/sekala pengkajian.
6. Memilih para staf (pelaksana), administrator dan melakukan pengawasan.

7. Merumuskan jadwal pelaksanaan, pembakuan hasil kerja (kinerja), pola pengisian staf dan formulir laporan pengajuan.
8. Menentukan keperluan tenaga kerja, biaya (uang) material dan tempat.
9. Menyiapkan anggaran dan mengamankan dana.
10. Menghemat ruangan dan alat-alat perlengkapan.

6.2 PENGORGANISASIAN

Pengorganisasian adalah fungsi manajemen yang membagi tugas-tugas yang harus dikerjakan, serta menata sumberdaya-sumberdaya yang ada untuk mengerjakan tugas-tugas tersebut. Fungsi pengorganisasian termasuk seluruh kegiatan manajerial yang menerjemahkan rencana kegiatan yang diperlukan ke dalam sebuah struktur tugas dan kewenangannya.

Dalam artian praktis, fungsi pengorganisasian meliputi:

(1) perancangan tanggung jawab dan kewenangan setiap jabatan individual, dan (2) penetapan jabatan-jabatan tersebut dikelompokkan dalam bagian-bagian tertentu.

Hasil dari fungsi pengorganisasian adalah struktur organisasi.

- a. Penentuan staf atau *staffing* merupakan kegiatan yang dipusatkan pada manajemen sumber daya manusia. Fungsi *staffing* mencakup penetapan tipe orang-orang yang akan dipekerjakan; menarik pekerja yang prospektif; menyeleksi pekerja; menetapkan standar kinerja; memberikan kompensasi kepada pekerja; mengevaluasi kinerja; memberikan nasehat dan penyuluhan kepada pekerja, melatih serta mengembangkan para pekerja.
- b. Pemimpinan atau *leading*. Dengan rumusan yang berbeda, namun menggambarkan cakupan yang hampir sama dan saling melengkapi, *leading* sebagai fungsi manajemen merupakan proses upaya menggerakkan semangat dan inspirasi untuk mencapai tujuan. Pemberian semangat dan inspirasi tersebut,

diharapkan agar para bawahan dapat melakukan pekerjaan, moralnya terpelihara dan termotivasi. Itulah sebabnya, fungsi *leading* dapat diartikan pula sebagai suatu proses pengarahan dan pemberian pengaruh kepada anggota-anggota kelompok atau organisasi secara keseluruhan.⁵

- c. Pemberian motivasi, *motivating*. Istilah *motivating* mempunyai makna dan lingkup yang lebih luas daripada *leading*, yaitu mencakup upaya-upaya pembentukan perilaku manusia, mencakup kepemimpinan, komunikasi, kelompok kerja, modifikasi perilaku, pelimpahan wewenang, pengayaan jabatan, kepuasan kerja, pemenuhan kebutuhan, perubahan organisasional serta moral manajerial.
- d. Pengendalian. Para pakar umumnya sependapat untuk menggunakan istilah *controlling* sebagai fungsi terakhir dari manajemen. Adapun yang dimaksud dengan *controlling* adalah proses yang menjamin bahwa kegiatan aktual sesuai dengan yang direncanakan. Schermerhorn juga memberikan pengertian yang sama, yaitu proses pengukuran kinerja serta pengambilan tindakan untuk menjamin hasil yang diharapkan.

6.3 MONITORING DAN EVALUASI

Evaluasi merupakan suatu proses menyediakan informasi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan harga dan jasa (*the worth and merit*) dari tujuan yang dicapai, desain, implementasi, dan dampak untuk membantu membuat keputusan, membantu pertanggung jawaban dan meningkatkan pemahaman terhadap fenomena. Menurut rumusan tersebut, inti dari evaluasi adalah penyediaan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan.⁶ Evaluasi merupakan suatu proses atau kegiatan pemilihan, pengumpulan, analisis dan penyajian informasi yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan serta penyusunan program selanjutnya.⁷

Pengukuran, penilaian, dan evaluasi bersifat hierarkis. Evaluasi didahului dengan penilaian (*assessment*), sedangkan penilaian didahului dengan pengukuran. Pengukuran diartikan sebagai kegiatan membandingkan hasil pengamatan dengan kriteria, penilaian (*assessment*) merupakan kegiatan menafsirkan dan mendeskripsikan hasil pengukuran, sedangkan evaluasi merupakan penetapan nilai atau implikasi perilaku.

Evaluasi merupakan proses yang menentukan sejauh mana tujuan pendidikan dapat dicapai. Pelaksanaan evaluasi terdapat tujuh elemen yang harus dilakukan, yaitu: 1) *focusing the evaluation* (penentuan fokus yang akan dievaluasi), 2) *designing the evaluation* (penyusunan desain evaluasi), 3) *collecting information* (pengumpulan informasi), 4) *analyzing and interpreting* (analisis dan interpretasi informasi), 5) *reporting information* (pembuatan laporan), 6) *managing evaluation* (pengelolaan evaluasi), dan 7) *evaluating evaluation* (evaluasi untuk evaluasi). Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan evaluasi, evaluator pada tahap awal harus menentukan fokus yang akan dievaluasi dan desain yang akan digunakan.

Hal ini berarti harus ada kejelasan apa yang akan dievaluasi yang secara implisit menekankan adanya tujuan evaluasi, serta adanya perencanaan bagaimana melaksanakan evaluasi. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan data, menganalisis dan membuat interpretasi terhadap data yang terkumpul serta membuat laporan. Selain itu, evaluator juga harus melakukan pengaturan terhadap evaluasi dan mengevaluasi apa yang telah dilakukan dalam melaksanakan evaluasi secara keseluruhan.⁸

Ada empat hal yang ditekankan pada rumusan tersebut, yaitu: 1) menunjuk pada penggunaan metode penelitian, 2) menekankan pada hasil suatu program, 3) penggunaan kriteria untuk menilai, dan 4) kontribusi terhadap pengambilan keputusan dan perbaikan program di masa mendatang. Berdasarkan pendapat di atas

disimpulkan bahwa evaluasi merupakan proses yang sistematis dan berkelanjutan untuk mengumpulkan, mendeskripsikan, menginterpretasikan dan menyajikan informasi untuk dapat digunakan sebagai dasar membuat keputusan, menyusun kebijakan maupun menyusun program selanjutnya.

Adapun tujuan evaluasi adalah untuk memperoleh informasi yang akurat dan obyektif tentang suatu program. Informasi tersebut dapat berupa proses pelaksanaan program, dampak/hasil yang dicapai, efisiensi serta pemanfaatan hasil evaluasi yang difokuskan untuk program itu sendiri, yaitu untuk mengambil keputusan apakah dilanjutkan, diperbaiki atau dihentikan. Selain itu, juga dipergunakan untuk kepentingan penyusunan program berikutnya maupun penyusunan kebijakan yang terkait dengan program.

Penggolongan monitoring menjadi delapan macam, sebagai berikut:

1. Monitoring yang digunakan untuk memelihara dan membakukan pelaksanaan suatu rencana dalam rangka meningkatkan daya guna dan menekan biaya pelaksanaan program.
2. Monitoring yang digunakan untuk mengamankan harta kekayaan organisasi atau lembaga dari kemungkinan gangguan, pencurian, pemborosan, dan penyalahgunaan.
3. Monitoring yang digunakan langsung untuk mengetahui kecocokan antara kualitas suatu hasil dengan kepentingan para pemakai hasil dengan kemampuan tenaga pelaksana.
4. Monitoring yang digunakan untuk mengetahui ketepatan pendelegasian tugas dan wewenang yang harus dilakukan oleh staf atau bawahan.
5. Monitoring yang digunakan untuk mengukur penampilan tugas pelaksana.
6. Monitoring yang digunakan untuk mengetahui ketepatan antara pelaksanaan dengan perencanaan program.

7. Monitoring yang digunakan untuk mengetahui berbagai ragam rencana dan kesesuaiannya dengan sumber-sumber yang dimiliki oleh organisasi atau lembaga.
8. Monitoring yang digunakan untuk memotivasi keterlibatan para pelaksana.

6.4 PENGENDALIAN/KONTROLING

Pengendalian (*controlling*) merupakan fungsi manajemen yang tidak kalah pentingnya dalam suatu organisasi. Semua fungsi terdahulu, tidak akan efektif tanpa disertai fungsi pengawasan. “... *the process by which manager determine whether actual operation are consistent with plans*”.⁹

Pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan – tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan, serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan dipergunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.¹⁰ Pengawasan merupakan suatu kegiatan yang berusaha untuk mengendalikan agar pelaksanaan dapat berjalan sesuai dengan rencana dan memastikan apakah tujuan organisasi tercapai. Apa-bila terjadi penyimpangan di mana letak penyimpangan itu dan bagaimana pula tindakan yang diperlukan untuk mengatasinya.

Proses pengawasan memiliki lima tahapan, yaitu: (a) penetapan standar pelaksanaan; (b) penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan; (c) pengukuran pelaksanaan kegiatan nyata; (d) perbandingan pelaksanaan kegiatan dengan standar dan pengendalian penyimpangan-penyimpangan; dan (e) pengambilan tindakan koreksi, bila diperlukan.¹¹

6.5 EMPLOYEE RELATIONS SEBAGAI KEGIATAN HUMAS

Karyawan atau pekerja merupakan aset yang cukup penting dalam suatu perusahaan. Nyatanya karyawan itu sendiri terkait erat dengan status atau kedudukan yang saling berbeda antara satu orang dengan yang lainnya, mempunyai perbedaan-perbedaan yang cukup mencolok. Misalnya dapat dilihat pada tingkat kemampuan, pengalaman, pendidikan, pangkat, gaji, usia, dan lain sebagainya.

Hubungan masyarakat internal atau hubungan kepegawaian (*employee relations*) adalah sekelompok orang-orang yang sedang bekerja di suatu organisasi atau perusahaan yang jelas baik secara fungsional, organisasi maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya.

Employee relations (hubungan kepegawaian) tersebut tidak dilihat dalam pengertian yang sempit, yaitu sama dengan hubungan industrial yang hanya menekankan pada unsur-unsur proses “produksi”, dan “upah” yang terkait dengan “lingkungan kerja”. Pengertiannya lebih dari itu, hubungan tersebut dipengaruhi oleh hubungan komunikasi internal antarkaryawan dengan karyawan lainnya, atau hubungan antara karyawan dan manajemen perusahaan yang efektif.

Efektivitas hubungan masyarakat internal tersebut memerlukan suatu kombinasi antara lain:

1. Sistem manajemen yang sifatnya terbuka (*Open Management*).
2. Kesadaran pihak manajemen terhadap nilai dan pentingnya memelihara komunikasi timbal balik dengan para karyawannya.
3. Kemampuan manajer humas, yang memiliki ketrampilan manajerial (*managerial skill*) serta berpengalaman atau mendapatkan dukungan kualitas “sumber daya” manusia, pengetahuan (*knowledge*), media dan teknis komunikasinya yang dipergunakan.

Employee relations merupakan bagian dari kegiatan humas internal. Hubungan antara sesama pegawai pada suatu perusahaan atau sesama anggota sebuah organisasi lebih fokus pada aspek-aspek manusiawi. Sehingga hal tersebut tidak sepenuhnya sama dengan hubungan-hubungan industri. Namun diantara keduanya terdapat hubungan yang erat mengingat hubungan industri juga sangat dipengaruhi oleh efektif atau tidaknya komunikasi di kalangan pegawai atau karyawan.

Maksud dan tujuan kegiatan *internal relations* yang dilaksanakan melalui kegiatan *employee relations*, antara lain sebagai berikut:

- a. Sebagai sarana komunikasi internal secara timbal balik yang dipergunakan dalam suatu organisasi atau perusahaan.
- b. Untuk menghilangkan kesalahpahaman atau hambatan dalam komunikasi antara manajemen perusahaan dengan karyawannya.
- c. Sebagai sarana saluran atau alat komunikasi dalam upaya menjelaskan tentang kebijaksanaan, peraturan dan ketatakerjaan dalam sebuah organisasi atau perusahaan.
- d. Sebagai sarana media komunikasi internal bagi pihak karyawan untuk menyampaikan keinginan-keinginan atau sumbang saran dan informasi serta laporan kepada pihak manajemen perusahaan (pimpinan).

Kegiatan *employee relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat dilaksanakan dalam bentuk berbagai macam aktivitas dan program, antara lain sebagai berikut:

- a. Program Pendidikan dan Pelatihan
Program pendidikan dan pelatihan yang dilaksanakan oleh perusahaan yakni dalam upaya meningkatkan kinerja dan keterampilan (*skill*) karyawan dan kualitas maupun kuantitas pemberian jasa pelayanan dan sebagainya.

b. Program Motivasi Kerja Berprestasi

Program ini diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi serta disiplin karyawan dengan harapan-harapan itu keinginan dari pihak perusahaan dalam mencapai produktivitas yang tinggi.

c. Program Penghargaan

Dimaksudkan adalah upaya perusahaan untuk memberikan suatu penghargaan kepada para karyawan, baik yang berprestasi kerja maupun cukup lama masa pengabdianya. Dalam hal ini, penghargaan akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan.

d. Program Acara Khusus (*Special Events*)

Merupakan program khusus yang sengaja dirancang di luar bidang pekerjaan sehari-hari, misalnya dengan berpiknik bersama yang dihadiri oleh pimpinan dan semua karyawannya dengan maksud untuk menumbuhkan rasa keakraban diantara sesama karyawan dan pimpinan.

e. Program Media Komunikasi Internal

Membentuk program media komunikasi internal melalui bulletin, *news release*, dan majalah perusahaan yang berisikan pesan, informasi dan berita yang berkaitan dengan kegiatan antar karyawan atau perusahaan dengan pimpinan. Pelaksanaan program *employee relations* (hubungan masyarakat internal) yang tepat dalam suatu organisasi merupakan sarana teknis atau suatu kegiatan metode komunikasi yang memiliki kekuatan mengelola sumber daya manusia dan lain sebagainya demi pencapaian tujuan komunikasi. "Komunikasi kedalam dengan melalui program *employee relations* tersebut diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif, yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan".

Salah satu faktor yang memiliki hubungan positif dengan kegiatan *employee relations* adalah motivasi yang terbentuk dari

sikap karyawan dalam menghadapi situasi kerja di perusahaan. Motivasi merupakan kondisi atau energi yang menggerakkan diri karyawan yang terarah atau tertuju untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan. Sikap mental karyawan yang pro dan positif terhadap situasi kerja itulah yang memperkuat motivasi kerjanya untuk mencapai kinerja maksimal”.

Menurut Alfie Kohn, penulis buku *No Contest : The Case Against Competition*, menyebutkan fakta bahwa ada tiga kelemahan mendasar pada pemberian hadiah, bonus atau *reward* apapun bentuknya :¹²

1. Tidak Bertahan Lama, begitu bonus atau hadiah dihilangkan, tiba-tiba akan hilang pula semangat mencapai hasil tertentu. (bahkan hal ini terjadi pada level manajerial sekalipun, seperti yang pernah terjadi ketika besaran bonus tahunan berkurang dari tahun sebelumnya dan atau pemerataan besaran bonus tahunan ke semua divisi, padahal konon katanya pencapaian target tiap divisi berbeda-beda, ada yang melebihi target ada juga yang malah rugi, barangkali manajer ini berharap bahwa pemberian bonus *base on* KPI atau prestasi kerja bisa diterapkan)
2. Tingkat Motivasi Yang Terus Menurun, jika bonus yang diberikan selalu sama tingkatannya, lama-kelamaan orang akan bosan dan turun motivasinya, untuk mengangkat kembali butuh bonus yang lebih tinggi.
3. Bonus Akan Meredam Motivasi Dalam Diri, karena terbiasa mengejar bonus, inisiatif yang muncul dari dalam diripun berkurang atau bahkan terkikis jika tak ada dorongan berupa bonus.

Sebaliknya, apakah ancaman atau hukuman juga mampu memicu orang untuk termotivasi? Ternyata, hal yang sama juga terjadi (*punishment* tidak mesti memicu motivasi seseorang). Salah satu contohnya adalah hasil penelitian seorang dokter ahli

jantung, Dean Ornish, orang-orang yang divonis sakit jantung dan akan menghadapi kematian jika tak mengubah gaya hidup sehat mereka, ternyata yang berhasil mengubahnya hanya 10% saja! Inilah bukti kecil bahwa hukuman kurang berlaku untuk memicu orang untuk mengubah motivasi dalam diri. Apa sebenarnya yang paling mampu membuat orang termotivasi dalam pekerjaannya? Satu-satunya kuadran (seperti gambar diatas) yang berperan positif untuk meningkatkan motivasi – hingga bisa melejitkan karir – adalah kuadran instrinsik positif.

Menurut Peter Block dan Peter Koestenbaum, pengarang buku *Freedom and Accountability at Work*, ada beberapa hal yang bisa dimaksimalkan untuk mencapai kuadran tersebut :

1. Perlunya Tantangan, orang yang memiliki tantangan untuk mencapai hal tertentu akan mencoba dengan segala cara untuk meraihnya. Karena itu, kita butuh memberikan diri kita sendiri target yang besar dan menantang sehingga pencapaian prestasi karir kita pun akan ikut terangkat.
2. Adanya Kontrol, kita perlu tahu apa yang bisa dikendalikan, terutama untuk memenuhi keinginan-keinginan kita, dengan kemampuan mengontrol diri terhadap keinginan, kita akan berusaha mencapai sesuatu bukan untuk memenuhi tantangan orang lain, tapi karena memang ingin membuktikan kepada diri kita sendiri bahwa kita mampu dan mumpuni.
3. Kebutuhan Kerja Sama, suasana kerja yang saling dan juga kemampuan kita beradaptasi dengan orang lain, akan menjadi dorongan bagi kita untuk bisa berprestasi.
4. Pengakuan, maksudnya bukan sifat haus akan pujian, tapi mendapatkan nuansa positif dari sekeliling kita untuk pencapaian bersama (apa yang kita kerjakan mendapatkan respon atau dukungan positif baik dari atasan, rekan kerja dan sekeliling kita pada umumnya, -pen), sehingga setiap prestasi yang dicapai bisa juga memotivasi sekeliling kita.

5. Rasa Saling Percaya, dukungan kepercayaan orang sekitar akan menjadi sumber motivasi, karena itu rasa saling percaya harus ditanamkan, cegah seminimal mungkin terjadinya *office politic* yang berpotensi mengundang rasa demotivasi (mungkin ini “PR” buat para pimpinan, -pen)
6. Ciptakan Rasa Bahagia Dalam Bekerja, kunci utama mencapai motivasi tinggi dalam bekerja adalah rasa bahagia, puas, senang dalam mengerjakan sesuatu (ini juga “PR” penting bagi para pimpinan untuk mengetahui potensi dan karakter atau bahkan *passion* dari bawahannya), oleh karena itu suasana kerja sangat berpengaruh.

-
- 1 Stoner, James, A.F., Freeman , R.W. dan Gilbert, Jr. 1996. *Management*. Pritice-Hall, New Jersey. P. 120
 - 2 ibid
 - 3 Ivancevich, John M.*Human Resource Management*..Eighth Edition, International Edition. (New York: McGraw-Hill & Irwin.2001) p.51
 - 4 Schermerhorn, John R., Jr.*Management*. Eighth Edition. (New York: John Wiley & Sons, Inc 2005) p.15
 - 5 Stoner, James A.F., R. Edward Freeman, and Daniel R. Gilbert, Jr.*Management* Sixth Edition. International Edition. (New Jersey: Prentice-Hall International, Inc. 1995) p. 12
 - 6 National Study Committee on Evaluation dalam Stark dan Thomas (1994:12) lihat juga Jody Fitzpatrick. *Evaluation in Action: Interviews With Expert Evaluators*. (Los Angeles: SAGE Publication, 2009) p. 43
 - 7 R.L. Thorndike and E.P.Hagen, *Measurement and Evaluation in Teaching*. (Englewood Cliffs New Jersey: Prentice-Hall, Inc, 2009) p.123
 - 8 Martin Tessmer. *Planning and Conducting Formative Evaluation*. (London: Kogan Page Limited, 1995) p. 12
 - 9 ibid
 - 10 Syaiful Sagala. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. p. 88
 - 11 ibid
 - 12 <https://agus3rmana.wordpress.com/2011/07/11/reward-punishment-dan-motivasi-kerja/> diakses 21 Januari 2015

Bab 7



KEDUDUKAN HUMAS DALAM ADMINISTRASI SEKOLAH

7.1 HUMAS DALAM ADMINISTRASI SEKOLAH

Era globalisasi dengan perdagangan bebasnya yang bercirikan persaingan ketat merupakan tantangan yang sangat besar yang harus dihadapi bangsa Indonesia. Khususnya lembaga pendidikan tanah air. Dalam era global, terjadi berbagai bentuk perubahan pada aspek kehidupan. Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi informasi yang luar biasa cepat. Dari teknologi yang selalu berkembang dengan amat cepat dan tanpa mengenal batas teritorial Negara, menyebabkan ilmu pengetahuan dan teknologi juga berkembang dengan pesat. Perubahan yang sangat cepat ini membawa konsekuensi bahwa program pendidikan juga harus mampu mengikutinya dengan konsep kekinian dan masa mendatang.

Agar lembaga pendidikan dapat mengantisipasi berbagai persoalan global tersebut, khususnya dalam mengantisipasi masalah opini negatif terhadap suatu lembaga pendidikan diperlukan fungsi humas sebagai alat manajemen pada suatu lembaga pendidikan.

Sekarang ini pada umumnya lembaga pendidikan sudah menempatkan peran dan fungsi humas sebagai salah satu bagian yang sangat penting. Hal ini ditandai dengan posisi humas yang ditangani oleh seorang wakil kepala sekolah. Akan tetapi hendaknya peran dan fungsi humas yang dikoordinir wakil kepala sekolah bidang humas ini hendaknya dibantu beberapa orang staf praktisi humas agar aktifitas yang sifatnya teknis dan operasional dapat dikerjakan oleh beberapa orang staf humas tersebut. Agar semua aktifitas humas tidak hanya dibebankan kepada wakil kepala sekolah, agar pemimpin bidang kehumasan ini bisa berkonsentrasi memikirkan dan merancang program program humas yang membutuhkan pemikiran.

Dalam manajemen pendidikan di sekolah humas mempunyai kedudukan. Yang mana kedudukan humas tersebut dalam organisasi sekolah telah dikemukakan oleh Suryosubroto¹ sebagai berikut: pertama, Jika dilihat dari sudut pandang manajemen, humas adalah suatu realisasi fungsi komunikasi sementara tugas humas itu sendiri merupakan salah satu fungsi manajemen. Kedua, Jika ditinjau dari sudut pandang administrasi pendidikan, humas adalah bagian atau salah satu komponen kegiatan administrasi pendidikan, dalam hal ini di sekolah. Realisasinya adalah kegiatan yang dilakukan sekolah bersama-sama dengan masyarakat. Kegiatan sekolah yang berhubungan dengan masyarakat diarahkan pada terciptanya kerja sama yang harmonis antara sekolah dan masyarakat.

