

IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT LINGKUNGAN SEKOLAH DI SMKS NU KOTA TASIKMALAYA

Ema Mayasari¹, Ai Hilyatul Halimah², Dodo Murtado³

Manajemen Pendidikan Islam, Institut NU Tasikmalaya

maya95202@gmail.com¹, aihilyatulhalimah@gmail.com², dodomurtado772@gmail.com³

Abstrak

Manajemen humas merupakan hal yang sangat penting dalam mewujudkan sekolah yang berkualitas. Tetapi sering kali manajemen humas tidak diperhatikan di lembaga pendidikan. Hubungan yang baik antara sekolah dengan masyarakat, maka akan timbul harmonisasi dan masyarakat akan percaya terhadap sekolah sehingga menyekolahkan anaknya ke lembaga tersebut dan sekolah bisa mempertahankan eksistensinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen humas, tingkat kepercayaan masyarakat, dan implementasi manajemen humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya. Aktivitas manajemen humas terdiri dari publisitas, pemasaran, public affairs, manajemen isu, lobi, dan hubungan investor. Sementara upaya untuk membangun kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah dengan indikator keinginan, kebutuhan dan harapan masyarakat. Metode pada penelitian ini melalui tingkat eksplanasi deskriptif dengan metode studi kasus serta pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi dan data dianalisis melalui reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan (1) manajemen humas di SMKS NU Kota Tasikmalaya secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik meskipun belum maksimal. (2) Tingkat kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya dengan cara pihak sekolah berusaha agar apa yang diinginkan, dibutuhkan dan diharapkan masyarakat terpenuhi dengan saling memberikan feedback positif demi memajukan pendidikan. (3) Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya, menunjukkan bahwa pelaksanaan tata kelola humas di SMKS NU Kota Tasikmalaya sudah berjalan dengan baik sehingga meningkatnya kepercayaan masyarakat kepada sekolah dilihat dari grafik pasang surut murid baru dari tahun ke tahun.

Kata Kunci: Manajemen, Humas, Kepercayaan Masyarakat.

Abstract

Public relations management is very important in realizing a quality school. However, public relations management often goes unnoticed in educational institutions. When there is a good relationship between the school and the community, there will be harmonization between the two. The community will trust the school so that they send their children to these institutions and the school can maintain its existence. The aims of this study were: (1) to determine public relations management at NU SMKS Tasikmalaya City, (2) to determine the level of public trust in the school environment at NU SMKS Tasikmalaya City, and (3) to determine the implementation of public relations management in increasing public trust in the school environment in NU SMKS Tasikmalaya City. The thinking framework of this research is public relations management activities with indicators consisting of publicity, marketing, public affairs, issues management, lobbying, and investor relations. While the strategy for building community trust in the school environment with indicators consists of the desires, needs and expectations of the community. The method in this research is through the level of descriptive explanation using the case study method. The approach uses a qualitative approach. The data collection technique for this research was by means of observation, interviews and documentation and the data were analyzed through data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results showed (1) on public relations management at NU SMKS Tasikmalaya City based on public relations management indicators, namely publicity, public affairs, issues management, lobbying, and investor relations. Judging from the results of observations, interviews and documentation in the field, it shows that the management of public relations at the Tasikmalaya City NU Vocational High School as a whole has been going well even though it is not optimal. (2) The level of public trust in the school environment at NU SMKS Tasikmalaya City is based on indicators on the desires, needs and expectations of the community. What are the wishes, needs and expectations of the community for the school, the school always adjusts so that both sides give each other Feedback positive for the advancement of education. (3) The implementation of public relations management in increasing the trust of the school environment community at the Tasikmalaya City NU Vocational High School, shows that the implementation of public relations management at the Tasikmalaya City NU Vocational High School has been going well so that the environmental community's trust in the school has increased as seen from the graph of the ups and downs of new students from year to year.

Keywords: Management, Public Relations, Public Trust.

Pendahuluan

Manajemen humas merupakan hal yang sangat penting dalam mewujudkan sekolah yang berkualitas. Tetapi sering kali manajemen humas tidak diperhatikan di lembaga pendidikan. Ketika ada hubungan yang baik antara sekolah dengan masyarakat, maka akan timbul harmonisasi antara keduanya. Masyarakat akan percaya terhadap sekolah sehingga menyekolahkan anaknya ke lembaga tersebut dan sekolah bisa mempertahankan eksistensinya.