Memang pada kenyataannya posisi humas dalam struktur organisasi sekolah di Indonesia baik sekolah negeri maupun sekolah swasta sangat beragam. Hal ini dikarenakan faktor eksistensi sekolah disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada di masing-masing sekolah, seperti jumlah siswa, manajemen sekolah, peraturan yang berlaku, dan sebagainya

7.2 HUMAS DI SEKOLAH

Berfungsi tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang dilaksanakan dalam suatu lembaga. Mengenai konsep fungsional humas, Scott M. Cutlip dan Allen Center (Effendy Onong, 2002:34) memberikan penjelasan sebagai berikut:²

1. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut
2. Menasehati manajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik
3. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

Hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat pada hakikatnya merupakan suatu sarana yang sangat berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik di sekolah. Dalam hal ini sekolah merupakan bagian yang integral dari sistem sosial yang lebih besar, yaitu masyarakat. Sekolah dan masyarakat memiliki hubungan yang sangat erat dalam mencapai tujuan sekolah, oleh karena itu hubungan sekolah dengan masyarakat harus dibina suatu hubungan yang harmonis.³ Menurut Purwanto, Ngalim (1993:189-190)⁴ Secara kongkrit lagi, tujuan diselenggarakan hubungan sekolah dan masyarakat adalah:

- a. Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat.
- b. Mendapatkan dukungan dan bantuan morel maupun finansial yang diperlukan bagi pengembangan sekolah.
- c. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang isi dan pelaksanaan program sekolah.

- d. Memperkaya dan memperluas program sekolah sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat.
- e. Mengembangkan kerja sama yang lebih erat antara keluarga dan sekolah dalam mendidik anak-anak.

Menurut Nawawi, Hadari (1988:73)⁵ Tugas-tugas pokok atau beban kerja humas suatu organisasi atau lembaga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Memberikan informasi dan menyampaikan ide (gagasan) kepada masyarakat atau pihak-pihak yang membutuhkannya. Menyebarkan informasi dan gagasan-gagasan itu agar diketahui maksud atau tujuannya serta kegiatan-kegiatannya termasuk kemungkinan dipetik manfaatnya oleh pihak-pihak diluar organisasi.
2. Membantu pimpinan yang karena tugas-tugasnya tidak dapat langsung memberikan informasi kepada masyarakat atau pihak-pihak yang memerlukannya.
3. Membantu pimpinan mempersiapkan bahan-bahan tentang permasalahan dan informasi yang akan disampaikan atau yang menarik perhatian masyarakat pada saat tertentu. Dengan demikian pimpinan selalu siap dalam memberikan bahan-bahan informasi yang *up-to-date*.
4. Membantu pimpinan dalam mengembangkan rencana dan kegiatan-kegiatan lanjutan yang berhubungan dengan pelayanan kepada masyarakat (*Publicservice*) sebagai akibat dari komunikasi timbal balik dengan pihak luar, yang ternyata menumbuhkan harapan atau penyempurnaan *policy* atau kegiatan yang telah dilakukan oleh organisasi.

Proses humas sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Proses ini terdiri dari: *fact finding, planning, communications, dan evaluation*.

1. **Fact finding** adalah mencari dan mengumpulkan fakta / data sebelum melakukan tindakan. Praktisi humas

sebelum melakukan sesuatu kejadian harus terlebih dahulu mengetahui, apa yang diperlukan publik, siapa saja yang termasuk ke dalam publik, bagaimana keadaan publik dipandang dari berbagai faktor.

2. **Planning** adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah yang timbul.
3. **Communication** adalah rencana yang disusun dengan baik sebagai hasil pemikiran yang matang berdasarkan fakta / data tadi, kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.
4. **Evaluation** adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Evaluasi itu dapat dilakukan secara kontinyu. Hasil evaluasi itu menjadi dasar kegiatan humas berikutnya.

Untuk memperjelas fungsi-fungsi humas dalam organisasi, fungsi-fungsi humas yang tercantum dalam *booklet* in PRSA (*Public Relations Society of America*) dengan judul *Careers in Public Relations* dapat memberikan gambaran lebih khusus. Fungsi-fungsi tersebut antara lain:⁶

1. **Programming**. Fungsi ini mencakup antara lain analisis masalah dan peluang menentukan goals dan publik serta merekomendasikan dan merencanakan kegiatan.
2. **Relationship**. Seorang praktisi public relations yang berhasil harus mengembangkan keterampilan dalam mengumpulkan informasi dari manajemen, sejawat dalam organisasi dan dari sumber-sumber di luar organisasi. Untuk itulah banyak kegiatan humas mensyaratkan para praktisi selalu bekerjasama dan menjalin hubungan terutama dengan bagian-bagian lain dalam organisasi seperti kepegawaian, hukum dan pemasaran serta yang lainnya.

3. **Writing dan Editing.** Sejalan dengan sasaran kegiatan humas, yakni mencapai publik yang amat besar, alat penting yang dapat digunakan adalah melalui barang-barang cetakan. Banyak ragam barang cetakan yang digunakan dalam kegiatan humas seperti laporan tahunan, bookslets, media release, newsletter, penerbitan dan beberapa yang lainnya. Tulisan yang jelas dan masuk akal sangat penting artinya bagi keefektifan kerja praktisi humas.
4. **Information.** Membangun sistem informasi yang baik merupakan salah satu cara menyebarkan informasi secara efektif. Ini biasanya berkaitan dengan usaha pengenalan cara kerja berbagai media atau saluran komunikasi yang ada, termasuk di dalamnya, surat kabar, media elektronik radio dan televisi, serta multimedia.
5. **Production.** Fungsi ini berkaitan dengan kegiatan produksi media komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan pesan-pesan yang dirancang oleh praktisi humas.
6. **Special Event.** Konferensi pers, pameran, ulang tahun perusahaan, pemberian penghargaan, kunjungan perusahaan dan sebagainya merupakan kegiatan-kegiatan yang harus ditangani oleh praktisi humas.
7. **Speaking.** Keterampilan penting yang juga harus dimiliki oleh seorang praktisi humas adalah keterampilan berbicara baik untuk tatap muka individual maupun untuk tatap muka kelompok (public speaking).
8. **Research dan Evolution.** Aktivitas penting yang dilakukan seorang praktisi humas adalah pengumpulan fakta. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk itu. Biasa dilakukan secara formal maupun informal. Dapat menggunakan berbagai teknik. Penelitian biasanya digunakan baik pada awal maupun pada akhir sebuah program kehumasan. Pengevaluasian kegiatan humas juga sekarang mulai memperoleh perhatian yang semakin besar.

7.3 PELEMBAGAAN PARTISIPASI MASYARAKAT

Apakah lembaga pendidikan membutuhkan peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan program pendidikan? Apakah masyarakat membutuhkan lembaga pendidikan? kedua pertanyaan tersebut dapat dijawab “ya”. Lembaga pendidikan membutuhkan peran serta masyarakat dalam menyelenggarakan programnya agar keseluruhan rencana program dapat terlaksana secara optimal. Peran serta yang dimaksud dapat berupa bantuan materiil dan non-materiil. Bantuan materiil dapat berupa uang, barang-barang yang dapat memperlancar penyelenggaraan pendidikan. Bantuan non-materiil dapat berupa tenaga dan pemikiran untuk kemajuan lembaga pendidikan. Dilain pihak masyarakat membutuhkan lembaga pendidikan. Mustahil rasanya masyarakat bisa maju sesuai dengan tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan dan perkembangan teknologi informasi tanpa adanya lembaga pendidikan. Melalui lembaga pendidikan peserta didik dapat mengembangkan potensi yang dimilikinya secara optimal.

Lembaga pendidikan keberadaannya sangat dibutuhkan masyarakat, sebaliknya masyarakat juga dibutuhkan oleh lembaga pendidikan. agar penyelenggaraan lembaga pendidikan bisa maksimal maka keterlibatan semua pihak pemerintah, keluarga, lembaga swasta dan masyarakat pada umumnya sangat dibutuhkan oleh sekolah. Kerjasama yang baik antar komponen tersebut, baik dari pemikiran, tenaga, biaya akan memacu perkembangan pendidikan yang diharapkan.

Lembaga pendidikan dapat memerankan fungsinya secara maksimal apabila didukung semua komponen yang bertanggung jawab dalam menyelenggarakan pendidikan, yaitu keluarga, pemerintah dan masyarakat. Pengelolaan pendidikan menjadi berbasis daerah, masyarakat, dan sekolah (*local community and school based management*).⁷ Untuk itu di tiap daerah telah dibentuk organisasi pengelola pendidikan yaitu Dewan Pendidikan, Dewan

Sekolah atau Komite Sekolah. Dewan Pendidikan Kabupaten/Kota bertugas melaksanakan pengkajian, penelitian dan pengembangan pendidikan untuk diajukan kepada pemerintah Kabupaten/Kota dalam rangka perumusan, pemantauan dan penilaian kebijakan pembangunan pendidikan di Kabupaten/Kota. Di tingkat satuan pendidikan juga dibentuk Dewan Sekolah yang bertugas merencanakan dan mengupayakan penyediaan sumber daya sarana dan prasarana pendidikan pada satuan pendidikan yang diselenggarakan di daerah yang bersangkutan. Untuk mengelola pendidikan, sekolah memberi kesempatan seluas-luasnya kepada masyarakat agar berperan serta dalam penyelenggaraan pendidikan.

Partisipasi berbasis pada “kesadaran individu untuk bertindak”. Kata “kesadaran” mengacu pada “proses internal” individu sebelum akhirnya ia memutuskan untuk (dan melakukan) tindakan. Pada titik terakhir ini ia mengalami proses transformasi dari “individu” menjadi “pelaku” atau “subyek”. Sementara “tindakan” menandakan bahwa ketika itu dilakukan sebenarnya individu tersebut telah menaruh “makna subyektif” pada “tindakan” itu.

Makna subyektif tersebut dapat memuat aneka motif, kepentingan, nilai, *ideas*, endapan tradisi, impuls emosi, dan sebagainya. Talcott Parsons menjelaskan hal ini pada teori voluntaristik, yang disusunnya dan bagaimana melembagakan tindakan itu ke dalam sebuah sistem sosial.

Makna “partisipasi” bersifat variatif seturut “makna subyektif” yang dilekatkan oleh pelakunya. (Dalam hal pembangunan—dalam arti bukan secara fisik—aneka makna yang tertera pada tindakan partisipatif sebenarnya dapat pula menjadikan arah pembangunan tersebut tidak jelas, bila visi dan misi sebuah kabupaten tidak dirumuskan terlebih dahulu dan menjadi kesepakatan politik bersama). Secara umum dan sederhana kata “partisipasi” mengacu pada posisi pelaku sebagai “*part*” (bagian atau ambil

bagian) atau sebagai "*partner*" (mitra). Pemahaman yang pertama menempatkan pemahaman "partisipasi" pada posisi pelaku hanya "sekadar ambil bagian" atau "sekadar berperan serta", dan lebih cenderung pada posisi "pinggiran atau marjinal". Partisipasi lantas hanya dipadankatakan dengan "ikut serta" atau "peran serta", yang pada proses terbentuknya "tindakan" tersebut tidak diawali dengan proses internal kesadaran yang menumbuhkan dorongan untuk "berprakarsa" atau "berinisiatif" atau "mengawali" suatu tindakan (bersama). Prakarsa dilakukan pihak lain, kemudian warga diikutsertakan saja. Sedangkan pemahaman kedua mempertautkan partisipasi dengan kata "*partner*" yang dapat kita tafsirkan lebih bermakna: (1) ada inisiatif untuk melakukan tindakan oleh "sang subyek"; (2) mempunyai kesetaraan atau kesederajadan posisi dalam melakukan tindakan bersama orang lain (*the others*); (3) masing-masing pihak bersedia dan siap menanggung konsekuensi bersama dari tindakan yang sama-sama dilakukan tersebut; (4) masing-masing pihak mempunyai "makna subyektif" yang sama (setidaknya mirip atau himpit) dalam menentukan dan melakukan tindakan bersama tersebut; dan (5) tindakan yang sama-sama dipilih tersebut telah diproses dalam "ruang kesadaran" secara sadar (dan mendalam?) sehingga tindakan itu memang sesuatu yang dikehendaki untuk dilakukan.

Seiring dengan pandangan pada poin diatas, terutama pemahaman kedua, kita dapat secara jelas membedakan makna kata "partisipasi" dari "mobilisasi". Kata yang kedua ini menunjuk pada tindakan yang ditentukan dan didorong oleh faktor eksternal (dari luar) individu. Sebab itu ketika individu berubah menjadi pelaku dalam sebuah tindakan, sebenarnya tindakan itu tidak muncul melalui proses internal di dalam kesadaran individu. Pada titik ini, makna tindakan oleh pelaku tersebut menjadi tidak sedalam pada kata "partisipasi". Bisa dipahami bahwa kesetiaan pelaku terhadap tindakan pada kata "mobilisasi" tidak seteguh pada kata "partisipasi".

Bila “partisipasi” lantas kita masukkan ke dalam domain kemasyarakatan yang telah lebih dari tri-dasawarsa disentralisasikan oleh suatu “rezim mobilisasi” dan “pelayanan publik” dari atas ke bawah maka bagaimanakah kita menumbuhkan “partisipasi” tersebut pada diri individu-individu masyarakat agar berubah menjadi subyek-subyek yang sadar akan tanggung jawab kewargaannya sendiri di dalam kerangka kebersamaan dengan subyek-subyek yang lain? Saya kira kita perlu memahami konteks multidimensional yang membingkai masyarakat kita untuk menjawab persoalan ini. Partisipasi dimaknai juga sebagai keterlibatan masyarakat didalam proses perencanaan/pembuatan keputusan, penerapan keputusan, menikmati hasil, dan evaluasi hasil itu.

Selanjutnya partisipasi secara substantif mencakup:⁸

1. *Voice (suara)* artinya setiap warga mempunyai hak dan ruang untuk menyampaikan suaranya dalam proses pemerintahan dan pembangunan. Pemerintah mengakomodasi setiap suara yang berkembang dalam masyarakat dan dijadikan basis pembuatan keputusan.
2. *Akses*, yakni setiap warga mempunyai kesempatan untuk mengakses atau mempengaruhi pembuatan kebijakan termasuk akses dalam pelayanan publik.
3. *Kontrol*, yakni setiap warga atau elemen masyarakat mempunyai kesempatan dan hak untuk melakukan pengawasan atau kontrol terhadap jalannya pemerintahan maupun pengelolaan kebijakan dan keuangan pemerintah.

Manfaat Partisipasi Masyarakat:

- Partisipasi adalah perwujudan kedaulatan rakyat, yang menempatkan mereka sebagai awal dan tujuan pembangunan.
- Partisipasi menimbulkan rasa harga diri dan kemampuan pribadi untuk turut serta dalam menentukan keputusan yang menyangkut masyarakat. Dengan kalimat lain partisipasi merupakan bentuk “memanusiakan manusia” (*nguwongake*).

- Partisipasi adalah proses saling belajar bersama antara pemerintah dan masyarakat, sehingga bisa saling menghargai, mempercayai, dan menumbuhkan sikap yang arif.
- Partisipasi menciptakan suatu lingkaran umpan balik informasi tentang aspirasi, kebutuhan, dan kondisi masyarakat.
- Partisipasi merupakan kunci pemberdayaan dan kemandirian masyarakat.
- Partisipasi merupakan cara yang paling efektif untuk mengembangkan kemampuan masyarakat dalam pengelolaan program pembangunan guna memenuhi kebutuhan.
- Partisipasi bisa mencegah timbulnya pertentangan, konflik, dan sikap-sikap *waton suloyo*.
- Partisipasi bisa membangun rasa memiliki masyarakat terhadap agenda pemerintahan, kemasyarakatan, dan pembangunan.
- Partisipasi dipandang sebagai pencerminan demokrasi.

Tangga partisipasi sebagai indikator tingkat partisipasi masyarakat dikemukakan pada tahun 1969 oleh Sherry Arnstein. Diilhami oleh temuan ini *New Economic Foundation* (2001) merumuskan tangga partisipasi dari yang terendah sampai yang tertinggi sebagai berikut:

1. **Manipulasi**, Pemerintah memberikan informasi, dalam banyak hal berupa informasi dan kepercayaan yang keliru, kepada warga. Dalam beberapa hal pemerintah melakukan mobilisasi warga yang mendukung/dibuat mendukung keputusannya untuk menunjukkan bahwa kebijakannya populer. (bukan partisipasi)
2. **Penentraman**, Pemerintah memberikan informasi dengan tujuan agar warga tidak memberikan perlawanan atas keputusan yang telah ditetapkan, sering kali didukung oleh pengerahan kekuasaan (baik hukum maupun psikologis).

3. **Sosialisasi**, Pemerintah memberikan informasi mengenai keputusan yang telah dibuat dan mengajak warga untuk melaksanakan keputusan tersebut.
4. **Konsultasi**, Pemerintah meminta saran dan kritik dari masyarakat sebelum suatu keputusan ditetapkan.
(2,3, dan 4 bentuk lain dari *tokenisme*)
5. **Kemitraan**, Masyarakat dilibatkan untuk merancang dan mengambil keputusan bersama pemerintah.
6. **Pendelegasian Kekuasaan**, Pemerintah mendelegasikan keputusan untuk ditetapkan oleh warga.
7. **Pengawasan oleh Warga**, Warga memiliki kekuasaan mengawasi secara langsung keputusan yang telah diambil dan menolak keputusan yang bertentangan dengan tujuan yang telah ditetapkan.
(5,6, dan 7 wujud dari kekuasaan dan partisipasi warga).

Dalam melakukan partisipasi perlu adanya pelembagaan partisipasi itu sendiri. Pelembagaan ini dimaksudkan agar implementasinya dapat dibingkai ke dalam sebuah format yang dapat dipertanggungjawabkan. Disamping itu pelembagaan partisipasi juga dimaksudkan agar masyarakat tidak terjebak dalam gerakan yang bersifat anarkhis. Memang benar bahwa partisipasi adalah inti demokrasi tetapi bukan berarti untuk melaksanakan demokrasi masyarakat dapat melakukan apa saja seenaknya. Ada batas-batas tertentu yang harus ditaati bersama dalam melakukan partisipasi sebagai pendorong utama dalam berdemokrasi. Pelembagaan ini dimaksudkan juga untuk *meningkatkan kapasitas kelembagaan masyarakat agar dapat sederajat dengan pihak pemerintah daerah, DPRD, dan swasta sehingga masyarakat dapat meningkatkan bargaining power*. Dalam konteks ini *bargaining power* dimaknai sebagai hal yang positif sekaligus sebagai strategi pendekatan yang menekankan kemitraan, menghargai proses dialog, musyawarah dan menumbuhkan rasa saling menghormati antar elemen

strategis penyelenggara pembangunan di daerah. Beberapa model pelembagaan partisipasi masyarakat (pengalaman kota Solo) meliputi : *model partisipasi yang berbasis legal formal, model partisipasi multi-pihak yang didorong oleh sponsor dari luar, model partisipasi berbasis kelompok yang memiliki identitas kolektif dan model partisipasi spontan untuk menelaah dan merespons suatu kejadian.* Kedua aspek itu kedepan dapat diatasi melalui penguatan kapasitas masyarakat dalam analisis stakeholders dan kemampuan fasilitasi.

- a. *Analisis stakeholders*, digunakan untuk mengatasi masalah representasi. Apa itu *stakeholders*? Stakeholders adalah orang-orang, kelompok atau lembaga yang dipengaruhi oleh suatu intervensi yang ditawarkan (secara positif maupun negatif) atau mereka yang dapat mempengaruhi hasil intervensi. Analisis *stakeholders* dimaksudkan sebagai pintu masuk dalam menjawab persoalan keterwakilan dan kualitas formulasi (perencanaan) partisipatif. Mengapa harus analisis stakeholders? *Pertama*, untuk mengidentifikasi kepentingan, urgensi, dan pengaruh *stakeholders* atas kebijakan maupun program/proyek. *Kedua*, untuk mengidentifikasi lembaga-lembaga lokal dan proses-proses untuk membangunnya. *Ketiga*, menyediakan suatu dasar dan strategi bagi partisipasi.
- b. *Peran fasilitator*. Peran fasilitator menjadi sangat dibutuhkan untuk dikembangkan mengingat dialog musyawarah yang dibangun sedapat mungkin harus tertuju pada formulasi perencanaan yang disiapkan sebagai bahan bakar program aksi pembangunan. Peran ini tidak dimaksud untuk mengintervensi atau mengajari masyarakat, tapi lebih untuk membuka ruang yang lebih lebar kepada masyarakat berdialog, berdiskusi, berdebat dan ruang untuk memutuskan sendiri apa yang baik dan apa yang tidak baik buat mereka sendiri.

Berbagai upaya dapat dilakukan untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat:

1. Mengeksplorasi nilai-nilai yang berkaitan dengan semangat partisipasi (kebersamaan dan solidaritas, tanggung jawab, kesadaran kritis, sensitif perubahan, peka terhadap lokalitas dan keberpihakan pada kelompok marginal, dll).
2. Menghidupkan kembali institusi-institusi *volunteer* sebagai media kewargaan yang pernah hidup dan berfungsi untuk kemudian dikontekstualisasi dengan perkembangan yang terjadi di masyarakat terutama dinamika kontemporer (Mis. forum rembuk desa/dusun).
3. Memperluas ruang komunikasi publik atau semacam *public sphere* yang dapat dimanfaatkan warga untuk melakukan kontak-kontak sosial dan kerjasama.

-
- 1 Suryosubroto. *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat*. 2012. Jakarta: Rineka Cipta. h. 15
 - 2 Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi komunikologis* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, h. 144
 - 3 <https://manajpendidikan.wordpress.com/2012/06/06/fungsi-tujuan-serta-tugas-humas-di-lembaga-pendidikan/> diakses 20 Januari 2015
 - 4 Purwanto, Ngalim. 1993. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, h. 83
 - 5 Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada Press, 66
 - 6 <http://www.kajianpustaka.com/2012/11/hubungan-masyarakat-humas.html> diakses 22 Januari 2015
 - 7 <http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html>, diakses 23 Januari 2015
 - 8 Alexander Abe, 2005, *Perencanaan Daerah Partisipatif*, Pembaharuan, Yogyakarta.
 - 9 Hetifah Sj. Sumarto 2003, *Inovasi, Partisipasi dan Good Governanc*, Yayasan Obor Jakarta

Bab 8



MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN

8.1 KONSEP DASAR PEMASARAN PENDIDIKAN

Persaingan di dunia pendidikan tidak dapat terelakkan lagi, banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan oleh pelanggannya sehingga dalam beberapa tahun ini banyak terjadi merger dari beberapa lembaga pendidikan. Kemampuan adminastor untuk memahami pemasaran pendidikan menjadi prasyarat dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan lembaganya.

Adapun komponen kunci yang dapat dijadikan sebagai bahan analisis untuk memahami konsep pemasaran pendidikan, yaitu konsep pasar. Pasar merupakan tempat bertransaksi berbagai komoditas yang dihasilkan produsen dengan yang dibutuhkan, diinginkan dan diharapkan konsumen. Pemasaran ialah proses transaksional untuk meningkatkan harapan, keinginan dan kebutuhan calon konsumen sehingga calon konsumen menjadi tertarik untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan cara mengeluarkan imbalan sesuai yang disepakati.

Pendidikan adalah proses perubahan pola pikir, apresiasi dan pembiasaan manusia agar menjadi manusia yang artinya memanusiakan manusia. Sekolah merupakan salah satu kelembagaan

satuan pendidikan. Walaupun kebanyakan orang sering mengidentikkan sekolah dengan pendidikan, pendidikan merupakan wahana perubahan peradaban manusia ketika membicarakan sistem pendidikan tidak cukup hanya membahas sistem persekolahan, sehingga untuk membicarakan pemasaran pendidikan pun sesungguhnya tidak cukup hanya dengan membahas terbatas pada pemasaran persekolahan. Karena paradigma pendidikan yang begitu universal tidak hanya dipandang secara terbatas pada sistem persekolahan.

Pendidikan merupakan produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang bersifat non profit, sehingga hasil dari proses pendidikan kasad mata.

Untuk lebih mengenal lebih dalam dari pemasaran pendidikan maka harus mengenal lebih dahulu pengertian dan karakteristik pendidikan ada pada posisi yang tepat sesuai dengan nilai dan sifat dari pendidikan itu sendiri. Oleh karena itu, pendidikan yang dapat laku dipasarkan ialah pendidikan seperti:

- 1) Ada produk sebagai hasil komoditas
- 2) Produknya memiliki standar, spesifikasi dan kemasan
- 3) Memiliki sasaran yang jelas
- 4) Memiliki jaringan dan media
- 5) Memiliki tenaga pemasaran.

Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak pada pihak lainnya yang secara prinsip tidak terwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.¹ Jasa adalah jasa pada dasarnya merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dan pengertian fisik, dikonsumsi, dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud bagi pembeli pertamanya.²

Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibu-

tuhkan dan dinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. Etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh.

Banyak ahli yang mengemukakan karakteristik jasa diantaranya adalah Kotler yang mengemukakan bahwa jasa mempunyai 4 ciri utama, yaitu: 1) tidak berwujud, 2) tidak terpisahkan, 3) bervariasi, 4) mudah musnah. Terdapat 8 karakteristik jasa, yaitu: 1) jasa tidak dapat disimpan dan dikonsumsi pada saat dihasilkan, 2) jasa tergantung pada waktu, 3) jasa bergantung pada tempat, 4) konsumen merupakan bagian integral dari proses produksi jasa, 5) setiap orang atau apapun yang berhubungan dengan konsumen mempunyai andil dalam memberikan peranan, 6) perubahan pada konsep kemanfaatan, 7) karyawan penghubung merupakan bagian dari proses produksi jasa, 8) kualitas jasa tidak dapat diperbaiki pada saat proses produksi karena produksi jasa terjadi secara real time.³

Pendidikan merupakan produk yang berupa jasa, yang mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- 1) Lebih bersifat tidak berwujud dari pada berwujud.
- 2) Produksi dan konsumsi bersamaan waktu.
- 3) Kurang memiliki standar dan keseragaman.

Seperti yang dikemukakan oleh Dan Steinhoff "the raw material of services is people", bahan baku untuk menghasilkan jasa ialah orang. Orang yang memiliki ciri khas yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, pepatah mengatakan bahwa tidak ada manusia yang memiliki persamaan bahkan anak kembar sekalipun. Hal itulah yang menjadikan dasar bahwa pelayanan jasa pendidikan antara satu dengan yang lainnya berbeda.

Dengan melihat karakteristik tersebut, jasa pendidikan diterima setelah melakukan interaksi dengan penghubung yang sangat dipengaruhi oleh siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal tersebut menjelaskan bahwa keberhasilan pendidikan akan sangat tergantung pada siapa, kapan dan dimana proses tersebut terlaksana.

Pemasaran atau marketing tidak diasumsikan dalam arti yang sempit yaitu penjualan akan tetapi marketing memiliki pengertian yang sangat luas. Intinya penerapan marketing tidak hanya berorientasi ada peningkatan laba lembaga akan tetapi bagaimana men-ciptakan kepuasan bagi customer sebagai bentuk tanggung jawab kepada stakeholder atas mutu dari outputnya. Penerapan marketing di atas terlebih dahulu harus memperbaiki fondasi-fondasi, di antaranya perhatian pada kualitas yang ditawarkan, serta melihat segmentasi dan penentuan sasaran.

Konsep marketing tidak berorientasi asal barang habis tanpa memperhatikan sesudah itu, berorientasi jangka panjang yang lebih menekankan pada kepuasan konsumen, dimana marketing itu sendiri adalah suatu usaha bagaimana memuaskan, memenuhi needs and wants dari konsumen.

Demikian halnya dengan pemasaran pendidikan, beberapa ahli memberikan pengertian diantaranya adalah: Kotler mengemukakan bahwa pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial, baik oleh individu atau kelompok, untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain.

Khususnya dalam marketing pendidikan John R. Silber yang dikutip Buchari Alma menyatakan bahwa etika marketing dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan membentuk watak secara menyeluruh. Hal itu karena pendidikan sifatnya lebih kompleks, yang dilaksanakan

dengan penuh tanggung jawab, hasil pendidikannya mengacu jauh ke depan, membina kehidupan warga negara, generasi penerus ilmuwan di kemudian hari.

Dalam membangun lembaga pendidikan, Brubacher menyatakan ada dua landasan filosofi yaitu landasan epistemologis, dimana lembaga pendidikan harus berusaha untuk mengerti dunia sekelilingnya, memikirkan sedalam-dalamnya masalah yang ada di masyarakat, dimana tujuan pendidikan tidak dapat dibelokkan oleh berbagai pertimbangan dan kebijakan, tetapi harus berpegang teguh pada kebenaran. Sedangkan landasan politik adalah memikirkan kehidupan praktis untuk tujuan masa depan bangsa karena masyarakat kita begitu kompleks sehingga banyak masalah.

8.2 SEKOLAH BERBASIS KEPUASAN PELANGGAN

Penerapan marketing ini adalah untuk menciptakan kepuasan bagi pelanggan pendidikan. Ketika berbicara tentang kepuasan maka kita harus menyadari bahwa kepuasan antara satu orang dengan orang yang lainnya berbeda, artinya kepuasan berurusan dengan beberapa hal.

Kata kepuasan berasal dari bahasa Latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat), sehingga kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Jadi merupakan respons konsumen yang terpenuhi keinginannya, ada kemungkinan features barang atau jasa.

Ada tiga komponen utama, yaitu: 1) kepuasan pelanggan merupakan respons (emosional atau kognitif), 2) respons tersebut menyangkut proses fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya), 3) respons terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif dan lain-lain). Secara singkat kepuasan

pelanggan terdiri dari respons yang menyangkut fokus yang ditentukan pada waktu tertentu.

Tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan berdasarkan kombinasi antara emosi spesifik terhadap penyedia jasa, ekspektasi menyangkut kapabilitas kinerja masa depan pemasok jasa, dan minat berperilaku untuk memilih lagi penyedia jasa bersangkutan, tipe tersebut adalah : a. *Demanding customer satisfaction*, merupakan tipe kepuasan yang aktif, relasi dengan penyedia jasa diwarnai emosi positif, terutama optimisme dan kepercayaan.⁴ Berdasarkan pengalaman positif dimasa lalu, pelanggan dengan tipe kepuasan ini berharap bahwa penyediaan jasa bakal mampu memuaskan ekspektasi mereka yang semakin meningkat di masa depan, selain itu mereka bersedia meneruskan relasi yang memuaskan dengan penyedia jasa sehingga loyalitas akan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam meningkatkan kinerjanya seiring dengan tuntutan pelanggan. b. *Stable customer satisfaction*, yaitu pelanggan yang memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang demanding. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan *steadiness* dan *trust* dalam relasi yang terbina saat ini, dimana mereka menginginkan segala sesuatunya tetap sama. Berdasarkan penalaman positif yang telah terbentuk, mereka bersedia melanjutkan relasi dengan penyedia jasa. c. *Resigned customer satisfaction*, yaitu pelanggan pada tipe ini merasa puas namun bukan diakibatkan pemenuhan ekspektasinya, namun lebih didasarkan pada kesan tidak realitas, perilakunya cenderung pasif cenderung tidak bersedia melakukan berbagai upaya dalam menuntut perbaikan. d. *Stable customer dissatisfaction*, pelanggan tidak puas terhadap kinerja penyedia jasa namun cenderung tidak melakukan apa-apa. Relasi dengan penyedia jasa diwarnai emosi negatif dan asumsi ekspektasi mereka dimasa datang tidak akan terpenuhi, dan tidak melihat adanya peluang untuk perubahan dan perbaikan. e. *Demanding customer dissatisfaction*, bercirikan

tingkat aspirasi aktif dan perilaku demanding, pada tingkatan emosi ketidakpuasan menimbulkan protes dan oposisi, mereka aktif menuntut perbaikan.

Dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, Kotler mengemukakan beberapa cara diantaranya adalah:⁵ a. Sistem keluhan dan saran b. Survey kepuasan pelanggan c. Pembeli bayangan d. Analisis pelanggan yang beralih.

Dalam konteks pendidikan kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa komponen, yaitu sebagai berikut :

- 1) Karakteristik barang dan jasa Nama sekolah yang dikenal, staf pengajar yang kompeten, dan hubungan dengan lembaga luar
- 2) Emosi pelanggan Motivasi siswa dalam mengikuti kegiatan belajar mengajar
- 3) Atribut-atribut pendukung Promosi di bidang jasa sekolah, lulusan yang dihasilkan, dan prestasi-prestasi yang dicapai
- 4) Persepsi terhadap pelayanan Penerimaan pelayanan oleh siswa
- 5) Pelanggan lainnya Penyebarluasan informasi
- 6) Manfaat Fungsional dan emosional
- 7) Biaya Moneter, waktu, energi dan fisik

Loyalitas pelanggan adalah bahwa kesetiaan pelanggan diukur dengan frekuensi penggunaan kembali sebuah jasa. Kepuasan tersebut dapat juga diamati ketika pelanggan jasa menganjurkan atau bahkan mendesak orang lain untuk mengkonsumsi jasa tersebut. Jadi kesetiaan pelanggan dapat dilihat melalui perilaku pelanggan.

Loyalitas sebagai suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin. Didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

Loyalitas lebih mengacu pada perilaku yang relatif stabil dalam jangka panjang dari unit-unit pengambil keputusan untuk melakukan kegiatan secara terus menerus terhadap program lembaga pendidikan yang dipilih.

Keuntungan-keuntungan yang diperoleh lembaga pendidikan jika memiliki siswa loyal adalah :

- a. Mengurangi biaya pemasaran
- b. Mengurangi biaya transaksi biaya, transaksi kontrak, pemrosesan pemesana, dan lain-lain.
- c. Mengurangi biaya tern over konsumen
- d. Meningkatkan penjual silang yang akan memperbesar pangsa pasar lembaga
- e. *Word of mouth* yang lebih positif dengan asums bahwa konsumen yang loyal juga berarti yang merasa puas
- f. Mengurangi biaya kegagalan.

Keuntungan memiliki sejumlah siswa yang loyal terhadap lembaga pendidikan adalah memberikan citra bahwa jasa pendidikan yang ditawarkan tersebut dapat diterima dan dikenal oleh masyarakat luas, memiliki reputasi baik, dan sanggup untuk memberikan dukungan layanan dan peningkatan mutu pendidikan.

8.3 PENERAPAN PEMASARAN PENDIDIKAN

Pemasaran pendidikan mempunyai 7 elemen pokok, yaitu :⁶

1. Product, merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan preferensi pilihan bagi customer, merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada customer yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.
2. Price, merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, dimana apabila mutu produk baik, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi apabila dirasa dalam batas terjangkau pelanggan pendidikan.
3. Place, adalah letak lokasi sekolah mempunyai peran yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang diperse-

sikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan.

3. *Promotion*, merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang di tawarkan oleh lembaga tersebut.
4. *People*, ini menyangkut peran pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan citra lembaga, dalam arti semakin berkualitas unsur pemimpin dan civitas akademika dalam melakukan pelayanan pendidikan maka akan meningkat jumlah pelanggan.
5. *Physical evidence*, merupakan sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga kepada pelanggannya.
6. *Process*, ini adalah penyampaian jasa pendidikan merupakan inti dari seluruh pendidikan, kualitas dari seluruh elemen yang menunjang proses pendidikan menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran seka-ligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan dan citra yang terbentuk akan membentuk *circle* dalam merekrut pelanggan pendidikan.

Di dalam pemasaran pendidikan terdapat beberapa langkah strategis, yaitu :

- a. *Identifikasi pasar*, yaitu sebuah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan konsumen pendidikan.
- b. *Segmentasi pasar dan positioning*, yaitu membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin

membutuhkan produk yang berbeda. Sedangkan positioning adalah karakteristik dan pembedaan produk yang nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan lembaga lainnya.

- c. Diferensiasi produk, melakukan diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Strategi ini adalah strategi yang memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh kompetitor.
- d. Komunikasi pemasaran, yaitu publikasi prestasi oleh media independen, seperti berita dalam media massa.
- e. Pelayanan sekolah, hal ini terlihat sebagai apa yang diharapkan konsumen. Kesenjangan yang sering terjadi adalah adanya perbedaan persepsi kualitas dan atribut jasa pendidikan.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap organisasi jasa, termasuk sekolah terdapat beberapa ciri organisasi jasa yang baik, yaitu memiliki:⁷ a. Konsep strategis yang memiliki fokus pada konsumen. b. Komitmen kualitas dari manajemen puncak. c. Penetapan standar yang tinggi. d. Sistem untuk memonitor kinerja jasa. e. Sistem untuk memuaskan keluhan pelanggan. f. Memuaskan karyawan sama dengan pelanggan.

Berkenaan dengan sekolah bermutu, ada beberapa model (karakteristik) sekolah bermutu yang dikemukakan oleh Jerome S. Arcaro (2007) diantaranya adalah.⁸

1. Fokus pada kostumer. Dalam meningkatkan penyelenggaraan mutu pendidikan sekolah harus melayani kebutuhan kostumer baik internal maupun eksternal.
2. Keterlibatan total. Semua komponen yang berkepentingan (warga sekolah dan warga masyarakat dan pemerintah) harus terlibat secara langsung dalam pengembangan mutu pendidikan.
3. Pengukuran. Pengukuran dilakukan dengan cara evaluasi, evaluasi ini dijadikan acuan dalam meningkatkan penyeleng-

- garaan mutu pendidikan. Salah satu bagian yang sering dijadi-kan instrumen pengukuran adalah nilai prestasi siswa
4. Komitmen. Hal lain yang menyangkut pendidikan bermutu adalah adanya komitmen bersama terhadap budaya mutu utamanya komite sekolah dan pemerintah.
 5. Memandang pendidikan sebagai sistem. Pandangan seperti ini akan mengeliminasi pemborosan dari pendidikan dan dapat memperbaiki mutu setiap proses pendidikan.
 6. Perbaikan berkelanjutan. Prinsip dasar mutu adalah perbaikan secara terus-menerus (berkelanjutan) langkah ini dilakukan secara konsisten menemukan cara menangani masalah dan membuat perbaikan yang diperlukan.

Berkenaan dengan tingkat keberhasilan suatu sekolah, menurut Hendyat Soetopo (2007),⁹ ada beberapa komponen yang berhubungan secara langsung dengan keberhasilan mutu sekolah yang meliputi sifat-sifat layanan demi kepuasan pelanggannya yang meliputi:

- a) Siswa puas dengan layanan sekolah, antara lain puas dengan pelajaran yang diterima, diperlakukan oleh guru dan pimpinan, fasilitas yang disediakan, atau siswa menikmati situasi sekolah);
- b) Orang tua siswa puas dengan layanan terhadap anaknya maupun layanan kepada orang tua, (puas karena mendapat laporan periodik tentang perkembangan siswa maupun program-program sekolah);
- c) Pihak pemakai/pemerima lulusan (perguruan tinggi, industri, masyarakat) puas karena menerima lulusan dengan kualitas yang sesuai dengan harapan;
- d) Guru dan karyiawan puas dengan pelayanan sekolah, (pembagian kerja, hubungan antara guru/karyiawan/pimpinan, gaji/honorarium, dan sebagainya).

Sedangkan sifat layanan harus diberikan sekolah agar pelanggan (siswa, orang tua siswa, pemakai luluhan, guru, karyiawan,

pemerintah, dan masyarakat) puas, mencakup kepercayaan (reliability) artinya layanan sesuai dengan yang dijanjikan (dalam rapat, brosur, dan sebagainya) sifatnya terus-menerus dan bukan hanya waktu tertentu.

-
- 1 Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan "Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah"*, (Bandung: Pustaka Educa, 2010). H. 88
 - 2 Buchori Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2007). h. 43
 - 3 Umiarso dan Imam Gojali, *Manajemen Mutu Sekolah di Era Otonomi Pendidikan, "Menjual Mutu Pendidikan dengan Pendekatan Quality Control bagi Pelaku Lembaga Pendidikan"*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2010). h. 61
 - 4 [Http://erlanmuliadi.blogspot.com/2011/06/pemasaran-pendidikan.html](http://erlanmuliadi.blogspot.com/2011/06/pemasaran-pendidikan.html), diakses 20 Januari 2015
 - 5 [Http://erlanmuliadi.blogspot.com/2011/06/pemasaran-pendidikan.html](http://erlanmuliadi.blogspot.com/2011/06/pemasaran-pendidikan.html), diakses 20 Januari 2015
 - 6 [Http://erlanmuliadi.blogspot.com/2011/06/pemasaran-pendidikan.html](http://erlanmuliadi.blogspot.com/2011/06/pemasaran-pendidikan.html), diakses 20 Januari 2015
 - 7 Buchori Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2007). h. 49
 - 8 Jerome S. Arcaro, *"Quality in Education: an Implementation Handbook"* diterjemahkan oleh Yosali Iriantara, *Pendidikan Berbasis Mutu: Prinsip-Prinsip dan Tata Langkah Penerapan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2007), h.38-44.
 - 9 Hendyat Soetopo, et.al., *Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan* (Jakarta: Bina Aksara, 1984), h. 126-129.

-oo0oo-

Bab 9

KELOMPOK MASYARAKAT PADA ORGANISASI PENDIDIKAN

9.1 DEWAN PENDIDIKAN

Sekolah merupakan suatu sistem sosial yang memperoleh input sumber daya (sumber daya manusia, siswa financial dan lain-lain) dari lingkungan yang selanjutnya diproses di sekolah dan akhirnya menghasilkan output yang akan dikembalikan ke masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa sekolah merupakan organisasi yang tidak dapat berdiri sendiri, tidak dapat berkembang dan mencapai kemajuan tanpa keterlibatan dari lingkungan. Sekolah merupakan organisasi yang tidak terpisahkan dari lingkungan. ¹

Sekolah merupakan suatu organisasi, bahwa organisasi memperoleh *input* dari lingkungan, melakukan proses transformasi kemudian menghasilkan *output*. Model system seperti ini merupakan model sistem terbuka yang memandang organisasi tidak hanya dipengaruhi oleh lingkungan tetapi juga tergantung pada organisasi itu sendiri. Dewan pendidikan merupakan badan yang bersifat mandiri, tidak mempunyai hubungan hierarkis dengan satuan pendidikan maupun lembaga lainnya. Posisi Dewan Pendidikan, Komite Sekolah, satuan pendidikan dan lembaga-lembaga pemerintah lainnya mengacu pada kewenangan masing-

masing berdasarkan ketentuan yang berlaku di masyarakat. (Kemediknas RI UU 044/2/2002).

Dewan Pendidikan adalah badan yang mewadahi peran serta masyarakat dalam rangka meningkatkan mutu, pemerataan, dan efisiensi pengelolaan pendidikan di kabupaten/kota.

Ruang lingkup pendidikan meliputi pendidikan prasekolah, jalur pendidikan sekolah dan jalur pendidikan luar sekolah.

Dewan Pendidikan bertujuan untuk:

- a. Mewadahi dan menyalurkan aspirasi dan prakarsa masyarakat dalam melahirkan kebijakan dan program pendidikan.
- b. Meningkatkan tanggung jawab dan peran serta aktif dari seluruh lapisan masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan.
- c. Menciptakan suasana dan kondisi transparan, akuntabel, dan demokratis dalam penyelenggaraan dan pelayanan pendidikan yang bermutu.

Dewan pendidikan berperan sebagai:

- a. Pemberi pertimbangan (*advisory agency*) dalam penentuan dan pelaksanaan kebijakan pendidikan.
- b. Pendukung (*supporting agency*), baik yang berwujud financial, pemikiran maupun tenaga dalam penyelenggaraan dan keluaran pendidikan
- c. Mediator antara pemerintah (eksekutif) dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (legeslatif) dengan masyarakat.

Keanggotaan Dewan Pendidikan

- a. Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) bidang pendidikan;
- b. Tokoh masyarakat;
- c. Tokoh pendidikan;
- d. Yayasan penyelenggara pendidikan (Sekolah, luar sekolah/madrasah, pesantren);
- e. Dunia usaha/industry/asosiasi profesi;

- f. Organisasi profesi tenaga kependidikan;
- g. Komite Sekolah.

9.2 KOMITE SEKOLAH

Komite Sekolah adalah badan mandiri yang mewadahi peran serta masyarakat dalam rangka meningkatkan mutu, pemerataan, dan efisiensi pengelolaan pendidikan di satuan pendidikan, baik pada pendidikan pra sekolah, jalur pendidikan sekolah maupun jalur pendidikan luar sekolah. Nama badan disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan daerah masing-masing satuan pendidikan, seperti Komite Sekolah, Komite Pendidikan, Komite Pendidikan Luar Sekolah, Dewan Sekolah, Majelis Sekolah (Kemediknas RI UU 044/2/2002).

Komite Sekolah berkedudukan di satuan pendidikan, baik sekolah maupun luar sekolah. Satuan pendidikan dalam berbagai jenjang, jenis, dan jalur pendidikan, mempunyai penyebaran lokasi yang amat beragam. Ada sekolah tunggal dan ada sekolah yang berada dalam satu kompleks. Ada sekolah negeri dan ada sekolah swasta yang didirikan oleh yayasan penyelenggara pendidikan. Oleh karena itu, maka Komite Sekolah dapat dibentuk dengan alternatif sebagai berikut:

Pertama, Komite Sekolah yang dibentuk di *satu satuan pendidikan*. Satuan pendidikan sekolah yang siswanya dalam jumlah yang banyak, atau sekolah khusus seperti Sekolah Luar Biasa, termasuk dalam kategori yang dapat membentuk Komite Sekolah sendiri.

Kedua, Komite Sekolah yang dibentuk untuk *beberapa satuan pendidikan sekolah yang sejenis*. Sebagai misal, beberapa SD yang terletak di dalam satu kompleks atau kawasan yang berdekatan dapat membentuk satu Komite Sekolah.

Ketiga, Komite Sekolah yang dibentuk untuk *beberapa satuan pendidikan yang berbeda jenis dan jenjang pendidikan dan terletak di dalam satu kompleks atau kawasan yang berdekatan*. Sebagai misal, ada satu kompleks pendidikan yang terdiri dari satuan pendidikan TK, SD, SLB, dan SMU, dan bahkan SMK dapat membentuk satu Komite Sekolah.

Keempat, Komite Sekolah yang dibentuk untuk *beberapa satuan pendidikan yang berbeda jenis dan jenjang pendidikan milik atau dalam pembinaan satu yayasan penyelenggara pendidikan*, misalnya sekolah-sekolah di bawah lembaga pendidikan Muhammadiyah, Al Azhar, Al Izhari, Sekolah Katholik, Sekolah Kristen, dsb.