Manajemen humas sangat penting untuk dikaji secara ilmiah, karena hubungan yang baik antara sekolah dengan masyarakat menjadikan sekolah atau lembaga itu diakui dan dipercaya masyarakat. Tujuan dari penelitian ini: (1) untuk mengetahui manajemen humas di SMKS NU Kota Tasikmalaya, (2) untuk mengetahui tingkat kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya, dan (3) untuk mengetahui implementasi manajemen humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya.

Kajian penelitian ini mengenai kehumasan yang sangat releva dengan penelitian sebelumnya misalnya penelitian dari Abd Wahib tentang urgenitas manajemen lembaga dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat. Peneliti mengkaji aktivitas manajemen humas dengan indikator yang terdiri dari publisitas, pemasaran, *public affairs*, manajemen isu, lobi, dan hubungan investor. Sementara upaya untuk membangun kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah dengan indikator terdiri dari keinginan, kebutuhan dan harapan masyarakat. Pada penelitian ini melalui tingkat eksplanasi deskriptif dengan metode studi kasus. Adapun pendekatannya menggunakan pendekatan kualitatif.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode analisis kasus dengan pendekatan kualitatif. Pada penelitian ini juga melalui tingkat eksplanasi deskriptif dimana peneliti menggambarkan permasalahan humas dengan menganalisis manajemen humas dan tingkat kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah. Teknik pengumpulan data penelitian ini dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi dan data dianalisis melalui reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Uji keabsahan data hasil penelitian dengan menggunakan uji kredibilitas, dependilitas, transferabilitas dan konfirmabilitas.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Hasil penelitian menunjukkan (1) pada manajemen humas di SMKS NU Kota Tasikmalaya berdasarkan indikator manajemen humas Menurut Morissan yaitu publisitas, *public affairs*, manajemen isu, lobi, dan hubungan investor. Dilihat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan, menunjukkan bahwa manajemen humas di SMKS NU Kota Tasikmalaya secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik meskipun belum maksimal. (2) Tingkat kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya berdasarkan indikator menurut Imanda dan Nuridin yaitu pada keinginan, kebutuhan dan harapan masyarakat. Apa yang menjadi keinginan, kebutuhan dan harapan masyarakat kepada sekolah, pihak sekolah selalu menyesuaikan agar kedua belah pihak saling memberikan *Feedback* positif demi memajukan pendidikan. (3) Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya, menunjukkan bahwa pelaksanaan tatakelola humas di SMKS NU Kota Tasikmalaya sudah berjalan dengan baik sehingga meningkatnya kepercayaan masyarakat lingkungan kepada sekolah dilihat dari grafik pasang surut murid baru dari tahun ke tahun.

Tabel Hasil Penelitian

No	Kajian	Indikator Penelitian	Hasil
1	Manajemen Humas (Morissan, 2014)	1. Publisitas	1. Melakukan laporan kegiatan sekolah melalui media sekolah 2. Bekerjasama dengan Radar Tasik sebagai partner media masaa
		2. Pemasaran	1. Melakukan Expo 2. Menyebar brosur, spanduk 3. Melibatkan Mubaligh
		3. <i>Public Affairs</i>	Menjalin hubungan yang harmonis dengan dinas terkait
		4. Manajemen Isu	Tanggap terhadap isu dan bekerjasama dengan aparat hukum setempat
		5. Lobi	Melobi dan bekerjasama dengan masyarakat lokal dalam hal tempat ibadah, tempat parkir dan poskamling
		6. Hubungan Investor	Bermitra dengan lebih dari 30 Dunia Usaha Dunia Industri
2	Kepercayaan Masyarakat (Imanda dan Nuridin, 2018)	1. <i>Want</i>	Keinginan orang tua akan transparansi bantuan sekolah, dan keinginan sekolah akan pemenuhan biaya sekolah oleh orang tua
		2. <i>Need</i>	Kebutuhan orang tua akan pelayanan yang baik, dan kebutuhan sekolah dukungan dari orang tua dalam program

No	Kajian	Indikator Penelitian	Hasil
			kunjungan industri
		3. <i>Expectation</i>	Harapan orang tua, sekolah mempunyai Bursa Kerja Khusus (BKK) dan harapan sekolah meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap sekolah

2. Pembahasan

1. Manajemen Humas Pendidikan

a. Pengertian Manajemen Humas

Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari asal kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan. Kata- kata itu digabung menjadi kata kerja *managere* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan ke dalam bahasa inggris dalam bentuk kata kerja *to manage*, dengan kata benda *managemen* dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya, *managemen* diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan (Husaini Usman, 2006).