Komite Sekolah merupakan badan yang bersifat mandiri, tidak mempunyai hubungan hierarkis dengan sekolah maupun lembaga pemerintah lainnya. Komite Sekolah dan sekolah memiliki kemandirian masing-masing, tetapi tetap sebagai mitra yang harus saling bekerja sama sejalan dengan konsep manajemen berbasis sekolah (MBS). Dibentuknya Komite Sekolah dimaksudkan agar adanya suatu organisasi masyarakat sekolah yang mempunyai komitmen dan loyalitas serta peduli terhadap peningkatan kualitas sekolah. Komite Sekolah yang dibentuk dapat dikembangkan secara khas dan berakar dari budaya, demografis, ekologis, nilai kesepakatan, serta kepercayaan yang dibangun sesuai potensi masyarakat setempat. Oleh karena itu, Komite Sekolah yang dibangun harus merupakan pengembangan kekayaan filosofis masyarakat secara kolektif. Artinya, Komite Sekolah mengembangkan konsep yang berorientasi kepada pengguna (*client model*), berbagai kewenangan (*power sharing and advocacy model*) dan kemitraan (*partnership model*) yang difokuskan pada peningkatan mutu pelayanan pendidikan.

Adapun tujuan dibentuknya Komite Sekolah sebagai suatu organisasi masyarakat sekolah adalah sebagai berikut.

1. Mewadahi dan menyalurkan aspirasi dan prakarsa masyarakat dalam melahirkan kebijakan operasional dan program pendidikan di satuan pendidikan.
2. Meningkatkan tanggung jawab dan peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan di satuan pendidikan.
3. Menciptakan suasana dan kondisi transparan, akuntabel, dan demokratis dalam penyelenggaraan dan pelayanan pendidikan yang bermutu di satuan pendidikan.

Keberadaan Komite Sekolah harus bertumpu pada landasan partisipasi masyarakat dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan hasil pendidikan di sekolah. Oleh karena itu, pembentukannya harus memperhatikan pembagian peran sesuai posisi dan otonomi yang ada. Adapun peran yang dijalankan Komite Sekolah adalah sebagai berikut.

- a. Pemberi pertimbangan (*advisory agency*) dalam penentuan dan pelaksanaan kebijakan pendidikan di satuan pendidikan.
- b. Pendukung (*supporting agency*), baik yang berwujud finansial, pemikiran, maupun tenaga dalam penyelenggaraan pendidikan di satuan pendidikan.
- c. Pengontrol (*controlling agency*) dalam rangka transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan dan keluaran pendidikan di satuan pendidikan.
- d. Mediator antara pemerintah (eksekutif) dengan masyarakat di satuan pendidikan.

Untuk menjalankan perannya itu, Komite Sekolah memiliki fungsi sebagai berikut.

- a. Mendorong tumbuhnya perhatian dan komitmen masyarakat terhadap penyelenggaraan pendidikan yang bermutu.

- b. Melakukan kerja sama dengan masyarakat (perorangan/ organisasi/ dunia usaha/dunia industri) dan pemerintah berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan yang bermutu.
- c. Menampung dan menganalisis aspirasi, ide, tuntutan, dan berbagai kebutuhan pendidikan yang diajukan oleh masyarakat.
- d. Memberikan masukan, pertimbangan, dan rekomendasi kepada satuan pendidikan mengenai:
 - 1) kebijakan dan program pendidikan;
 - 2) Rencana Anggaran Pendidikan dan Belanja Sekolah (RAPBS);
 - 3) kriteria kinerja satuan pendidikan;
 - 4) kriteria tenaga kependidikan;
 - 5) kriteria fasilitas pendidikan; dan
 - 6) hal-hal lain yang terkait dengan pendidikan.
- d. Mendorong orang tua dan masyarakat berpartisipasi dalam pendidikan guna mendukung peningkatan mutu dan pemerataan pendidikan.
- e. Menggalang dana masyarakat dalam rangka pembiayaan penyelenggaraan pendidikan di satuan pendidikan.
- f. Melakukan evaluasi dan pengawasan terhadap kebijakan, program, penyelenggaraan, dan keluaran pendidikan di satuan pendidikan.

Komite Sekolah sesuai dengan peran dan fungsinya, melakukan akuntabilitas sebagai berikut.

- a. Komite Sekolah menyampaikan hasil kajian pelaksanaan program sekolah kepada stakeholder secara periodik, baik yang berupa keberhasilan maupun kegagalan dalam pencapaian tujuan dan sasaran program sekolah.
- b. Menyampaikan laporan pertanggungjawaban bantuan masyarakat baik berupa materi (dana, barang tak bergerak maupun bergerak), maupun non materi (tenaga, pikiran) kepada masyarakat dan pemerintah setempat.

Keanggotaan Komite Sekolah berasal dari unsur-unsur yang ada dalam masyarakat. Di samping itu unsur dewan guru, yayasan/ lembaga penyelenggara pendidikan, Badan Pertimbangan Desa dapat pula dilibatkan sebagai anggota. Anggota Komite Sekolah dari unsur masyarakat dapat berasal dari komponen-komponen sebagai berikut:

- a. Perwakilan orang tua/wali peserta didik berdasarkan jenjang kelas yang dipilih secara demokratis.
- b. Tokoh masyarakat (ketua RT/RW/RK, kepala dusun, ulama, budayawan, pemuka adat).
- c. Anggota masyarakat yang mempunyai perhatian atau dijadikan figur dan mempunyai perhatian untuk meningkatkan mutu pendidikan.
- d. Pejabat pemerintah setempat (Kepala Desa/Lurah, Kepolisian, Koramil, Depnaker, Kadin, dan instansi lain).
- e. Dunia usaha/industri (pengusaha industri, jasa, asosiasi, dan lain-lain).
- f. Pakar pendidikan yang mempunyai perhatian pada peningkatan mutu pendidikan.
- g. Organisasi profesi tenaga pendidikan (PGRI, ISPI, dan lain-lain).
- h. Perwakilan siswa bagi tingkat SLTP/SMU/SMK yang dipilih secara demokratis berdasarkan jenjang kelas.
- i. Perwakilan forum alumni SD/SLTP/SMU/SMK yang telah dewasa dan mandiri.

Anggota Komite Sekolah yang berasal dari unsur dewan guru, yayasan/ lembaga penyelenggara pendidikan, Badan Pertimbangan Desa sebanyak- banyaknya berjumlah tiga orang. Jumlah anggota Komite Sekolah sekurang-kurangnya 9 (sembilan) orang dan jumlahnya harus gasal. Syarat-syarat, hak, dan kewajiban, serta masa keanggotaan Komite Sekolah ditetapkan di dalam AD/ART.

Pengurus Komite Sekolah ditetapkan berdasarkan AD/ART yang sekurang-kurangnya terdiri atas seorang ketua, sekretaris, bendahara, dan bidang-bidang tertentu sesuai dengan kebutuhan. Pengurus komite dipilih dari dan oleh anggota secara demokratis. Khusus jabatan ketua komite bukan berasal dari kepala satuan pendidikan. Jika diperlukan dapat diangkat petugas khusus yang menangani urusan administrasi Komite Sekolah dan bukan pegawai sekolah, berdasarkan kesepakatan rapat Komite Sekolah.

Pengurus Komite Sekolah adalah personal yang ditetapkan berdasarkan kriteria sebagai berikut.

- a. Dipilih dari dan oleh anggota secara demokratis dan terbuka dalam musyawarah Komite Sekolah.
- b. Masa kerja ditetapkan oleh musyawarah anggota Komite Sekolah.
- c. Jika diperlukan pengurus Komite Sekolah dapat menunjuk atau dibantu oleh tim ahli sebagai konsultan sesuai dengan bidang keahliannya.

Mekanisme kerja pengurus Komite Sekolah dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a. Pengurus komite Sekolah terpilih bertanggungjawab kepada musyawarah anggota sebagai forum tertinggi sesuai AD dan ART.
- b. Pengurus Komite Sekolah menyusun program kerja yang disetujui melalui musyawarah anggota yang berfokus pada peningkatan mutu pelayanan pendidikan peserta didik.
- c. Apabila pengurus Komite Sekolah terpilih dinilai tidak produktif dalam masa jabatannya, maka musyawarah anggota dapat memberhentikan dan mengganti dengan kepengurusan baru.
- d. Pembiayaan pengurus Komite Sekolah diambil dari anggaran Komite Sekolah yang ditetapkan melalui musyawarah.

Komite Sekolah wajib memiliki AD/ART. Anggaran Dasar sekurang-kurangnya memuat:

- a. Nama dan tempat kedudukan.
- b. Dasar, tujuan, dan kegiatan.
- c. Keanggotaan dan kepengurusan.
- d. Hak dan kewajiban anggota dan pengurus.
- e. Keuangan.
- f. Mekanisme kerja dan rapat-rapat.
- g. Perubahan AD dan ART, serta pembubaran organisasi.

Anggaran Rumah Tangga sekurang-kurangnya memuat:

- a. Mekanisme pemilihan dan penetapan anggota dan pengurus Komite Sekolah.
- b. Rincian tugas Komite Sekolah.
- c. Mekanisme rapat.
- d. Kerja sama dengan pihak lain.
- e. Ketentuan penutup.

Pembentukan Komite Sekolah harus dilakukan secara transparan, akuntabel, dan demokratis. Dilakukan secara transparan adalah bahwa Komite Sekolah harus dibentuk secara terbuka dan diketahui oleh masyarakat secara luas mulai dari tahap pembentukan panitia persiapan, proses sosialisasi oleh panitia persiapan, kriteria calon anggota, proses seleksi calon anggota, pengumuman calon anggota, proses pemilihan, dan penyampaian hasil pemilihan. Dilakukan secara akuntabel adalah bahwa panitia persiapan hendaknya menyampaikan laporan pertanggungjawaban kinerjanya maupun penggunaan dana kepanitiaan. Dilakukan secara demokratis adalah bahwa dalam proses pemilihan anggota dan pengurus dilakukan dengan musyawarah mufakat. Jika dipandang perlu pemilihan anggota dan pengurus dapat dilakukan melalui pemungutan suara.

Pembentukan komite Sekolah diawali dengan pembentukan panitia persiapan yang dibentuk oleh kepala satuan pendidikan

dan/atau oleh atau oleh masyarakat. Panitia persiapan berjumlah sekurang-kurangnya 5 (lima) orang yang terdiri atas kalangan praktisi pendidikan (seperti guru, kepala satuan pendidikan, penyelenggara pendidikan), pemerhati pendidikan (LSM peduli pendidikan, tokoh masyarakat, tokoh agama, dunia usaha dan industri), dan orang tua peserta didik.

Panitia persiapan bertugas mempersiapkan pembentukan Komite Sekolah dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengadakan forum sosialisasi kepada masyarakat (termasuk pengurus/anggota BP3, Majelis Sekolah, dan Komite Sekolah yang sudah ada) tentang Komite Sekolah menurut keputusan ini.
2. Menyusun kriteria dan mengidentifikasi calon anggota berdasarkan usulan dari masyarakat;
3. Menyeleksi anggota berdasarkan usulan dari masyarakat;
4. Mengumumkan nama-nama calon anggota kepada masyarakat;
5. Menyusun nama-nama anggota terpilih;
6. Memfasilitasi pemilihan pengurus dan anggota Komite Sekolah;
7. Menyampaikan nama pengurus dan anggota Komite Sekolah kepada kepala satuan pendidikan.
8. Panitia Persiapan dinyatakan bubar setelah Komite Sekolah terbentuk.

Calon anggota Komite Sekolah yang disepakati dalam musyawarah atau mendapat dukungan suara terbanyak melalui pemungutan suara secara langsung menjadi anggota Komite Sekolah sesuai dengan jumlah anggota yang disepakati dari masing-masing unsur. Komite Sekolah ditetapkan untuk pertama kali dengan Surat Keputusan kepala satuan pendidikan, dan selanjutnya diatur dalam AD dan ART. Misalnya dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga disebutkan bahwa pemilihan

anggota dan pengurus Komite Sekolah ditetapkan oleh musyawarah anggota Komite Sekolah.

Pengurus dan anggota komite terpilih dilaporkan kepada pemerintah daerah dan dinas pendidikan setempat. Untuk memperoleh kekuatan hukum, Komite Sekolah dapat dikukuhkan oleh pejabat pemerintahan setempat. Misalnya Komite Sekolah untuk SD dan SLTP dikukuhkan oleh Camat dan Kepala Cabang Dinas Pendidikan Kecamatan; SMU/SMK dikukuhkan oleh Kepala Dinas Kabupaten/Kota dan Bupati/Walikota.

Tata hubungan antara Komite Sekolah dengan satuan pendidikan, Dewan Pendidikan, dan institusi lain yang bertanggungjawab dalam pengelolaan pendidikan dengan Komite-komite Sekolah pada satuan pendidikan lain bersifat koordinatif.

Penyelenggaraan pendidikan jalur sekolah sesuai dengan jenjang dan jenis, baik negeri maupun swasta, telah diatur melalui pe-rundang-undangan serta perangkat peraturan yang mengikutinya. Selain itu setiap penyelenggaraan persekolahan dibina oleh instansi yang berwenang. Dengan demikian, kondisi tersebut berimplikasi terhadap tatanan dan hubungan baik vertikal maupun horizontal yang baku antara sekolah dengan instansi lain. Hubungan-hubungan tersebut bisa berupa laporan, konsultasi, koordinasi, pelayan-an, dan kemitraan.

9.3 TATA KELOLA DAN KEPENGURUSAN

1. Dewan Pendidikan

Tanggung Jawab masyarakat dalam penentuan arah dan kebijakan penyelenggaraan pendidikan disalurkan melalui Dewan Pendidikan. Di tiap daerah tingkat II berkesempatan menentukan Peraturan Daerah untuk membentuk Dewan Pendidikan, Dewan Sekolah atau Komite Sekolah. Di Kota Gorontalo misalnya ditetapkan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2001 tentang Sistem Penyelenggaraan

pendidikan Kota Gorontalo. Pada peraturan Daerah tersebut pasal 17 dibahas Dewan Pendidikan:²

- a. Keanggotaan Dewan Pendidikan Kota diangkat dan diberhentikan oleh Walikota atas persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Gorontalo.
- b. Masa bakti keanggotaan Dewan yang dimaksud dalam ayat (1) adalah 4 (empat) tahun.
- c. Kepengurusan Dewan Sekolah sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) dan (2) terdiri dari seorang Ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, dua orang sekretaris merangkap anggota, dan 4 (empat) orang anggota.

Organisasi dan tata kerja dan hubungan fungsional Dewan Pendidikan Kota dan Dewan Sekolah ditetapkan oleh Walikota.

2. Dewan Sekolah

Selanjutnya pada Peraturan Daerah tersebut di atas dijabarkan tentang Dewan sekolah:

- a. Keanggotaan Dewan Sekolah diangkat dan diberhentikan oleh Dinas Pendidikan atas usulan Pimpinan Satuan Pendidikan berdasarkan atas hasil musyawarah unsur-unsur Dewan Sekolah.
- b. Masa bakti keanggotaan Dewan Sekolah sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) adalah 3 (tiga) tahun.
- c. Kepengurusan Dewan Sekolah sebagaimana yang dimaksud dalam ayat (1) dan (2) terdiri dari seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, dua orang sekretaris merangkap anggota, seorang bendahara merangkap anggota, dan 4 (empat), 6 (enam), 8 (delapan) atau 10 (sepuluh) orang anggota.

3. Kerjasama Pendidikan

Dalam pelaksanaan kerjasama pendidikan Pemerintah Kota memiliki wewenang untuk mengatur dan menjalin kerjasama saling menguntungkan dengan berbagai pihak termasuk Perguruan Tinggi dan satuan penyelenggara pendidikan luar sekolah yang beroperasi di Kota Gorontalo sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pemerintah Kota memiliki wewenang untuk menjalin kerjasama bidang pendidikan dengan pihak-pihak lain.

Untuk mengatasi hal-hal di atas, maka perlu mengadakan perbedaan antara hak orang tua murid dengan wewenang sekolah. Di samping itu pengurus perkumpulan orang tua murid dan guru itu seharusnya menyadari bahwa sifat organisasi itu bersifat sukarela. Keberadaannya adalah untuk melindungi minat murid dan meningkatkan kesejahteraan murid, baik di rumah dan di sekolah maupun di masyarakat. Di Negara-negara yang sudah maju, di mana para orang tua mempunyai tingkat kesadaran yang sudah tinggi terhadap pendidikan, maka baik dewan pendidikan, maupun Kepala Sekolah dan guru tidak diwajibkan secara resmi untuk mensponsori perkumpulan orang tua murid. Inisiatif untuk mengadakan perkumpulan itu timbul dari kalangan orang tua murid. Perkumpulan orang tua ini dilarang untuk mencampuri baik urutan teknis pengajaran maupun administrasi, kecuali di minta oleh pimpinan sekolah atau guru. Misalnya menjadi narasumber. Nara sumber suatu mata pelajaran tertentu dalam rangka pengayaan materi tersebut.

Tugas utama seorang pengurus perkumpulan ini adalah bekerja sama dengan para guru untuk memberikan bimbingan kepada anak agar mereka lebih sejahtera dalam rangka meningkatkan mutu kualitas sekolah. Untuk melaksanakan tugas tersebut, sekolah sebaiknya membimbing para pengurus perkumpulan tersebut dan orang tua murid. Bimbingan itu berupa teknik-teknik hubungan

kerjasama, seperti teknik berdiskusi, teknik pemecahan masalah dan lain sebagainya (Moore, 2004 :91).³

9.4 HUBUNGAN SEKOLAH DAN ORANG TUA MURID

1. Organisasi Orang Tua Murid

Perkumpulan orang tua murid (POM) berfungsi sebagai pembantu pemelihara sekolah, maupun komite sekolah bukan organisasi pengelolaan hubungan sekolah dengan masyarakat. Ia berada diluar pengelolaan tersebut. Pengelolaan hubungan sekolah dengan masyarakat dibawah komando langsung Kepala Sekolah yang ditugaskan kepada Wakil Kepala Sekolah Bagian Humas sekolah. Sedangkan komite sekolah, diluar komando Kepala Sekolah, kedudukannya sederajat, dan hubungan kerjanya bersifat konsultif.

2. Tujuan Hubungan Antara Sekolah dan Orang Tua Murid

Tujuan hubungan sekolah dengan oraang tua sebagai berikut:

1. Memupuk pengertian dan pengetahuan tentang pertumbuhan dan perkembangan pribadi anak;
2. Memupuk pengertian dan cara mendidik anak yang baik, agar anak memperoleh pengalaman yang kaya dan bimbingan yang tepat, sehingga anak itu berkembang secara maksimal.

Prinsip-prinsip hubungan antara sekolah dan orang tua murid hendaknya berorientasi pada kepentingan sekolah dan orang tua murid sebagai berikut: ⁴

- a. mengenal dengan sebaik-baiknya tentang aspek-aspek kepribadian murid;
- b. mengenal dengan sebaik-baiknya tentang pertumbuhan dan perkembangan murid;

- c. memahami bermacam-macam pendekatan tentang pendidikan anak dan mampu mempergunakan;
- d. mengenal bermacam-macam teknik hubungan dengan orang tua murid dan mampu mempergunakan;
- e. mengenal latar belakang penghidupan orang tua murid, baik lisan maupun tertulis;
- f. ramah tamah dan terbuka berkomunikasi dengan orang tua murid;
- g. hubungan dengan orang tua murid bersifat berkesinambungan;
- h. menghindari meminta bantuan dana kepada orang tanpa didahului oleh keinginan dan keikhlasan dari orang tua murid sendiri;
- i. pengkajian secara mendalam kode etik guru serta mengamalkannya.

-
- 1 [Http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html](http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html), diakses 23 Januari 2015
 - 2 [Http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html](http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html), diakses 23 Januari 2015
 - 3 Moore, H. Frazier. 2000. Hubungan Masyarakat Prinsip Kasus dan Masalah. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. h. 23
 - 4 Indrafachrudi, Soekarto. 1994. Bagaimana Mengakrabkan Sekolah dengan Orang Tua Murid dan Masyarakat. Malang: IKIP Malang.
 - 5 Maisyaroh. Hubungan Masyarakat. 2004. Malang: Lab AP FIP

Bab 10

HUBUNGAN SEKOLAH DENGAN MASYARAKAT

10.1 PENGERTIAN HUBUNGAN SEKOLAH DENGAN MASYARAKAT

Hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan jalinan interaksi yang diupayakan oleh sekolah agar dapat diterima di tengah-tengah masyarakat untuk mendapatkan aspirasi, dan simpati dari masyarakat, serta mengupayakan terjadinya kerjasama yang baik antar sekolah dengan masyarakat untuk kebaikan bersama, atau secara khusus bagi sekolah penjalinan hubungan tersebut adalah untuk mensukseskan program-program sekolah yang bersangkutan sehingga sekolah tersebut bisa tetap eksis. Seperti dikutip dari *International Public Relation Association* dalam *Pengelolaan Pendidikan*, yaitu: “hubungan masyarakat dengan sekolah merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik baik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerjasama serta pemenuhan kepentingan bersama”.

Menurut J.C. Siedel “*Public reation is the continuting proces by which management edeavors to obtain the goodwill and understanding of*

its costumer, its emplyees and the public at large, inwardly througt self analysis and corretcion, outwardly thougt all means of expression." .¹

Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa *public relation* (Humas) adalah proses yang berjalan terus menerus, dimana manajemen berusaha untuk memperoleh *good will* dan pengertian dari para pegawai, langganan, dan masyarakat luas. Ke dalam melalui analisa, dan keluar melalui jalan menggunakan pernyataan. Jadi bahwa dalam pelaksanaan hubungan masyarakat merupakan suatu proses yang terencana yang berkesinambungan guna memperoleh itikad baik dari semua pihak, baik kepada pihak internal (Kepala sekolah, guru, staf) maupun kepada pihak eksternal (orang tua, masyarakat).²

W. Emerson Reck (dalam Burlingame, Dwight. 1990: 16)³
"Public relations is the continued process of keying policies, services and actions to be the best of interest of those individual and groups whose confidence and goodwill an individual or institutions covets and secondly, it's the interpretation of these policies, services and actions to assure complete understanding and appreciation".

Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa *public relation* (Humas) adalah pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.

Frank Jeffkins (2002).⁴ *public relation* (Humas) adalah sesuatu yang terdiri dari semua bentuk komunikasi berencana baik ke dalam maupun ke luar antara organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan khusus, yakni pengertian bersama.

Mulyasa (2007),⁵ menyatakan hubungan sekolah dengan masyarakat pada hakekatnya merupakan suatu sarana yang sangat berperan dalam membina dan mengembangkan pertumbuhan pribadi peserta didik di sekolah. Hubungan sekolah dengan masyarakat bertujuan antara lain untuk memajukan kualitas

pembelajaran dan pertumbuhan anak, memperkuat tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat, mengarahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan sekolah.

Moore, (2004)⁶ Filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha memperoleh saling pengertian dan itikad baik.

Sagala, S., (2008)⁷ menyatakan “peran serta masyarakat mendukung manajemen sekolah adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari, bahkan menjadi keharusan, dimana agar peran serta masyarakat menjadi suatu sistem yang terorganisasi”.

Menurut Soetopo dan Soemanto (dalam buku manajemen Pendidikan karangan Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas pendidikan Indonesia: 2008), Hubungan sekolah dan Masyarakat diartikan sebagai suatu proses komunikasi dengan tujuan meningkatkan pengertian warga masyarakat tentang kebutuhan dan praktik pendidikan serta berupaya dalam memperbaiki sekolah.⁸ Partisipasi masyarakat dalam MBS memiliki tiga tujuan utama. (1) meningkatkan pelayanan pendidikan kepada masyarakat termiskin di daerah pedesaan, (2) mendorong partisipasi anggota masyarakat lokal terhadap pendidikan anak-anak mereka, (3) meningkatkan kualitas pendidikan prasekolah dan pendidikan dasar.

10.2 TUJUAN HUBUNGAN SEKOLAH DENGAN MASYARAKAT

Pengelolaan hubungan sekolah dengan masyarakat sebagai salah satu aktivitas yang mendapat kedudukan setara dengan kegiatan pengajaran, pengelolaan keuangan, pengelolaan kesiswaan dan

sebagainya (ingat substansi kegiatan management sekolah) juga harus direncanakan, dikelola dan dievaluasi secara baik. Tanpa perencanaan dan pengelolaan serta evaluasi yang baik, tujuan yang hakiki dari kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat tidak akan tercapai.

Apa sebenarnya yang ingin dicapai dalam **kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat?**, gambaran pada pembahasan di atas sudah memperlihatkan kepada kita tentang apa yang ingin dicapai dalam kegiatan ini. Kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat bertujuan untuk.⁹

1. *To improve the quality of children's learning and growing.*
2. *To rise community goals and improve the quality of community living*
3. *To develop understanding, enthusiasm and support for community program of public educations*

Dari pendapat ini terlihat bahwa yang ingin dicapai dalam kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat ini tidak hanya sekedar mendapat bantuan keuangan dari orang tua murid/masyarakat, tetapi lebih jauh dari hal tersebut yaitu pengembangan kemampuan belajar anak dan peningkatan kualitas kehidupan masyarakat, yang pada akhirnya dapat menumbuhkan dukungan mereka akan pendidikan.

Sebagai bahan perbandingan, anda dapat mempelajari tujuan hubungan sekolah dengan masyarakat sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh bantuan dari orang tua murid/masyarakat, Bantuan apa? Ingat bantuan ini bukan hanya sekedar uang! Untuk melaporkan perkembangan dan kemajuan, masalah dan prestasi-prestasi yang dapat dicapai sekolah. Kapan sebenarnya laporan ini perlu dilakukan oleh pihak sekolah ?
2. Untuk memajukan program pendidikan.
3. Untuk mengembangkan kebersamaan dan kerjasama yang erat, sehingga segala permasalahan dan lain-lain dapat dilakukan secara bersama dan dalam waktu yang tepat.

Dari berbagai uraian di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat sebenarnya bertujuan untuk meningkatkan:

1. Kualitas pembelajaran. Kualitas lulusan sekolah dalam aspek kognitif, afektif maupun psikomotor hanya akan dapat tercipta melalui proses pembelajar di kelas maupun di luar kelas. Proses pembelajaran yang berkualitas akan dapat dicapai apabila didukung oleh berbagai pihak termasuk orang tua murid/ masyarakat.
2. Kualitas hasil belajar siswa. Kualitas belajar siswa akan tercapai apabila terjadi kebersamaan persepsi dan tindakan antara sekolah, masyarakat dan orang tua siswa. Kebersamaan ini terutama dalam memberikan arahan, bimbingan dan pengawasan pada anak/murid dalam belajar. Karena itu peningkatan kemitraan sekolah dengan orang tua murid dan masyarakat merupakan prasyarat yang tidak dapat ditinggalkan dalam konteks peningkatan mutu hasil belajar.
3. Kualitas pertumbuhan dan perkembangan peserta didik serta kualitas masyarakat (orang tua murid) itu sendiri. Kualitas masyarakat akan dapat dibangun melalui proses pendidikan dan hasil pendidikan yang handal. Lulusan yang berkualitas merupakan modal utama dalam membangun kualitas masyarakat di masa depan.

Ini berarti segala program yang dilakukan dalam kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat harus mengacu pada peningkatan kualitas pembelajaran, kualitas hasil belajar dan kualitas pertumbuhan/perkembangan peserta didik. Apabila hal tersebut dapat kita lakukan, maka persepsi masyarakat tentang sekolah akan dapat dibangun secara optimal.

Hubungan sekolah dan masyarakat ini memiliki tujuan, antara lain:

- (1) Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat.
- (2) Mendapatkan dukungan dan bantuan 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 kebutuhan masyarakat.

Hubungan sekolah dengan masyarakat yang berjalan dengan baik akan memberi manfaat pada kedua pihak. Berikut manfaat yang diperoleh:

- Bagi masyarakat
 - (1) Masyarakat mengetahui inovasi-inovasi yang dilakukan oleh sekolah.
 - (2) Masyarakat sebagai pihak yang membutuhkan pendidikan dapat mengajukan aspirasinya terhadap sekolah.
 - (3) Masyarakat dapat memberikan kritikan dan saran yang berguna untuk sekolah apabila terdapat program, keputusan atau tindakan sekolah yang tidak sesuai dengan harapan dan kebutuhan masyarakat .
- Bagi sekolah
 - a. Sekolah dapat termotivasi untuk terus melakukan perbaikan baik dari segi tenaga pendidik maupun dari fasilitas pendidikan karena sekolah mendapat penilaian dan kontrol langsung dari masyarakat.
 - b. Sekolah dapat menyampaikan kesulitan-kesulitan yang dialami sekolah yang memerlukan partisipasi masyarakat untuk menyelesaikannya.
 - c. Sekolah dapat memberi pemahaman kepada masyarakat mengenai konsep-konsep pendidikan yang perlu masyarakat pahami agar tidak terjadi kesalahpahaman konsep antara sekolah dan masyarakat.

- d. Sekolah dapat memanfaatkan masyarakat sebagai sumber belajar bagi peserta didik.

10.3 PRINSIP-PRINSIP PELAKSANAAN HUBUNGAN SEKOLAH DENGAN MASYARAKAT

Program sekolah tentunya tidak dapat berjalan lancar apabila tidak mendapat dukungan masyarakat. Oleh karena itu pemimpin sekolah perlu terus menerus membina hubungan yang baik antara sekolah dan masyarakat. Sekolah perlu banyak memberi informasi kepada masyarakat tentang program-program dan problem-problem yang dihadapi, agar masyarakat mengetahui dan memahami masalah-masalah yang dihadapi sekolah. Harapannya yaitu tumbuhnya rasa simpati dan partisipasi masyarakat.

Apabila kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat ingin berhasil mencapai sasaran, baik dalam arti sasaran masyarakat/orang tua yang dapat diajak kerjasama maupun sasaran hasil yang diinginkan, maka beberapa prinsip-prinsip pelaksanaan di bawah ini harus menjadi pertimbangan dan perhatian. Beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam pelaksanaan hubungan sekolah dengan masyarakat adalah sebagai berikut:¹⁰

1. *Integrity*

Prinsip ini mengandung makna bahwa semua kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat harus terpadu, dalam arti apa yang dijelaskan, disampaikan dan disuguhkan kepada masyarakat harus informasi yang terpadu antara informasi kegiatan akademik maupun informasi kegiatan yang bersifat non akademik. Hindarkan sejauh mungkin upaya menyembunyikan (*hidden activity*) kegiatan yang telah, sedang dan akan dijalankan oleh sekolah, untuk menghindari salah persepsi serta kecurigaan terhadap sekolah. Biasanya sering terjadi sekolah tidak menginformasikan atau menutupi sesuatu yang sebenarnya menjadi masalah sekolah

dan perlu bantuan atau dukungan orang tua murid. Oleh sebab itu sekolah harus sedini mungkin mengantisipasi kemungkinan adanya salah persepsi, salah interpretasi tentang informasi yang disajikan dengan melengkapi informasi yang akurat dan data yang lengkap, sehingga dapat diterima secara rasional oleh masyarakat. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan penilaian dan kepercayaan masyarakat/orang tua murid terhadap sekolah, atau dengan kata lain transparansi sekolah sangat diperlukan, lebih-lebih dalam era reformasi dan abad informasi ini, masyarakat akan semakin kritis dan berani memberikan penilaian secara langsung tentang sekolah. Bahkan tidak jarang penilaian dan persepsi yang disampaikan masyarakatan tentang sekolah sering tidak memiliki dasar dan data yang akurat dan valid. Persepsi yang demikian apabila tidak dihindari akan menyebabkan hal yang negatif bagi sekolah, akibatnya sekolah tidak akan mendapat dukungan bahkan mungkin sekolah hanya akan menunggu waktu kematiannya. Karena dia tidak dibutuhkan keberadaannya oleh masyarakatnya sendiri.

2. *Continuity*

Prinsip ini berarti bahwa pelaksanaan hubungan sekolah dengan masyarakat, harus dilakukan secara terus menerus. Jadi pelaksanaan hubungan sekolah dengan masyarakat jangan hanya dilakukan secara insidental atau sewaktu-waktu, misalnya hanya 1 kali dalam satu tahun atau sekali dalam satu semester/caturwulan, atau hanya dilakukan oleh sekolah pada saat akan meminta bantuan keuangan kepada orang tua/masyarakat. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat selalu beranggapan bahwa apabila ada panggilan sekolah untuk datang ke sekolah selalu dikaitkan dengan minta bantuan uang. Akibatnya mereka cenderung untuk tidak datang atau sekedar mewakili kepada orang lain untuk menghadiri undangan sekolah. Kenyataan selama ini menunjukkan bahwa undangan kepada orang tua murid dari sekolah sering diwakilkan

kehadirannya kepada orang lain, sehingga kehadiran mereka hanya berkisar antara 60% - 70% bahkan tidak jarang kurang dari 30%. Apabila ini terkondisi, maka sekolah akan sulit mendapat dukungan yang kuat dari semua orang tua murid dan masyarakat. Perkembangan informasi, perkembangan kemajuan sekolah, permasalahan-permasalahan sekolah bahkan permasalahan belajar siswa selalu muncul dan tumbuh setiap saat, karena itu maka diperlukan penjelasan informasi yang terus menerus dari sekolah untuk masyarakat/orang tua murid, sehingga mereka sadar akan pentingnya keikutsertaan mereka dalam meningkatkan mutu pendidikan putra-putrinya. Oleh sebab itu maka informasi tentang sekolah yang akan disampaikan kepada masyarakat juga harus di updating setiap saat. Informasi yang sudah out update akan memberikan kesan kurang baik oleh masyarakat kepada sekolah.

3. *Simplicity*

Prinsip ini menghendaki agar dalam proses hubungan sekolah dengan masyarakat yang dilakukan baik komunikasi personal maupun komunikasi kelompok pihak pemberi informasi (sekolah) dapat menyederhanakan berbagai informasi yang disajikan kepada masyarakat. Informasi yang disajikan kepada masyarakat melalui pertemuan langsung maupun melalui media hendaknya disajikan dalam bentuk sederhana sesuai dengan kondisi dan karakteristik pendengar (masyarakat setempat). Prinsip kesederhanaan ini juga mengandung makna bahwa:

- Informasi yang disajikan dinyatakan dengan kata-kata yang penuh persahabatan dan mudah dimengerti. Banyak masyarakat yang tidak memahami istilah-istilah yang sangat ilmiah, oleh sebab itu penggunaan istilah sedapat mungkin disesuaikan dengan tingkat pemahaman masyarakat yang menjadi audience.
- Penggunaan kata-kata yang jelas, disukai oleh masyarakat atau akrab bagi pendengar.

- Informasi yang disajikan menggunakan pendekatan budaya setempat.

4. *Coverage*

Kegiatan pemberian informasi hendaknya menyeluruh dan mencakup semua aspek, factor atau substansi yang perlu disampaikan dan diketahui oleh masyarakat, misalnya program ekstra kurikuler, kegiatan kurikuler, remedial teaching dan lain-lain kegiatan. Prinsip ini juga mengandung makna bahwa segala informasi hendaknya lengkap, akurat dan *up to date*. Lengkap artinya tidak satu informasipun yang harus ditutupi atau disimpan, padahal masyarakat/orang tua murid mempunyai hak untuk mengetahui keberadaan dan kemajuan (*progress*) sekolah dimana anaknya belajar. Oleh sebab itu informasi kemajuan sekolah, kegagalan/masalah yang dihadapi sekolah serta prestasi yang dapat dicapai sekolah harus dinformasikan kepada masyarakat. Akurat artinya informasi yang diberikan memang tepat dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, dalam kaitannya ini juga berarti bahwa informasi yang diberikan jangan dibuat-buat atau informasi yang obyektif. Sedangkan *up to date* berarti informasi yang diberikan adalah informasi perkembangan, kemajuan, masalah dan prestasi sekolah terakhir. Dengan demikian masyarakat dapat memberikan penilaian sejauh mana sekolah dapat mencapai misi dan visi yang disusunnya.

5. *Constructiveness*

Program hubungan sekolah dengan masyarakat hendaknya konstruktif dalam arti sekolah memberikan informasi yang konstruktif kepada masyarakat. Dengan demikian masyarakat akan memberikan respon hal-hal positif tentang sekolah serta mengerti dan memahami secara detail berbagai masalah (*problem dan constrain*) yang dihadapi sekolah. Apabila hal tersebut dapat mereka mengerti, akan merupakan salah satu faktor yang dapat mendorong mereka

untuk memberikan bantuan kepada sekolah sesuai dengan permasalahan sekolah yang perlu mendapat perhatian dan pemecahan bersama. Hal ini menuntut sekolah untuk membuat daftar masalah (*list of problems*) yang perlu dikomunikasikan secara terus menerus kepada sasaran masyarakat tertentu.

Prinsip ini juga berarti dalam penyajian informasi hendaknya obyektif tanpa emosi dan rekayasa tertentu, termasuk dalam hal ini memberitahukan kelemahan-kelemahan sekolah dalam memacu peningkatan mutu pendidikan di sekolah.

Prinsip ini juga berarti bahwa informasi yang disajikan kepada khalayak sasaran harus dapat membangun kemauan dan merangsang untuk berpikir bagi penerima informasi.

Penjelasan yang konstruktif akan menarik bagi masyarakat dan akan diterima oleh masyarakat tanpa prasangka tertentu, hal ini akan mengarahkan mereka untuk berbuat sesuatu sesuai dengan keinginan sekolah. Untuk itu informasi yang ramah, obyektif berdasarkan data-data yang ada pada sekolah.

6. Adaptability

Program hubungan sekolah dengan masyarakat hendaknya disesuaikan dengan keadaan di dalam lingkungan masyarakat tersebut. Penyesuaian dalam hal ini termasuk penyesuaian terhadap aktivitas, kebiasaan, budaya (*culture*) dan bahan informasi yang ada dan berlaku di dalam kehidupan masyarakat. Bahkan pelaksanaan kegiatan hubungan dengan masyarakat pun harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat. Misalnya saja masyarakat daerah pertanian yang setiap pagi bekerja di sawah, tidak mungkin sekolah mengadakan kunjungan (*home visit*) pada pagi hari.

Pengertian-pengertian yang benar dan valid tentang opini serta faktor-faktor yang mendukung akan dapat menumbuhkan kemauan bagi masyarakat untuk berpartisipasi ke dalam pemecahan persoalan-persoalan yang dihadapi sekolah.

10.4 TEKNIK DAN BENTUK HUBUNGAN SEKOLAH DAN MASYARAKAT

Pawlas (2005)¹¹ the nation school public relations association (NSPRA) defines the efforts school must make as a planned, systematic, two-way process of communication between a school and its internal and external community through the use of interpersonal communication and mass media.

Hubungan sekolah dengan masyarakat di definisikan sekolah harus membuat upaya sebagai, proses terencana, sistematis, dua-cara komunikasi antara sekolah dan masyarakat internal dan eksternal melalui penggunaan komunikasi interpersonal dan media massa.

Secara umum hubungan sekolah dan masyarakat ini dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun dalam pelaksanaannya dapat dilakukan dalam berbagai bentuk diantaranya:

1. Siaran radio. Siaran radio sebagai sarana penyebaran informasi memiliki keunggulan dalam luasnya wilayah penyebaran informasi yang dapat dijangkau dalam waktu yang bersamaan. Dengan demikian dalam waktu yang singkat dapat disebarkan informasi kesemua pelosok perdesaan. sebagai media penyebaran informasi khususnya yang berkaitan dengan program pendidikan. melalui bentuk seperti ini dapat dilakukan Dialog interaktif dengan menampilkan pejabat dinas pendidikan setempat, kepala sekolah, tokoh masyarakat guna membahas program sekolah dan pengembangannya.
2. Perlombaan-perlombaan. Perlombaan ini merupakan kegiatan yang cukup menarik. Hal ini akan mampu membuat dan meningkatkan motivasi belajar siswa. Selain itu dengan adanya acara ini, masyarakat akan mengetahui prestasi sekolah dalam mencetak siswa.

3. Pameran. Dalam menyelenggarakan acara pameran ini memerlukan kerja sama antara sekolah dan masyarakat. Dengan adanya kegiatan ini hubungan keduanya akan terjalin lebih baik sehingga perkembangan sekolahpun lebih baik.
4. Dialog. Dialog ini dapat dilakukan dengan mengadakan rapat secara terus menerus untuk membahas perkembangan sekolah dan membetuk program- programnya.
5. Kunjungan kesekolah (*School visitation*). Teknik ini memberi kesempatan kepada wali murid untuk melihat prestasi siswa pada saat pembelajaran berlangsung.
6. Kunjungan ke wali murid. Kunjungan ini dilakukan untuk mengetahui aktivitas siswa dirumah.
7. Layanan telepon. Layanan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada wali murid mengenai siswa begitu juga sebaliknya.
8. Kotak saran. Melalui kotak ini sekolah dapat mengetahui saran – saran apa saja yang diberikan masyarakat kepada sekolah guna mengembangkan sekolah
9. Kartu penghubung. Kartu ini diberikan kepada setiap siswa yang nantinya diisi oleh guru dan wali murid yang bersangkutan. Sehingga wali murid dapat mengetahui perkembangan anaknya dan sekolah.

Fachrudi menjelaskan teknik hubungan sekolah dengan masyarakat yaitu :¹²

- a) Laporan kepada orang tua.
Teknik ini maksudnya adalah pihak sekolah memberikan laporan pada orang tua murid tentang kemajuan-kemajuan, prestasi dan kelemahan anak didik pada orangtuanya. Dengan teknik ini orangtua akan memperoleh penilaian terhadap hasil pekerjaan anaknya, juga terhadap pekerjaan guru-guru di sekolah.

b) Majalah sekolah.

Majalah sekolah ini diusahakan oleh orang tua dan guru-guru di sekolah yang diterbitkan setiap bulan sekali. Majalah ini dipimpin oleh, orang tua dan murid-murid bahkan alumni termasuk pula dewan redaksi. Isi majalah ini menjelaskan tentang kegiatan-kegiatan sekolah, karangan guru-guru, orangtua dan murid-murid, pengumuman-pengumuman dan sebagainya.

c) Surat kabar sekolah.

Kalau sekolah itu mampu dapat menerbitkan surat kabar sekolah, maka ini berarti bahwa sekolah dapat memberikan informasi yang lebih luas kepada orang tua atau masyarakat daerah sekitarnya.

d) Pameran sekolah.

Suatu tehnik yang efektif untuk memberi informasi tentang hasil kegiatan dan keadaan sekolah pada masyarakat, ialah penyelenggaraan pameran sekolah. Ada bermacam-macam cara untuk mengadakan pameran sekolah itu. Sekolah mengadakan pameran dengan membuat atau mengatur hasil pekerjaan murid-murid itu di luar sekolah atau di sekolah. Pameran sekolah akan menjadi lebih efektif lagi, kalau kegiatan-kegiatan itu disiarkan melalui siaran-siaran pers dan radio di tempat itu sehingga dapat menarik banyak orang dalam masyarakat.

e) "Open house"

"Open house" adalah tehnik untuk mempersilahkan masyarakat yang berminat untuk meninjau sekolah serta mengobservasi kegiatan-kegiatan dan hasil-hasil pekerjaan murid di sekolah, yang diadakan pada waktu-waktu tertentu, misalnya sekali setahun pada penutupan tahun pengajaran. Ada tiga langkah dalam pelaksanaan "open house" ini:

- Pengunjung dibawa ke dalam kelas atau auditorium sekolah untuk diberi penjelasan tentang *open house* itu.

- Pengunjung diantar ke tempat-tempat yang telah disediakan akan hal-hal yang perlu dilihat.
- Pengunjung diajak kembali ke kelas atau auditorium untuk berdiskusi dan menilai *open house*.

6. Kunjungan ke sekolah oleh orang tua murid yang dilakukan pada pelajaran di berikan.

Kepada orang tua itu diberi kesempatan untuk melihat anak-anak mereka yang belajar di dalam kelas, juga untuk melihat kegiatan-kegiatan di laboratorium, perlengkapan-perengkapan, gambar-gambar dan sebagainya, sehingga mereka memperoleh gambaran yang jelas tentang kehidupan di sekolah itu. Setelah selesai melihat-lihat, orang tua diajak berdiskusi dan mengadakan penilaian.

7. Kunjungan ke rumah murid.

Kunjungan ke rumah orangtua murid ini merupakan teknik yang sangat efektif dalam mengadakan hubungan dengan orang tua di rumah agar supaya dapat mengetahui latar belakang hidup anak-anak. Banyak masalah yang dapat dipecahkan dengan teknik ini antara lain, masalah kesehatan murid, ketidak hadiran murid, pekerjaan rumah, masalah kurangnya pengertian orang tua tentang sekolah dan sebagainya.

8. Melalui penjelasan yang di berikan oleh personel sekolah.

Kepala sekolah hendaknya berusaha agar, semua personil sekolah mempunyai pengertian yang jelas tentang kebijakan sekolah, organisasi sekolah dan semua kegiatan pendidikan dan pengajaran serta usaha-usaha lainnya. Pada mereka harus ditanamkan sikap loyalitasnya, rasa kekeluargaan.

9. Gambaran sekolah melalui murid-murid.

Informasi tentang keadaan sekolah dengan perantaraan murid-murid itu diberikan melalui perencanaan sesuatu kegiatan yang

wajar, antara lain kalau sekolah itu terdapat di kota besar, maka gambaran itu diberikan melalui program siaran pemancar radio untuk menyiarkan sesuatu percakapan antara murid-murid atau antara murid dan guru, misalnya tentang cara makan dan makanan sehat.

10. Laporan tahunan

Laporan tahunan ini dibuat oleh kepala sekolah dan laporan ini diberikan kepada aparat pendidikan yang lebih atas. Laporan ini berisi masalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh sekolah termasuk kurikulum, personalia, anggaran, biaya dan sebagainya. Selanjutnya aparat tersebut memberikan laporan pada masyarakat.

11. Organisasi perkumpulan alumni sekolah.

Organisasi perkumpulan alumni sekolah adalah suatu alat yang sangat baik untuk dimanfaatkan dalam memelihara serta meningkatkan hubungan antara sekolah dan masyarakat. Murid-murid yang sudah tamat sekolah biasanya mempunyai kenangan-kenangan dari sekolahnya dan mereka merasa berkewajiban moral untuk membantu sekolahnya baik berupa materiil maupun secara moril.

12. Melalui kegiatan ekstra kurikuler.

Apabila ada beberapa kegiatan ekstra kurikuler yang sudah dianggap matang untuk dipertunjukkan kepada orang tua murid dan masyarakat, seperti sepak bola, drama dan lain-lain, maka sangat tepat sekali kegiatan itu ditampilkan ke dalam masyarakat. Karena itu program ekstra kurikuler hendaknya di rencanakan dan diatur, agar dapat dimanfaatkan dalam kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat.

13. Pendekatan secara akrab

Yaitu pendekatan antara murid dengan guru pengajar.

Adapun teknik operasional menurut De Roche adalah:

1. Education weeks (Minggu pengajaran).
Sebagai kegiatan proses belajar mengajar (kegiatan utama sekolah)
2. Recognition days (waktu ulangan)
Untuk alat evaluasi, dalam mengambil keputusan atau adanya data-data empirik yang tersedia sebagai alat analisa untuk pendidikan dan pengajaran.
3. Home visits (Kunjungan rumah)
Dilakukan untuk konsultasi dalam memecahkan masalah anak didik.
4. Teacher aids
Merupakan alat bantu pengajaran, sehingga dalam proses belajar mengajar, memudahkan guru untuk menyampaikan materi pelajaran dan sekaligus mempermudah peserta didik memahami pelajaran.
5. Card (kartu)
Untuk keperluan tertentu, maka dapat digunakan kartu, contoh kartu konsultasi, kartu prestasi atau kartu hafalan surat-surat pendek.
6. Parent-Teacher Conference (pertemuan orangtua dan guru)
Dakam rangka menjalin komunikasi antara orang tua siswa dan guru, maka perlu dilakukan kegiatan ini. Hasil antara yang diinginkan adalah adanya rasa pelibatan yang dimiliki orangtua, sehingga mau turut serta dalam pengembangan pendidikan.
7. Open House (silaturahmi)
Pada waktu-waktu tertentu, maka dapat diadakan silaturahmi, biasanya dalam hari raya contoh Idul Fitri.

8. *Speaker Beareu* (bagian kehumasan)
Secara khusus guru perlu memilih topik-topik yang berkenaan dengan pembicaraan di perkumpulan, kelompok, dan organisasi sekolah.
9. *Home Study* (pekerjaan rumah)
Kegiatan belajar siswa di kelas, akan lebih bagus lagi bila didukung adanya kelanjutan pengulangan pelajaran di rumah, ini bisa dilakukan dengan memberi pekerjaan rumah bagi siswa untuk memantapkan kemampuan yang telah diperoleh di kelas.
10. *School and Classroom News letter* (berita sekolah dan kelas)
Wahana komunikasi tertulis di sekolah dibutuhkan untuk mengabarkan berita-berita umum yang ada di lingkungan sekolah.
11. *Calendar* (Kalender)
Kalender ini, bisa berfungsi sebagai prestise. Disamping itu juga bisa difungsikan untuk mengikat perhatian orangtua dan siswa beserta guru dalam waktu yang selalu terkait dengan perhatian kepada sekolah.
12. *Voting Reminder card* (kartu saran)
Bila sesuatu terjadi dan tidak dikehendaki oleh siapapun dan ini merupakan hal yang perlu disampaikan kepada pihak pengelola lembaga pendidikan, maka yang bersangkutan bisa menuliskannya melalui kartu saran.
13. *Success Card* (piagam penghargaan)
Apabila ada siswa atau orangtua yang telah turut serta dan memberikan perhatian secara khusus kepada sekolah atau pemenang lomba yang diadakan oleh sekolah.
14. *Local Newspaper* (surat kabar lokal)
Berita-berita sekolah maupun berita dari rumah yang kira-kira akan bermanfaat bagi para warga sekolah jika mengetahuinya akan lebih bagus.

15. *Career specialities* (spesialisasi karir)
Bimbingan karir akan sangat bermanfaat bagi siswa dalam menentukan peran masa depan.
16. *Slide Presentation* (slaid presentasi)
Jika dalam memberikan presentasi kepada guru-guru atau siswa, akan lebih bagus bila menggunakan slaid presentasi.
17. *Coffee Hour* (acara minum kopi)
Menjalin partisipasi antar sesama komponen dalam lembaga pendidikan sangat penting.
18. *Activity Display* (pajangan kegiatan)
Dari kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan, sebaiknya dipajang di papan tersendiri untuk memberi sugesti kepada warga yang belum sempat ikut mempertimbangkan.
19. *Class Project in the community* (bakti sosial masyarakat)
Siswa adalah bagian masyarakat, untuk itu akan lebih bermakna hidup bermasyarakat jika turut serta membantu sesama warga yang kurang beruntung.
20. *Letter to the editor* (bakti sosial masyarakat)
Keluhan atau sumbang saran yang sifatnya umum dari orang tua siswa, maupun guru.
21. *Public Performances* (pementasan/pertunjukan)
Apresiasi terhadap kreatifitas siswa dapat diwujudkan dalam pementasan berkala, di samping itu akan memberikan rasa percaya diri kepada siswa dan kebanggan orang tua.
22. *Fairs and Tours* (studi lapangan : wisata, komporatif, dll)
Wawasan atau pengetahuan tentang lingkungan, alam, kenyataan langsung, dll dapat dibina melalui kunjungan ke obyek langsung.
23. *Telephone Hotline* (telepon konsultasi)
Adakalanya permasalahan yang dihadapi siswa atau masyarakat begitu berat dan susah untuk diungkapkan kepada orang lain.

24. *Strategy borrowing* (strategi meminjamkan)

Hal ini upaya saling meminjamkan fasilitas yang sekitarnya dimiliki orang tua atau sekolah.

25. *Suggestion boxes* (kotak saran)

Kartu saran berfungsi sebagai tempat penampungan kartu-kartu saran tadi dan harus diambil diambil dan diperiksa secara berkala oleh pengelola.

- 1 Seidel. (1947). *Stores*. Jilid 33. National Retail Merchants Association, Inc, p. 18
- 2 Suryosubroto, B. (2004). *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta. h. 10
- 3 Burlingame, Dwight. (1990). *Library Development: A Future Imperative*. Vol 12. Number 4. London: The Haworrt Press, Inc, p. 18
- 4 Jefkins, Frank. (2002). *Public Relations*. Edisi 2. Blackie: Planned Press, p. 10
- 5 Mulyasa. (2007). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. h. 50
- 6 Moore, Frazier. (2004). *Humas, Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Rosda. h. 6
- 7 Sagala, S., (2008). *Manajemen Berbasis Sekolah dan Masyarakat, Jakarta: Nimas Multima*. h. 191
- 8 Tim Dosen Administrasi pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia. (2008). *Manajemen Pendidikan*. Bandung : Penertbit Alfabeta
- 9 <https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2010/01/10/konsep-dasar-manajemen-peran-serta-masyarakat/> diakses 26 Januari 2015
- 10 Diambil dan adaptasi dari *Materi Pembinaan Profesi Kepala Sekolah/Madrasah*. Direktorat Tenaga Kependidikan. Direktorat Jenderal Peningkatan Mutu Pendidik dan Tenaga Kependidikan. Departemen Pendidikan Nasional. 2007)
- 11 Pawlas. (2005). *The Administrator's Guide to School Community Relations*. 2nd ed. United States: Eyed, p. 2
- 12 <http://serlym.blogspot.com/2012/11/makalah-manajemen-hubungan-sekolah-dan.html>, diakses 21 Januari 2015

Bab 11

PERAN SERTA MASYARAKAT DALAM PENINGKATAN MUTU SEKOLAH

11.1 PENGERTIAN PERAN SERTA MASYARAKAT

Menurut Arief Budi Wuriyanto,¹ “peran serta masyarakat adalah kontribusi, sumbangan, dan keikutsertaan masyarakat dalam menunjang upaya peningkatan mutu pendidikan”. Pada masa sekarang, perencanaan, pelaksanaan, dan monitoring pendidikan melibatkan peran serta masyarakat. Kesadaran tentang pentingnya pendidikan yang dapat memberikan harapan dan kemungkinan lebih baik di masa yang akan datang, mendorong berbagai upaya dan perhatian seluruh lapisan masyarakat. Hal inilah yang melahirkan kesadaran peran serta masyarakat.

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Bab XV Pasal 54 dinyatakan bahwa:

- (1) Peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran *serta perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha, dan organisasi kemasyarakatan* dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu layanan pendidikan.

- (2) Masyarakat dapat berperan serta sebagai sumber pelaksana dan pengguna hasil pendidikan.
- (3) Ketentuan mengenai peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) diatur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah.

Peran serta masyarakat khususnya orang tua siswa dalam penyelenggaraan pendidikan selama ini sangat minim. Partisipasi masyarakat selama ini pada umumnya sebatas pada dukungan dana, sementara dukungan lain seperti pemikiran, moral, dan barang/jasa kurang diperhatikan. Akuntabilitas sekolah terhadap masyarakat juga lemah.

Sekolah tidak merasa berkeharusan untuk mempertanggungjawabkan hasil pelaksanaan pendidikan kepada masyarakat, khususnya orang tua siswa, sebagai salah satu unsur utama yang berkepentingan dengan pendidikan (*stakeholder*).

Masyarakat merupakan komponen utama terselenggaranya proses pendidikan. Kontribusi masyarakat di lingkungan sekolah perlu dioptimalkan sebagai upaya pemberdayaan dalam rangka mewujudkan visi dan misi sekolah dengan paradigma pendidikan yang baru. Masyarakat dapat memberikan sumbangsuhnya kepada sekolah dengan memberikan masukan-masukan terutama dalam penyusunan program-program sekolah.

Demikian juga dalam pelaksanaan program, dukungan masyarakat perlu dioptimalkan. Rencana Pengembangan Sekolah dibuat bersama-sama oleh sekolah dan masyarakat, disampaikan secara terbuka, diperbaharui setiap tahun, dan dilaksanakan. Pen-ingkatan peran serta masyarakat dapat dilakukan dalam bentuk peningkatan kondisi lingkungan sekolah yang mendukung pembelajaran anak. Untuk itu, sekolah perlu menggalang hubungan baik dengan masyarakat. Sekolah memiliki program-program yang perlu dipahami masyarakat, dan sekolah juga perlu mendengarkan saran-saran dari masyarakat. Dengan hubungan yang baik antara

sekolah dan masyarakat, terjalin persatuan antara guru dan orang tua yang secara bersama-sama dapat memenuhi kebutuhan pendidikan peserta didik dan peningkatan mutu belajar. Selain itu masyarakat dapat memantau dan menilai program-program sekolah agar tercipta transparansi dan akuntabilitas sekolah. Apabila jalinan antara sekolah dan masyarakat tercipta dengan baik, maka dukungan dan bantuan masyarakat terhadap pemeliharaan dan peningkatan program sekolah pun akan kian terbuka.

Masyarakat harus terlibat dalam peningkatan mutu pendidikan di sekolah, salah satu di antaranya ialah karena adanya keterbatasan pemerintah dalam pengadaan sarana dan prasarana sekolah. Pendidikan yang baik tentu memerlukan pembiayaan yang tidak sedikit. Simpati masyarakat terhadap sekolah perlu dibangun agar masyarakat juga memberikan kontribusinya secara aktif dan optimal. Melalui keterlibatan masyarakat, maka kegiatan operasional, kinerja, dan produktivitas sekolah diharapkan dapat terbantu. Namun demikian, harus diingat bahwa peran serta, dukungan, dan simpati masyarakat terhadap peningkatan mutu pendidikan tidak datang dengan sendirinya. Sekolah perlu secara proaktif dan kreatif mengembangkan hubungan kerjasama yang harmonis dan sinergis dengan masyarakat.

Partisipasi masyarakat merupakan keterlibatan masyarakat secara nyata dalam suatu kegiatan. Masyarakat dapat menyumbangkan gagasan, membantu tenaga, memberikan kritik yang membangun, memberikan motivasi, menyumbangkan keahlian, serta memberikan dukungan terhadap pelaksanaan pendidikan.

Melihat pentingnya peran masyarakat dalam upaya peningkatan mutu pendidikan, maka pihak sekolah perlu memberdayakan mereka. Partisipasi masyarakat tidak akan muncul sendirinya. Tak sedikit di antara mereka yang masih berpandangan bahwa pendidikan sebatas urusan pemerintah, sekolah, dan para guru. Hal ini banyak terjadi di negara-negara yang sedang berkembang.

Berbeda dengan masyarakat pada negara maju dan negara industri. Mereka sadar betul bahwa pendidikan merupakan tanggung jawab bersama.

Peran serta masyarakat adalah kontribusi, sumbangan, dan keikutsertaan masyarakat dalam menunjang upaya peningkatan mutu pendidikan. Pada umumnya peran serta masyarakat adalah peran serta pasif dalam menerima keputusan sekolah. Mereka berpikir dengan membayar sumbangan/dana secara rutin, selesailah kewajiban mereka. Yang termasuk komponen masyarakat ialah orang tua siswa, tokoh masyarakat, tokoh agama, dunia usaha dan dunia industri, dan lembaga sosial budaya.

Peran serta mereka dalam pendidikan berkaitan dengan: (1) pengambilan keputusan, (2) pelaksanaan, dan (3) penilaian. Peran serta dalam mengambil keputusan misalnya ketika sekolah mengundang rapat bersama komite sekolah untuk membahas perkembangan sekolah, masyarakat yang dalam hal ini orang tua, anggota komite sekolah, atau wakil dari dunia bisnis dan industri secara bersama-sama memberikan sumbang saran dan berakhir dengan pengambilan keputusan.

Dalam pelaksanaan MBS, banyak cara untuk memberdayakan masyarakat. Misalnya, dengan cara: (1) melibatkan orang tua dalam mengurus komite sekolah serta tokoh masyarakat untuk membahas perencanaan kegiatan program-program sekolah; (2) membangun prinsip saling menguntungkan antara sekolah dan masyarakat; (3) memanfaatkan tenaga-tenaga terdidik, terampil dan berkecakapan di lingkungan sekolah untuk membantu pengembangan dan pelaksanaan program sekolah; serta (4) menyertakan wakil instansi dan organisasi komite sekolah dalam kegiatan sekolah, seperti ekstrakurikuler atau acara tahunan sekolah.

Pemberdayaan komite sekolah ini, sebagaimana tujuan MBS, dimaksudkan untuk menciptakan rasa tanggung jawab melalui administrasi sekolah yang lebih terbuka.

Kepala sekolah, guru, dan anggota masyarakat bekerja sama dengan baik untuk membuat Rencana Pengembangan Sekolah.

Sekolah memajukan anggaran sekolah dan perhitungan dana secara terbuka pada papan sekolah. Sudah tentu dalam bekerja komite sekolah mengedepankan prinsip keterbukaan.

Keterbukaan ini dapat meningkatkan kepercayaan, motivasi, serta dukungan orang tua dan masyarakat terhadap sekolah.

Sekolah, Komite sekolah dan Tokoh masyarakat dan agama dapat duduk bersama dalam satu meja untuk membahas pencapaian tujuan sekolah. Perlu dikembangkan pengambilan keputusan berdasarkan musyawarah bersama. Program kerja sekolah didiskusikan dengan tokoh masyarakat dan agama agar berorientasi pada peningkatan mutu, bukan untuk kepentingan birokrasi. Keterbukaan dalam laporan pertanggungjawaban untuk semua pihak yang berkepentingan.

11.2 KOMPONEN-KOMPONEN PERAN SERTA MASYARAKAT

Masyarakat sebagai pelaksana atau subjek kehidupan mempunyai pengaruh besar terhadap pengembangan pendidikan, karena jika masyarakat berfungsi sebagai pelaksana sekaligus sebagai sumber dan pemakai hasil, maka tujuan pendidikan harus sinkron dengan tujuan manusia. Dalam materi pokok MBS yang ditulis Arief Budi Wuryanto, dalam Slameto dan Kriswandani, dipaparkan bahwa peran serta masyarakat terdiri atas elemen:

1. Tokoh masyarakat, yaitu para orang tua siswa atau anggota masyarakat lain yang peduli terhadap pendidikan. Mereka berasal dari berbagai kelompok, golongan, pekerjaan, dan profesi.
2. Tokoh agama, seperti para ulama, ustadz, pendeta, dan rohaniwan lainnya.

3. Dunia usaha dan dunia industri, seperti para pemilik usaha toko, pabrik, *dealer* kendaraan bermotor, dan wiraswastawan yang berada di lingkungan sekolah
4. Lembaga sosial budaya, seperti organisasi profesi, organisasi sosial, para pemuka adat, RT, RW, PKK, bahkan organisasi seni budaya.

Peran serta mereka dalam pendidikan berkaitan dengan:

(1) pengambilan keputusan, (2) pelaksanaan, dan (3) penilaian. Peran serta dalam mengambil keputusan misalnya ketika sekolah mengundang rapat bersama komite sekolah untuk membahas perkembangan sekolah, masyarakat yang dalam hal ini orang tua, anggota komite sekolah, atau wakil dari dunia bisnis dan industri secara bersama-sama memberikan sumbang saran dan berakhir dengan pengambilan keputusan. Berdasarkan keputusan yang telah disepakati, maka keputusan tersebut tentunya akan dilaksanakan dalam menunjang pencapaian mutu pendidikan. Dengan demikian masyarakat yang mendukung program sekolah hasil kesepakatan telah berperan serta dalam pelaksanaan. Demikian pula dalam perjalanan program, tentunya perlu kontrol dan upaya-upaya untuk memperbaiki. Hal itu merupakan contoh peran serta masyarakat dalam mengevaluasi.

11.3 BENTUK-BENTUK PARTISIPASI MASYARAKAT

Masyarakat harus mempunyai partisipasi aktif dalam penyelenggaraan pendidikan. Adapun bentuk-bentuk partisipasi masyarakat secara umum menurut Menurut Slameto dan Kriswandani dapat berupa:

- a. Fasilitas yang bersifat fisik seperti tempat dan perlengkapan belajar di kelas, alat-alat pengajaran, buku-buku pelajaran, dan perlengkapan berbagai praktikan, perlengkapan keterampilan, dan lain-lain.

- b. Fasilitas yang bersifat non fisik seperti waktu, kesempatan biaya dan berbagai aturan serta kebijaksanaan pimpinan sekolah.

Menurut Slameto dan Kriswandani, bentuk-bentuk partisipasi masyarakat dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok/bentuk, seperti berikut ini:²

1. Partisipasi masyarakat dalam perencanaan pendidikan
Perencanaan pendidikan adalah hal yang sangat urgen dalam penyelenggaraan pendidikan. Karena dari sanalah keseluruhan dari pelaksanaan hingga kualitas dan kompetensi *output* pendidikan ditentukan. Mengingat pendidikan adalah dari masyarakat dan untuk masyarakat, maka partisipasi masyarakat dalam perencanaan sangatlah penting artinya. Perencanaan dimaksud bisa berupa perumusan visi dan misi pendidikan. Dalam perumusan visi misi ini masyarakat sangat penting ikut terlibat untuk menemukan apa sebenarnya yang menjadi persoalan dan kebutuhan di tengah-tengah masyarakat. Dari situ akan muncul rumusan-rumusan masalah yang nantinya akan dicarikan pemecahan dan solusi lewat perumusan visi dan misi pendidikan. Penyelenggaraan pendidikan yang tidak diawali dengan partisipasi masyarakat dalam fase perencanaan, sama halnya dengan arogan. Dengan kata lain, sekolah seperti telah benar-benar tahu terhadap apa yang dibutuhkan Manajemen Berbasis Sekolah dan diharapkan masyarakat darinya, sehingga tidak perlu melibatkan mereka untuk merumuskan ke mana sebenarnya pendidikan akan diarahkan.
2. Partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan
Hal penting yang harus melibatkan masyarakat dalam pendidikan adalah pada penyelenggaraan pendidikan. Yang dimaksud dengan penyelenggaraan pendidikan antara lain adalah penerimaan siswa baru, pengadaan guru, pengadaan sarana dan prasarana, dan pengawasan. Dengan keterlibatan masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan, masyarakat

dapat mengontrol penyelenggaraan tersebut. Hal itu di satu sisi bermanfaat untuk mendorong kesungguhan penyelenggara pendidikan agar senantiasa profesional dan berkualitas, sementara di sisi yang lain, keterlibatan masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan akan makin menebalkan rasa memiliki masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Dengan hal ini loyalitas mereka dalam mendukung keberlangsungan pendidikan diharapkan akan semakin kuat. Dengan dukungan penuh dari masyarakat, pendidikan akan dapat berjalan dengan efisien dan bahkan cenderung dapat menunjang kemudahan inovasi dan pengembangannya.

3. Partisipasi masyarakat dalam evaluasi pendidikan

Dalam pendidikan, evaluasi juga merupakan hal yang sangat urgen. Dari evaluasi ini, diharapkan dapat tergambar seluruh aktifitas yang dilakukan sekolah dalam rangka menjalankan program-programnya. Lewat pelaksanaan evaluasi akan diketahui apa saja kelebihan dan kekurangan-kekurangan yang ada. Selanjutnya dicarikan tindak lanjut berupa penanggulangan dan perbaikan terhadap kekurangan-kekurangannya dan pengembangan terhadap kelebihan-kelebihannya. Keterlibatan masyarakat dalam evaluasi menjadi hal penting karena merekalah pada dasarnya objek yang membutuhkan keberadaan pendidikan. Atas dasar kebutuhan dan semangat untuk meningkatkan taraf hidup merekalah pendidikan diselenggarakan. Maka menjadi sangat naif jika dalam evaluasi pendidikan masyarakat tidak dilibatkan. Dengan keterlibatan mereka dalam evaluasi, akan menjadi jelas apa yang kurang dalam penyelenggaraan pendidikan dan apa yang perlu ditingkatkan. Tidak hanya dalam perspektif pengelola pendidikan namun juga dalam perspektif masyarakat sebagai "*costumer*".

Menurut Direktorat Pembinaan Taman Kanak-Kanak dan Sekolah Dasar dalam Menurut Slameto dan Kriswandani, ada bermacam-macam tingkatan peran serta masyarakat dalam pendidikan yang dapat diklasifikasikan menjadi 7 tingkatan, dimulai dari tingkat terendah ke tingkat yang lebih tinggi. Tingkatan tersebut terinci sebagai berikut:

1. Peran serta dengan menggunakan jasa pelayanan yang tersedia. Jenis peran serta masyarakat ini adalah jenis yang paling umum. Masyarakat hanya memanfaatkan jasa sekolah dengan memasukkan anak ke sekolah.
2. Peran serta dengan memberikan kontribusi dana, bahan, dan tenaga. Pada peran serta masyarakat jenis ini, masyarakat berpartisipasi dalam perawatan dan pembangunan fisik sekolah dengan menyumbangkan dana, barang, dan/atau tenaga.
3. Peran serta secara pasif. Artinya, menyetujui dan menerima apa yang diputuskan oleh pihak sekolah (komite sekolah), misalnya komite sekolah memutuskan agar orangtua membayar iuran bagi anaknya yang bersekolah dan orangtua menerima keputusan tersebut dengan mematuhi.
4. Peran serta melalui adanya konsultasi. Orangtua datang ke sekolah untuk berkonsultasi tentang masalah pembelajaran yang dialami anaknya.
5. Peran serta dalam pelayanan. Orangtua/masyarakat terlibat dalam kegiatan sekolah, misalnya orangtua ikut membantu sekolah ketika ada studi tur, kegiatan pramuka, kegiatan keagamaan, dan lain-lainnya.
6. Peran serta sebagai pelaksana kegiatan yang didelegasikan/dilimpahkan. Misalnya, sekolah meminta anggota masyarakat untuk memberikan penyuluhan pentingnya pendidikan, masalah jender, gizi, dsb.
7. Peran serta dalam pengambilan keputusan. Orangtua/masyarakat terlibat dalam pembahasan masalah pendidikan (baik akademis maupun non akademis) dan ikut dalam proses

pengambilan keputusan dalam rencana pengembangan sekolah.

11.4 PERAN DAN PARTISIPASI ORANGTUA DAN MASYARAKAT

1. Partisipasi Orang Tua

Unsur penting partisipasi orang tua adalah tanggung jawab, baik tanggung jawab keluarga maupun sekolah. Ditinjau dari variasi tanggung jawab ini dapatlah dikembangkan kerangka kerja teoritis partisipasi orang tua sebagai satu kontinum mulai dari paling tinggi tanggung jawab sekolah (sehingga rendah tanggung jawab orang tua) sampai yang setara tanggung jawab kedua belah pihak.

Dengan demikian ada tiga model partisipasi orang tua yaitu: *Protective* atau *Separate Responsibilities*, *School to Home Transmission* atau *Sequential Responsibilities*, dan *Curriculum Enrichment*, serta *Partnership* atau *School Responsibilities* (Elliot dalam Pruitt 2003: 21-27; Swap dalam Christenson, 2002: 15-17; dalam Slameto dan Kriswandani).

- 1) *Model Protective* atau *Separate Responsibilities* mengasumsikan bahwa keluarga dan sekolah masing-masing memiliki tanggung jawab anak yang saling terpisah satu dengan yang lain, maka dari itu akan menjadi paling efektif dan efisien jika keluarga maupun sekolah menangani tujuan, target dan kegiatannya masing-masing secara saling lepas.
- 2) *Model School to Home Transmission* atau *Sequential Responsibilities* mengasumsikan bahwa keberhasilan anak didukung secara berkelanjutan oleh harapan dan nilai-nilai antara keluarga atau rumah dan sekolah;
- 3) *Model Curriculum Enrichment* berasumsi bahwa interaksi antara keluarga dan personel sekolah dapat mendukung kurikulum dan tujuan pendidikan. Tiap pihak mempunyai keahlian khusus

berkaitan dengan kurikulum atau proses belajar mengajar dan pengajaran.

- 4) *Model Partnership* atau *Shared Responsibilities* menekankan koordinasi dan kerjasama sekolah dan keluarga untuk mengembangkan komunikasi dan kolaborasi. Asumsinya sekolah dan keluarga lebih efektif jika informasi, nasehat, dan pengalaman di "*shared*" secara berkelanjutan di antara semua warga sekolah, keluarga dan masyarakat.

Orang tua dapat berpartisipasi dalam menyediakan dana, prasarana dan sarana sekolah sebagai upaya realisasi program-program sekolah yang telah disusun bersama, serta membina anak-anak terutama dalam pendidikan moral agar anak tercegah dari sifat dan perilaku yang kurang baik karena pengaruh lingkungan. Orang tua yang memiliki pendidikan, pengetahuan, dan keterampilan khusus dapat berpartisipasi dalam membantu sekolah seperti pada bidang proses pembelajaran, pengelolaan persekolahan, dan pengelolaan keuangan sekolah. Intinya orang tua akan mau membantu sekolah jika pihak sekolah mampu berkomunikasi dengan baik. Apabila sekolah bersikap transparan, terutama dalam hal keuangan dan orang tua diikutsertakan dalam pembicaraan rencana sekolah, maka sudah semestinya orang tua merasa ikut memiliki sekolah. Penjalinan hubungan sekolah dengan orang tua peserta didik dapat dilakukan melalui komite sekolah, pertemuan yang direncanakan atau saat penerimaan raport, sumber informasi sekolah dan sumber belajar bagi anak, serta secara bersama-sama memecahkan masalah.

Mengingat salah satu kunci sukses manajemen dalam menggalang partisipasi orang tua adalah menjalin hubungan harmonis, maka sekolah perlu memprogramkan beberapa hal (Mulyasa 2000: 167-170; dalam Slameto dan Kriswandani) sebagai berikut:

1. Melibatkan orang tua secara profesional dalam mengembangkan peren-canaan, pelaksanaan dan program sekolah.
2. Menjalin komunikasi secara intensif.
3. Mengadakan pembagian tugas dan tanggung jawab antara sekolah dengan orang tua dalam pembinaan pribadi siswa.
4. Melibatkan orang tua dalam berbagai program dan kegiatan sekolah yang bersifat sosial kemasyarakatan.
5. Melibatkan orang tua dalam mengambil berbagai keputusan, agar mereka merasa bertanggung jawab untuk melaksanakannya.
6. Mendorong guru untuk mendayagunakan orang tua sebagai sumber belajar dan menunjang keberhasilan belajar peserta didik.

2. Partisipasi Orang Tua dalam Perencanaan Pengembangan Sekolah

Partisipasi orang tua dalam perencanaan pengembangan sekolah dapat ditempuh dengan banyak cara seperti orang tua dapat datang ke sekolah tanpa/dengan undangan sekolah yang mengundang, dan sekelompok orang tua mengadakan pertemuan di luar sekolah untuk bersama-sama menampung berbagai permasalahan yang dihadapi dan dari jumlah permasalahan tersebut dipilih sejumlah permasalahan paling penting yang akan dipecahkan, serta dalam memecahkan masalah, harus memperhitungkan pula kemungkinan tersedianya sumber dana, tenaga, sarana, dan lain-lain, serta kesempatan untuk mengatasi masalah tersebut sehingga setelah orang tua membahas dan memberikan masukan untuk peningkatan mutu sekolah, hasil dari pertemuan tersebut kemudian diserahkan kepada sekolah.

3. Peran Serta Tokoh Masyarakat dan Tokoh Agama

Peran serta tokoh masyarakat dan agama tidak hanya berwujud pemberian bantuan uang atau tenaga tetapi juga berupa bantuan

secara suka rela membimbing siswa. Oleh itu program kerja sekolah perlu didiskusikan dengan tokoh masyarakat dan agama agar berorientasi pada peningkatan mutu, bukan untuk kepentingan birokrasi.

4. Peran Serta Dunia Usaha dan Industri

Pada beberapa negara maju, pendidikan telah menjadi tanggung jawab masyarakat. Dunia usaha dan dunia industri memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap pendidikan, baik dalam perencanaan, proses peningkatan kualitas pendidikan, maupun pemanfaatan hasil pendidikan. Sebagai contoh untuk pendidikan tinggi, peran dunia usaha dan dunia industri dalam membiayai riset-riset ilmiah sangat besar. Demikian pula untuk pendidikan dasar dan menengah, orang tua, masyarakat, perguruan tinggi, dan kelompok-kelompok masyarakat donatur pendidikan sangat berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, sampai *monitoring* program sekolah. Dengan mencermati peran masyarakat di negara maju serta semangat desentralisasi pendidikan di Indonesia saat ini, diharapkan dunia usaha dan dunia industri juga turut bertanggung jawab atas kemajuan dan peningkatan mutu pendidikan di daerah.

Dunia usaha dan dunia industri dapat dijadikan mitra sekolah sehingga *demand approach* dapat benar-benar dilaksanakan oleh setiap sekolah dalam hal perbaikan kualitas pendidikan. Dunia usaha dan industri merupakan salah satu *stakeholders* pendidikan, yang dapat menopang terjadinya pelaksanaan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Peran serta dunia usaha dan industri dapat diwujudkan dalam bentuk partisipasi penggalangan dana, pengadaan fasilitas sarana dan prasarana sekolah, penciptaan relasi eksternal yang dapat memberikan akses yang lebih luas dalam membangun hubungan sekolah dengan masyarakat, serta membantu pengembangan SDM pendidikan, khususnya yang berkaitan dengan teknik-teknik

pengembangan mutu. Pemahaman tentang mutu dari dunia bisnis diaplikasikan dalam dunia pendidikan. Begitulah peran serta dunia usaha dan industri untuk turut serta dalam pengembangan mutu pendidikan di sekolah.

5. Peran Serta Kelembagaan Sosial Budaya

Terdapat jenis-jenis instansi-instansi atau kelompok-kelompok kelembagaan sosial budaya antara lain: paguyuban orang tua siswa, lembaga adat dan tokoh adat, lembaga keagamaan, PKK, kelompok bisnis, kelompok seni, organisasi profesi, gerakan nasional orangtua asuh (GNOTA), puskesmas . Mereka dapat berperan serta dalam menuangkan tenaga, pikiran, keahlian, dana dan lain sebagainya.

6. Komite Sekolah

Keputusan Mendiknas dinyatakan bahwa peran Dewan Pendidikan dan Komite Sekolah merupakan: (1) *advisory agency* (pemberi pertimbangan), (2) *supporting agency* (pendukung kegiatan layanan pendidikan), (3) *controlling agency* (pengontrol kegiatan layanan pendidikan), dan (4) *mediator*, penghubung, atau pengait tali komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah.

Menurut UU RI nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, komite sekolah/ madrasah adalah lembaga mandiri yang beranggotakan orang tua/ wali peserta didik, komunitas sekolah, serta tokoh masyarakat yang peduli pendidikan.

Tugas utama komite sekolah ialah membantu penyelenggaraan pendidikan di sekolah dalam kapasitasnya sebagai pemberi pertimbangan, pendukung program, pengontrol, dan bahkan mediator. Untuk memajukan pendidikan di sekolah, komite sekolah membantu sekolah dalam penyelenggaraan proses belajar mengajar, manajemen sekolah, kelembagaan sekolah, sarana dan prasarana sekolah, pembiayaan pendidikan, dan mengkoordinasikan

peran serta seluruh lapisan masyarakat. Kedudukannya sebagai mitra sekolah.

Pada dasarnya pemberdayaan komite sekolah dalam konteks MBS adalah melalui koordinasi dan komunikasi. Koordinasi yang dilakukan kepala sekolah dengan para guru dan masyarakat dapat dilakukan secara vertikal, horisontal, fungsional, dan diagonal. Koordinasi dapat juga dilakukan secara internal dan eksternal. Koordinasi dilakukan secara terus menerus sebagai upaya konsolidasi untuk memperkuat kelembagaan dalam mencapai tujuan. Contoh, mengadakan pertemuan informal antara para pejabat, serta mengadakan rapat, baik rapat koordinasi antara kepala sekolah dengan guru, dengan komite sekolah, maupun dengan orang tua siswa, baik secara reguler maupun insidental.

Pemberdayaan dapat dilakukan dengan menjalin komunikasi yang baik. Komunikasi dalam konteks tatakrma profesional dapat meningkatkan hubungan baik antara pimpinan sekolah dengan para guru dan staf, dan pihak sekolah dengan komite sekolah. Dalam berkomunikasi, kepala sekolah perlu: (a) Bersikap terbuka, (b) Mendorong para guru untuk mau dan mampu memecahkan masalah-masalah pembelajaran dan kependidikan, (c) Mendorong pengembangan potensi akademik dan profesional melalui pertemuan dengan komite sekolah maupun organisasi profesi, serta (d) Memotivasi tenaga pendidik dan kependidikan untuk terus mengembangkan diri.³

11.5 FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PARTISIPASI MASYARAKAT

Menurut Slameto dan Kriswandani, secara garis besar ada tiga hal yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pendidikan:

Pertama, Kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan untuk meningkatkan taraf hidup, kesejahteraan dan martabatnya.

Dengan kesadaran seperti ini masyarakat akan mempunyai pandangan bahwa penyelenggaraan pendidikan adalah semata-mata untuk mereka. Tugas sekolah adalah memberikan pencerahan dan penyadaran di tengah-tengah masyarakat bahwa pendidikan sangatlah penting artinya untuk peningkatan taraf dan martabat hidup mereka.

Kedua, *Responsibility* sekolah. Penyelenggara pendidikan (pihak sekolah) mempunyai semangat dan kemauan untuk memberikan ruang-ruang atau kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi. Dengan memberikan kesempatan atau bahkan dorongan kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi mempunyai dampak terhadap kesadaran akan pentingnya pendidikan dan akan pentingnya masyarakat berpartisipasi terhadap penyelenggaraan pendidikan.

Ketiga, *Regulasi*. Hal ini sangat penting untuk mendorong semua pihak agar mempunyai kemauan untuk ikut ambil bagian dalam pendidikan. Pemerintah sebagai pengayom masyarakat yang diharapkan menjadi pengayom untuk semua masyarakat mempunyai tanggung jawab untuk menciptakan kondisi yang kondusif. Dalam hal pendidikan misalnya dengan membuat regulasi tentang partisipasi masyarakat, seperti bisa dibaca pada Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Mengingat tidak setiap kondisi sosial budaya terbiasa dengan partisipasi sebagai salah satu bentuk dari budaya demokrasi, maka bisa saja usaha meningkatkan kualitas sebuah lembaga pendidikan dengan memanfaatkan partisipasi aktif masyarakat tidaklah selalu berjalan mulus. Sekalipun begitu peningkatan partisipasi masyarakat haruslah tetap diusahakan, sekalipun harus diakui tidak gampang. Menurut Slameto dan Kriswandani, hal-hal yang bisa diusahakan antara lain:

- a) Melakukan persuasi kepada masyarakat, bahwa dengan keikutsertaan masyarakat dalam kebijaksanaan yang dilaksanakan, justru akan menguntungkan masyarakat sendiri.
- b) Menghimbau masyarakat untuk turut berpartisipasi melalui serangkaian kegiatan.
- c) Menggunakan tokoh-tokoh masyarakat yang mempunyai khalayak banyak untuk ikut serta dalam kebijaksanaan agar masyarakat kebanyakan yang menjadi pengikutnya juga sekaligus ikut serta dalam kebijaksanaan yang diimplimentasikan.
- d) Mengaitkan keikutsertaan masyarakat dalam implimentasi kebijaksanaan dengan kepentingan mereka, masyarakat memang perlu diyakinkan, bahwa ada banyak kepentingan mereka yang terlayani dengan baik, jika mereka berpartisipasi dalam kebijaksanaan.
- e) Menyadarkan masyarakat untuk ikut berpartisipasi terhadap kebijaksanaan yang telah ditetapkan secara sah, dan kebijaksanaan yang sah tersebut adalah salah satu dari wujud pelaksanaan dan perwujudan aspirasi masyarakat.

-
- 1 Wuriyanto, Arief Budi. Tanpa Tahun. *Peran Serta Masyarakat*, (Online), (http://pijgsd.dikti.go.id/file.php/1/repository/dikti/Mata%20Kuliah%20Awal/Manajemen%20Berbasis%20Sekolah/BAC/UNIT_4_MBS.pdf), diakses 31 Januari 2013.
 - 2 Slameto dan Kriswandani. Tanpa Tahun. *Komunikasi Pendidik dengan Orangtua, Sesama Pendidik dan Masyarakat*, (Online), (http://pijgsd.dikti.go.id/file.php/1/repository/dikti/BA_DIP-BPJI_BATCH_1/Manajemen%20Berbasis%20Sekolah/UNIT%203.pdf), diakses 31 Januari 2013.
 - 3 [Http://imammuttaqin58.blogspot.com/2014/11/makalah-hubungan-sekolah-dengan.html](http://imammuttaqin58.blogspot.com/2014/11/makalah-hubungan-sekolah-dengan.html), diakses 25 Januari 2015

Bab 12

KOMUNIKASI HUMAS SEKOLAH DENGAN PERS

12.1 PERS DAN FUNGSINYA

Dalam arti umum pers meliputi media massa elektronik (electronic mass media), seperti halnya yang dikemukakan oleh Astrid dalam bukunya *Komunikasi Kontemporer (1977:97)* yang menyatakan bahwa apabila berbicara mengenai pers sebagai media massa cetak, pada umumnya yang dibicarakan adalah pers dalam pengertian sempit seperti surat kabar. Sedangkan dalam pembahasan ini, pengertian pers sengaja dibatasi secara khusus yaitu pers sebagai media massa cetak (printed mass media).¹

Ciri-ciri Pers:

1. **Publisitas.** Publisitas diartikan sebagai penyebaran informasi kepada public. Maka dari itu sifat dari surat kabar adalah umum.
2. **Periodisasi.** Periodisasi merupakan keteraturan dalam penerbitan, misalnya seperti surat kabar yang hanya terbit satu kali sehari.
3. **Keuniversalan.** Keuniversalan berarti kesemestaan dalam hal isi dan bersumber dari seluruh dunia.

4. Aktualisasi Aktualisasi diartikan bahwa segala informasi atau pemberitahuan yang dimuat dalam surat kabar merupakan laporan peristiwa actual atau yang baru saja terjadi.

Fungsi Pers di samping menyiarkan informasi, fungsi pers juga mendidik, member hiburan, dan mampu memberikan pengaruh kepada khalayak untuk melakukan kegiatan tertentu.

1. Fungsi Menyiarkan Informasi. Fungsi utama pers adalah menyiarkan informasi. Melalui surat kabar, orang dapat memperoleh informasi tentang berbagai peristiwa.
2. Fungsi Mendidik. Fungsi mendidik merupakan fungsi kedua dari pers. Surat kabar sebagai sarana pendidikan massa memuat tulisan-tulisan berisi pengetahuan.
3. Fungsi Menghibur. Ada banyak hal yang bersifat menghibur, hal-hal yang demikian dimaksudkan untuk mengimbangi berita-berita berat dan artikel-artikel yang berbobot.
4. Fungsi Mempengaruhi. Seperti fungsi mendidik, fungsi mempengaruhi dalam berita dan dalam artikel dan tajuk rencana.

12.2 PERS SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

Pers sebagai media komunikasi tergolong media visual. Media visual adalah publisitas yang digunakan untuk berkomunikasi dengan publik. Sementara itu pesan-pesan yang disampaikan dapat diterima melalui indera mata.²

Sebelum kantor radio, berita, dan televise menjadi media pengumpul dan penyebar berita, pengertian pers satu-satunya adalah surat kabar. Dalam perkembangan terakhir, surat kabar mampu menyajikan data menarik bagi para pembacanya sehingga surat kabar merupakan media komunikasi massa yang kehadirannya diterima masyarakat. Melakukan komunikasi massa lebih sulit daripada komunikasi antar pribadi, karena komunikator

yang bertugas menyampaikan pesan kepada banyak orang tidak dapat mengharapkan tanggapan mereka secara pribadi.

Pers sebagai media komunikasi massa, memiliki fungsi yang cukup strategis dalam masyarakat. Dalam berbagai literatur, banyak ditemukan kajian atau uraian tentang fungsi pers sebagai media komunikasi massa, diantaranya yaitu fungsi pengawasan (*control*), fungsi *social learning*, fungsi penyampaian informasi, fungsi transformasi budaya, dan fungsi hiburan. Ada lima dalil yang mendasari sehingga media massa diasumsikan memiliki fungsi penting dalam masyarakat³ yaitu:

1. Media merupakan industri yang berubah dan berkembang yang menciptakan lapangan kerja, barang, dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait; media juga memiliki industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan industri tersebut dengan masyarakat dengan institusi sosial lainnya. Di lain pihak, institusi media diatur oleh masyarakat.
2. Media massa merupakan sumber kekuatan –alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya.
3. Media merupakan lokasi (atau forum) yang semakin berperan, untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional.
4. Media seringkali berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan, bukan saja dalam pengertian pengembangan bentuk seni dan simbol, tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata cara, mode, gaya hidup, dan norma-norma.
5. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif;

media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.”

Kebebasan pers di Indonesia yang baru berusia kurang lebih sembilan tahun, tentu merupakan salah satu pertimbangan untuk menilai profesionalisme pers dalam menjalankan tugas dan fungsi jurnalistiknya. Artinya jika sekarang ini sebagian pers belum menjalankan tugas dan fungsinya secara profesional, maka kondisi tersebut patut dipahami. Apatah lagi karena setiap orang (praktisi pers) belum memiliki kesamaan pemahaman tentang konsep kebebasan pers. Oleh karena itu, apresiasi masyarakat dan pemerintah terhadap kebebasan pers menjadi hal yang penting dan dibutuhkan. Hasil jajak pendapat yang dilakukan oleh Litbang Kompas pada tanggal 2-3 Februari 2005 menunjukkan bahwa walaupun apresiasi publik terhadap kebebasan pers cukup tinggi, namun tidak sedikit peran pers yang menyimpan persoalan, gugatan, dan bahkan ancaman yang cukup mengerikan.⁴ Menurut Wakil Ketua Dewan Pers Leo Batubara yang dikutip oleh I Gde Nyoman Suryawan (Wakil Ketua PWI Cabang Bali), bahwa sampai pertengahan 2007 jumlah pengaduan yang diterima Dewan Pers sebanyak 1.200 aduan. Hal itu menunjukkan masih rendahnya kualitas pers nasional yang menurut data Dewan Pers (perengahan tahun 2007), jumlahnya perusahaan pers mencapai 820 penerbitan media cetak, 2.000 lembaga penyiaran radio, dan 80 lembaga penyiaran televisi Indonesia. Dari jumlah tersebut, hanya 30 persen perusahaan penerbitan yang sehat secara bisnis dan selebihnya yang 70 persen merupakan penerbitan tidak sehat (timbul tenggelam). Sedangkan untuk lembaga penyiaran radio hanya 10 persen yang sehat. Adapun lembaga penyiaran televisi sebanyak 34 perusahaan televisi yang dinilai sehat secara bisnis dan selebihnya 36 perusahaan termasuk lembaga penyiaran televisi yang tidak sehat.⁵

Terkait dengan kondisi penyiaran tersebut, wajar jika ada sebagian pihak yang meragukan kemampuan media massa (perusahaan pers) untuk menjalankan fungsinya sebagaimana yang diamanahkan oleh UU No. 40 tentang Pers Pasal 3, yaitu: ayat

(1) “Pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial”. Ayat (2) “Disamping fungsi-fungsi tersebut ayat (1), pers nasional dapat berfungsi sebagai lembaga ekonomi”. Menurut I Gede Nyoman Suryawan bahwa:

“Lembaga pers yang tidak sehat, hanya akan melahirkan pekerja-pekerja pers yang tingkat kesejahteraannya rendah, dan akan berdampak pada buruknya kinerja mereka. Alhasil produk informasi, maupun hiburan yang dihasilkan pun rendah. Lembaga pers semacam itu akhirnya hanya melahirkan wartawan-wartawan yang hanya bekerja untuk kepuasan pemberi informasi. Mata rantai tugas-tugas jurnalistik mulai dari melacak, mencari, mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan informasi bisa terputus dan hanya menyisakan mata rantai menyebarkan informasi. Mereka akan kehilangan sikap kritis dan greget. Mereka akan kehilangan indera keenam untuk melakukan fungsi kontrol sosial”.

Surat kabar sebagai lembaga pers tertua, memang sepertinya sulit bersaing dengan perusahaan penyiaran televisi dalam merebut ‘kue’ iklan. Namun, tidak berarti bahwa surat kabar akan mati, karena masing-masing memiliki keunggulan tersendiri. Salah satu keunggulan surat kabar yaitu mampu menyajikan informasi yang lebih lengkap, bisa dibawa kemana-mana, mudah di dokumentasikan jika sewaktu-waktu diperlukan kembali. Dalam lima orang berkumpul minimal ada satu orang yang sudah membaca surat kabar hari itu dan dalam sepuluh orang minimal ada satu orang yang berlangganan surat kabar. (Hadawiah, 2005; 8).

Bahkan di era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini, lembaga surat kabar juga menempuh strategi baru untuk mempertahankan konsistensinya dengan membuat surat kabar *on line*. Bahkan tidak sedikit media *on line* yang beritanya sudah *reel time*, termasuk diantaranya media *on line*: www.tribun-timur.co.id. Dengan perkembangan media surat kabar semacam itu, maka akan lebih banyak orang yang membacanya, karena media tersebut 'gratis' dan lebih interaktif. ⁶

12.3 MACAM-MACAM MEDIA MASA DALAM PUBLIC RELATION

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian dan penerimaan pesan atau informasi diantara dua orang atau lebih dengan harapan terjadinya pengaruh yang positif atau menimbulkan efek tertentu yang diharapkan. Komunikasi adalah persepsi dan apresiasi. Perkembangan teknologi yang semakin pesat, memungkinkan orang untuk berkomunikasi melalui berbagai macam media. Tantangan ke depan, bukan saja sekedar menjual produk & jasa perusahaan, tetapi bagaimana menyampaikan pesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan dapat memberikan manfaat kepada banyak orang dari berbagai ragam budaya, latar belakang, dan sebagainya.

Hampir semua bidang pekerjaan menggunakan perkembangan teknologi komunikasi, terutama pekerja atau masyarakat yang tinggal pada area metropolitan. Begitu juga dengan para pelaku public relations, pada masa sekarang PR mampu bertahan pada posisinya dengan bantuan teknologi komunikasi.

Adapun macam-macam media cetak adalah sebagai berikut;

1. Web.

Web atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar, gambar gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik

yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan link-link. Di era web memungkinkan pesan tidak lagi berjalan searah namun bersifat interaktif.

Melalui online, citra baik atau buruk dapat ditampilkan dan setiap orang atau lembaga bisa secara tiba-tiba diserang atau juga mendapat dukungan dari publik. Manfaat web bagi Public Relations adalah dapat melakukan penelusuran langsung dan segera tentang apa yang dilakukan oleh pesaing, mengetahui opini yang berlawanan dan opini dari masyarakat. Selain itu PR juga dapat memanfaatkan web untuk virtual marketing, distribusi e-mail, brochureware, discussion group, diskusi antar sesama pengguna internet seperti diskusi antar sesama profesi PR. Pada web terdapat juga Ezine atau majalah elektronik versi online dimana terdapat informasi artikel dan solusi. Ezine berbasis web merupakan situs web yang berfungsi seperti majalah, namun memberikan akses informasi online kepada para pembacanya. Ezine mengharuskan para pembaca untuk datang ke link tertentu baru bisa membaca berita atau info aktual dari halaman web ke halaman web yang lain. Perusahaan pun dapat manfaat yang besar jika tim PR menyempatkan diri untuk mencari dan mengevaluasi informasi ezine yang sesuai dengan bidang usahanya.

Memempublikasikan newsletter elektronik (ezine) perusahaan dapat meningkatkan keharuman reputasi. Itulah sebabnya kebanyakan situs web yang berhasil adalah situs web yang menjalankan dan mempromosikan ezine. lebih dari 60 persen dari pengguna internet sering dan suka membaca atau subscribe ke suatu ezine tertentu yang sesuai dengan minat mereka. Inilah salah satu alasan mengapa ezine merupakan salah satu tool promosi yang paling populer di internet. Sekarang sudah ada puluhan ribu ezine yang berisi berbagai topik informasi dan edukasi.

2. Blog

Blog merupakan singkatan dari “web log” adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web umum. Tulisan-tulisan ini seringkali dimuat dalam urut terbalik (isi terbaru dahulu baru kemudian diikuti isi yang lebih lama), meskipun tidak selamanya demikian. Situs web seperti ini biasanya dapat diakses oleh semua pengguna internet sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut. Blog langsung terhubung dengan google sehingga setiap orang dapat dapat mengakses isi dari tulisan tersebut. Blog ini merupakan sarana penunjang bagi PR untuk memuat berbagai tulisan yang menjelaskan, konvirmasi dan informasi mengenai nilai positif dari perusahaan dan produk yang diperlukan oleh publik.

3. E-Mail

Email adalah surat elektronik. Pengiriman dokumen atau soft ware melalui jaringan internet. E-mail tidak dapat lepas dari dunia bisnis maupun gaya hidup apalagi dalam konteks E-PR. Mengingat email juga merupakan sarana yang efektif untuk membangun dan meruntuhkan reputasi. Agar memberi kesan bagus bagi para prospek dan pelanggan, saat ini banyak perusahaan yang menitikberatkan usahanya pada call center yang baik serta cara menjawab telepon yang baik ataupun membalas email keluhan pelanggan. Selain itu, mereka juga berjuang bagaimana caranya calon pelanggan yang menelpon tidak merasa dipingpong kesana sini. Namun, mereka lupa atau sering menganggap sepele bahwa menulis ataupun membalas email terlalu lama dalam menjawab pertanyaan melalui email yang masuk juga akan meruntuhkan reputasi yang telah dibangun secara offline dengan susah payah dan biaya mahal. Melalui email, PR dapat mengirimkan informasinya seperti, press release, news release dan informasi lainnya yang dibutuhkan oleh publik-publik yang terkait. Selain itu perkembangan dari email berupa IM (Instant Message), YM, chatting, dll PR dapat menfaatkan

kemudahan tersebut dalam melaksanakan kegiatannya. Selain itu dengan adanya perkembangan teknologi, jangkauan audience lebih luas dan pesan yang tersampaikan pada masyarakat juga lebih beragam dalam satu waktu.

4. Millis

Millis adalah singkatan dari MailingList, artinya daftar alamat email yang terdaftar dalam suatu group seperti millis dalam yahoo. Memiliki millis akan mempercepat pengiriman informasi kepada sekumpulan orang. Di dunia maya, terdapat ribuan milis publik. Perusahaan pun dapat memanfaatkannya serta membuat millis publik menjadi millis perusahaan sehingga dapat memberi informasi kepada media, mitra kerja, karyawan, pelanggan dengan sekali klik dan cepat. Millis dalam komunitas online dimana anggotanya harus masuk ke situs web yang menyediakan newsgroup, misalnya yahogroups.com.

5. Jejaring Sosial

Saat ini, ada banyak jejaring sosial yang berkembang pada dunia maya. Tak ayal jejaring sosial menjadi trend tersendiri bagi para pengguna internet terutama kalangan anak muda. Menjadi kesempatan besar bagi pelaku PR untuk mengembangkan jangkauan publik melalui jejaring sosial. Jejaring sosial sangat berguna bagi publikasi karena menggunakan berbagai fasilitas pendukung di dalamnya. Beberapa contoh jejaring sosial yang biasa dipergunakan oleh pelaku pr untuk publikasi adalah :

- acebook
- witter

6. Video Conference

Video conference adalah telekomunikasi dengan menggunakan audio dan video sehingga terjadi pertemuan ditempat yang berbeda-beda. Ini bisa berupa antara dua orang secara pribadi dalam kan-

tor (point-to-point) atau mengikutsertakan berberapa orang dalam ruangan (multi-point) di tempat yang berbeda-beda. Video conference ini dapat dibagi atas:

- a. Two-way Videoconference
- b. One-Way Videoconference
- c. Non-motion Videoconference

7. IRC

Internet Relay Chat atau IRC atau sering disebut dengan chatting adalah forum diskusi online para pengguna internet dengan menggunakan tulisan sebagai alat untuk berdiskusi. IRC ini menyediakan suatu cara untuk berkomunikasi secara langsung dengan orang-orang di seluruh dunia. IRC terdiri dari bermacam-macam jaringan server IRC (mesin-mesin untuk menghubungkan pemakai dengan IRC). Para pengguna memiliki suatu program (yang disebut 'client') untuk menghubungkan mereka. Seperti, YM (yahoo masanger), google talk, Twitter, Chatting dalam facebook, dan lain sebagainya.

8. Vide News Realease (VNR)

Merupakan news releases yang disiarkan di siaran berita televisi. Durasinya dari 90 detik sampai dua menit. Biasanya video dan audio, dalam konsep news realeases yang satu ini, terpisah. Hal ini akibat stasiun televisi akan memberikan audio tersendiri untuk VNR ini. Salah satu bentuk VNR adalah Edited B-roll. Edited B-roll biasanya merupakan bahan kasar. Ia berdurasi tiga sampai lima menit dan belum mengalami proses pengeditan. Biasanya setelah diedit, ia berdurasi lebih panjang dan diberi beragam feature yang membuatnya semakin menarik. VNR ataupun edited B-roll menggunakan internet sebagai media penyalurnya.

9. Webcast

Webcast menggabungkan konsep audio dan video. Ia disiarkan melalui internet

10. Satelit Media Tours (SMT)

SMT terkait dengan spokeperson. Spokeperson, baik selebriti ataupun orang yang memang dipilih untuk menjadi humas, suatu perusahaan, produk atau organisasi, pada konsep PR yang satu ini, dapat melakukan semacam konferensi pers dimana ada wawancara yang terjadi antara dirinya dan reporter yang nantinya akan disiarkan di beberapa stasiun televisi. SMT disirkan melalui satelit. Alat PR yang satu ini memungkinkan adanya interaksi atau dialog antara klien dan spokeperson perusahaan atau produk.

Selain press releases perkembangan juga terjadi di press kit. Sekarang, terdapat elektronik press kit. Memang bedanya hanya ada pada sifat keelektronikannya saja. Meskipun demikian ia cukup efisien dalam menciptakan hubungan antara perusahaan dan khalayak. Selain itu, ada perkembangan lain yang cukup signifikan dalam bidang kehumasan. Diantaranya munculnya online advocacy sistem, online media database dan online tracking sistem. Online Advocacy Sistem bisa diartikan sebagai kampanye perusahaan secara online kepada khalayak, pekerja, ataupun hal lain yang terkait dengannya. Online media database adalah berisi informasi yang berhubungan dengan perusahaan yang akan disampaikan ke publik. Sedangkan online tracking sistem berfungsi sebagai monitor. Ia Memudahkan PR suatu perusahaan untuk memonitor atau mengawasi media apa yang sedang memuat berita tentang media mereka dan apa isi berita tersebut, merugikan atau tidak.

Meskipun terdapat beragam teknologi yang membuat PR semakin canggih dan mampu menjangkau masyarakat luas, hal yang paling penting adalah memuat unsur pemberitaan yang

lengkap dimana what, who, why, when, dan where terpenuhi. Selain itu, agar menarik minat khalayak untuk dibaca atau ditonton, PR haruslah memasukkan news value agar beritanya memiliki nilai tersendiri. Perkembangan teknologi khususnya untuk media massa memudahkan aktivitas pelaku public relation. Sebelum teknologi berkembang PR hanya mengerjakan kegiatannya dengan menggunakan pulpen, pensil dan printing press, tetapi seiring pada beberapa website perusahaan sudah terpasang teknologi IRC ini, sehingga audien bisa lebih mudah untuk berkomunikasi dengan perusahaan tersebut begitupula sebaliknya.

-
- 1 [Http://ihsandikdas.blogspot.com/2014/09/pendayagunaan-pers-sebagai-media.html](http://ihsandikdas.blogspot.com/2014/09/pendayagunaan-pers-sebagai-media.html)
 - 2 [Http://firdausyparadise.blogspot.com/2012/09/membangun-hubungan-media-yang-baik-dan.html](http://firdausyparadise.blogspot.com/2012/09/membangun-hubungan-media-yang-baik-dan.html)
 - 3 McNair, B. 2003. *An Introduction to Political Coomunication. Third Editions.* Routledge. Fim. London.p.88
 - 4 Sumadira, A.S.H. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional.* Simbiosis Retama Media. Jakarta. h. 27-30
 - 5 [Hhttp://www.balipost.co.id/balipostcetak/2008/2/9/o1.htm](http://www.balipost.co.id/balipostcetak/2008/2/9/o1.htm), diakses 25 Januari 2015
 - 6 <http://basosaleh.blogspot.com/2008/02/pers-sebagai-media-komunikasi-massa.html>

-oo0oo-



DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, hamdan dan Hafied Cangara. *Prinsip-prinsip Hubungan Masyarakat*. 1996. Surabaya, Usaha Nasional.
- Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan "Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah"*, (Bandung: Pustaka Educa, 2010).
- Atmodiwirio Soebagio, *Manajemen Pendidikan Indonesia* (Jakarta: Ardadizya, 2000), p. 146.
- Buchori Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2007).
- Burlingame, Dwight. (1990). *Library Development: A Future Imperative*. Vol 12. Number 4. London: The Haworrt Press, Inc
- Coulsan, Colin dan Thomas. 2002. *Public Relations Pedoman Praktis untuk PR*. Jakarta. Sinar Grafika Offset
- Campbell, R.F., Corbally, J.E., & Nystrand, R.O. 1983. *Introduction to Educational Administration*. Boston: Allyn and Bacon, Inc. p. 18

- Diambil dan adaptasi dari *Materi Pembinaan Profesi Kepala Sekolah/ Madrasah*. Direktorat Tenaga Kependidikan. Direktorat Jenderal Peningkatan Mutu Pendidik dan Tenaga Kependidikan. Departemen Pendidikan Nasional. 2007)
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi komunikologis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- FX. Suwanto. *Perilaku Keorganisasian*. (Yogyakarta: Universitas Atmadjaya, 2003), p. 179.
- G.L. Freeman and E.K.Taylor, *How to Pick Leaders, a scientific Approach to Exacutive Selection*, (New York: Funk and Wagnalls Company, 1950), p. 40.
- Greenberg, J. & Baron, R.A. 1995. *Behavior in Organizations: Understanding and Managing the Human Side of Work*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc. p. 88
- Gregor Mc dan Douglas M, *The Human Side of Enterprise in human Relation in Management*, I.L, Heckman, Jr, and S.G. Huneryager; (Cincinnati: South-Western, 1960), p. 145.
- Griffin, R.. *Business*, 8th Edition.(NJ: Prentice Hall, 2006) p.23
- Hani Handoko dan Fandy Tjiptono. *Kepemimpinan Transpormasional dan Pemberdayaan*.(Jebi. Vol 11, 1996). pp. 23-33.
- Harold Koonz dan Heinz Wehrich, *Management*, (New York: McGraw-Hill Book Company,1988), p. 437.
- Indrafachrudi, Soekarto. 1994. *Bagaimana Mengakrabkan Sekolah dengan Orang Tua Murid dan Masyarakat*. Malang: IKIP Malang.
- Ivancevich, John M.*Human Resource Management*..Eighth Edition, International Edition. (New York: McGraw-Hill & Irwin.2001) p.51

- Jefkins, Frank. (2002). *Public Relations*. Edisi 2. Blackie: Planned Press, p. 10
- Jerome S. Arcaro, "Quality in Education: an Implementation Handbook" diterjemahkan oleh Yosali Iriantara, Pendidikan Berbasis Mutu: Prinsip-Prinsip dan Tata Langkah Penerapan (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2007), h.38-44.
- Hendyat Soetopo, et.al., *Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan* (Jakarta: Bina Aksara, 1984
- Kimbrough, R.B & Burkett, C.W. 1990. *The Principalship: Concepts and Practices*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc. p. 32
- Lau Sue and Glover Derek, *Education Leadership and Learning (Practice, Policy and Research)*, (Buckingham-Philadelphia: Open University Press, 2000), p. 22.
- Lunenburg, F.C., & Ornstein, A.C. 2000. *Educational Administration: Concept and Practices*. Belmont: Wardsworth, A Division of Thomson Learning.
- Maisyaroh. Hubungan Masyarakat. 2004. Malang: Lab AP FIP
- Martin Tessmer. *Planning and Conducting Formative Evaluation*. (London: Kogan Page Limited, 1995)
- Mataheru, *Kepemimpinan dalam Pendidikan*, (Jakarta: Pustaka Jaya, 2000)
- McNair, B. 2003. *An Introduction to Political Communication. Third Editions*. Routledge. Fim. London.p.88
- Miftah Thoha, *Kepemimpinan dalam Manajemen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), p. 52.
- Moore, Frazier.(2004). *Humas, Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Rosda. h. 6
- Moore, H. Frazier. 2000. *Hubungan Masyarakat Prinsip Kasus dan Masalah*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

- Morgan E. James, *Administrative and Supervisory Management*, (Englewood N.J: Prentice-Hall, Inc., 1982), p. 126.
- Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), p. 108
- Mulyasa. (2007). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. h. 50
- National Study Committee on Evaluation dalam Stark dan Thomas (1994:12) lihat juga Jody Fitzpatrick. *Evaluation in Action: Interviews With Expert Evaluators*. (Los Angeles: SAGE Publication, 2009) p. 43
- Nawawi Hadari dan Martini M, *Kepemimpinan yang Efektif*, (Jogyakarta: Gajah Mada University Press, 1995), pp. 9-10.
- Nawawi, Hadari. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada Press, 66
- Paul Hersey and Kenneth H. Blanchard, *Management of Organizational Behavior*, (Hill Kogakusha Ltd: by Mc. Graw, for manufacture and export, 1980)
- Pawlas. (2005). *The Administrator's Guide to School Community Relations*. 2nd ed. United States: Eyed, [Http://serlym.blogspot.com/2012/11/makalah-manajemen-hubungan-sekolah-dan.html](http://serlym.blogspot.com/2012/11/makalah-manajemen-hubungan-sekolah-dan.html), diakses 21 Januari 2015
- Podsakoff, P.M. Mackenzie, S.B, & Bommer, W.H. *Transformational leader behaviours and substitutes for leadership as determinants of employee satisfaction, trust, and organizational citizenship behaviour* Journal of Management. 2002
- Purwanto, Ngilim. 1993. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan* Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

- R.L. Thorndike and E.P.Hagen, *Measurement and Evaluation in Teaching*. (Englewood Cliffs New Jersey: Prentice-Hall, Inc, 2009)
- Sagala, S., (2008). *Manajemen Berbasis Sekolah dan Masyarakat*, Jakarta: Nimas Multima.
- Sagie, *People and Productivity*, (New York: McGraw Hill Book Company, 1985)
- Schermerhorn, John R., Jr. *Management*. Eighth Edition. (New York: John Wiley & Sons, Inc 2005) p.15
- Seidel. (1947). *Stores*. Jilid 33. National Retail Merchants Association, Inc.
- Sergiovanni, T.J. 1991. *The Principalsip: A Reflective Practice Perspective*. Boston: Allyn and Bacon. p.92
- Siagian, Sondang P. *Filsafat Administrasi*. Edisi Revisi. (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), h. 5
- Slameto dan Kriswandani. Tanpa Tahun. Komunikasi Pendidik dengan Orangtua, Sesama Pendidik dan Masyarakat, (Online), (http://pjjpgsd.dikti.go.id/file.php/1/repository/dikti/BA_DIP-BPJJ_BATCH_1/Manajemen%20Berbasis%20Sekolah/UNIT%203.pdf), diakses 31 Januari 2013.
- Soehardi Sigit, *Perilaku Organisasional*. (Jakarta: Pustaka Jaya, 2002), p.177.
- Soetopo Hendiyat dan Soemanto Wasty, *Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan* (Jakarta: Bina Aksara, 1982), p. 1.
- Soetopo Hendiyat dan Soemanto Westy, *Kepemimpinan dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: Aksara, 1988), p. 7.
- Stoner, James A.F., R. Edward Freeman, and Daniel R. Gilbert, Jr. *Management* Sixth Edition. International Edition. (New Jersey: Prentice-Hall International, Inc. 1995)

- Stoner, James, A.F., Freeman , R.W. dan Gilbert, Jr. 1996. *Management*. Pritice-Hall, New Jersey. P. 120
- Stoops, E., & Johnson, R.e., 1967. *Elementary School Administration*. New York: McGraw Hill Book Company. p. 81
- Sumadira, A.S.H. 2005. *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature Panduan Praktis Jurnalis Profesional*. Simbiosis Retama Media. Jakarta
- Suryosubroto, B. (2004). *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suryosubroto. *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat*. 2012. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syaiful Sagala. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung: Alfabeta. p. 88
- Tim Dosen Administrasi pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia. (2008). *Manajemen Pendidikan*. Bandung : Penertbit Alfabeta
- Umiarso dan Imam Gojali, *Manajemen Mutu Sekolah di Era Otonomi Pendidikan, "Menjual Mutu Pendidikan dengan Pendekatan Quality Control bagi Pelaku Lembaga Pendidikan"*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2010).
- Veithzal Rivai, *Kita Memimpin dalam Abad ke-21*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), p. 65.
- Wahyosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1992), p.5
- Wahyudi, *Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Organisasi Pembelajaran (Learning Organization)*, (Bandung: Alfabeta, 2009). p. 123.
- Wuriyanto, Arief Budi. Tanpa Tahun. *Peran Serta Masyarakat*, (Online), (<http://pjjpgsd.dikti.go.id/file.php/1/repository/dikti/Mata%20Kuliah%20Awal/Manajemen%20>

Berbasis%20Sekolah/BAC/UNIT_4_MBS.pdf), diakses 31 Januari 2013.

Yukl,G.A. *Leadership in Organizatiuon*, 3nded, (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1994). pp. 3-4

Zulkarnaen Nasution. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan; Konsep, Fenomena, dan Aplikasinya*. Malang: 2010,

Internet

Hhttp://www.balipost.co.id/ balipostcetak/2008/2/9/o1.htm; diakses 25 Januari 2015

Http://aatmandai.blogspot.com/2012/05/1.html diakses 15 Januari 2015

Http://basosaleh.blogspot.com/2008/02/pers-sebagai-media-komunikasi-massa.html

Http://edukasi.kompasiana.com/2013/02/06/back-to-school-meluruskan-kembali-hakikat-sekolah-526073.html, diakses 2 Januari 2015

Http://erlanmuliadi.blogspot.com/2011/06/pemasaran-pendidikan.html, diakses 20 Januari 2015

Http://erlanmuliadi.blogspot.com/2011/06/pemasaran-pendidikan.html, diakses 20 Januari 2015

Http://erlanmuliadi.blogspot.com/2011/06/pemasaran-pendidikan.html, diakses 20 Januari 2015

Http://firdausyparadise.blogspot.com/2012/09/membangun-hubungan-media-yang-baik-dan.html

Http://ihsandikdas.blogspot.com/2014/09/pendayagunaan-pers-sebagai-media.html

Http://imammuttaqin58.blogspot.com/2014/11/makalah-hubungan-sekolah-dengan.html, diakses 25 Januari 2015

- [Http://muhtarahmad.org/2014/07/hakikat-pendidikan-sekolah-dan-kehidupan-sosial/](http://muhtarahmad.org/2014/07/hakikat-pendidikan-sekolah-dan-kehidupan-sosial/) diakses 2 Januari 2015
- [Http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html](http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html), diakses 23 Januari 2015
- [Http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html](http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html), diakses 23 Januari 2015
- [Http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html](http://peransischa31.blogspot.com/2013/04/makalah-manajemen-hubungan-masyarakat.html), diakses 23 Januari 2015
- [Http://www.forumsains.com/pendidikan/apa-pentingnya-sekolah/](http://www.forumsains.com/pendidikan/apa-pentingnya-sekolah/) diakses 12 Januari 2015
- [Http://www.kajianpustaka.com/2012/11/hubungan-masyarakat-humas.html](http://www.kajianpustaka.com/2012/11/hubungan-masyarakat-humas.html) diakses 22 Januari 2015
- [Https://agusp3rmana.wordpress.com/2011/07/11/reward-punishment-dan-motivasi-kerja/](https://agusp3rmana.wordpress.com/2011/07/11/reward-punishment-dan-motivasi-kerja/) diakses 21 Januari 2015
- [Https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2010/01/10/konsep-dasar-manajemen-peran-serta-masyarakat/](https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2010/01/10/konsep-dasar-manajemen-peran-serta-masyarakat/) diakses 26 Januari 2015
- [Https://manajpendidikan.wordpress.com/2012/06/06/fungsi-tujuan-serta-tugas-humas-di-lembaga-pendidikan/](https://manajpendidikan.wordpress.com/2012/06/06/fungsi-tujuan-serta-tugas-humas-di-lembaga-pendidikan/) diakses 20 Januari 2015
- [Https://www.facebook.com/Pramuka.SmaYadikaLlg/posts/176704909147437](https://www.facebook.com/Pramuka.SmaYadikaLlg/posts/176704909147437) diakses 7 Januari 2015