Adapun pengertian manajemen menurut Miller yang dikutip oleh Supyarma, mengemukakan bahwa manajemen sebagai berikut: *Management is the proses of directing and facilitating the work of people organized in formal group to achieve a desired goal* (Supyarma, 2003). Menurut George R. Terry dikutip oleh Ngalim Purwanto *Manajemen is a distric process consisting of palnning, organizing, actuating and controlling to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources* (Ngalim Purwanto, 1995). Manajemen bukanlah suatu bakat tetapi suatu keterampilan (sama seperti keterampilan lainnya), merupakan

sumbangan besar dalam pengetahuan manajemen (A.F Stoner, 1982). Dari pengertian para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang melibatkan orang-orang dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan.

Ki Hajar Dewantara mengartikan bahwa pendidikan adalah suatu tuntutan bagi pertumbuhan anak-anak. Artinya pendidikan menuntut segala kekuatan kodrat yang ada pada diri anak-anak agar mereka sebagai manusia sekaligus anggota masyarakat dapat mencapai keselamatan dan kebahagiaan setinggi-tingginya (Wiji Sumarno, 2006).

Pengertian humas secara bahasa, humas berasal dari bahasa Inggris yaitu *Public Relations* (PR). Sedangkan secara harfiah, humas berarti hubungan dengan publik atau masyarakat. Hubungan masyarakat merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik (masyarakat) secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa humas adalah fungsi manajemen yang menilai sikap masyarakat, melakukan komunikasi dan bekerjasama sehingga tercipta harmonisasi antara organisasi dengan publik agar tujuan tercapai. Dalam prosesnya humas merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan guna memperoleh pengertian dan dukungan dari masyarakat. Menurut Mc Elreath yang dikutip oleh Rosady Ruslan Manajemen humas yaitu:

Managing public relations means researching, planning, implementing and evaluating an array of communication activities sponsored by the organization, from small group meetings to international satellite linked press conference from simple brochures to multimedia national campagins,

from open house to grassroots political campagins, from public services announcement to crisis management.

Manajemen humas berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers international via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari menyelenggarakan acara *open house*, hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis (Rosady Ruslan, 2016).

Berdasarkan pengertian para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa manajemen humas pada satuan pendidikan adalah kegiatan menilai sikap masyarakat agar tercipta keserasian antara masyarakat dan kebijaksanaan sekolah. Karena mulai dari aktivitas program humas, tujuan dan sasaran yang hendak dicapai oleh sekolah tidak terlepas dari dukungan, serta kepercayaan citra positif dari masyarakat.

b. Ruang Lingkup Manajemen Humas

Pengelolaan humas dalam sebuah organisasi memiliki beberapa ruang lingkup aktivitas, yaitu sebagai berikut (Morissan, 2014):

1) Publisitas

Salah satu kegiatan humas adalah publisitas, yaitu kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa. Dengan kata lain, publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan media massa.

2) Pemasaran

Pengertian pemasaran disini berkaitan dengan perluasan pengaruh, informatif, persuasif dan edukatif. Tujuan humas dalam pemasaran ini adalah untuk menyampaikan pesan dan pengaruh kepada khalayak yang bukan menjadi pelanggan (*customer*) dari perusahaan tempat

humas itu berada. Perusahaan atau organisasi memasang iklan jika merasa pandangan perusahaan terhadap suatu isu tidak diberitakan secara proporsional atau jika perusahaan merasa publik tidak memahami isu yang berkembang.

c. *Public Affairs*

Perusahaan atau organisasi perlu menjalin hubungan yang harmonis dengan pemerintah karena pemerintah memiliki wewenang untuk mengeluarkan peraturan yang harus dipatuhi oleh perusahaan. Dalam konteks ini, fungsi *public affairs* bertugas untuk mempengaruhi kebijakan publik yang dapat mendukung tujuan perusahaan.

d. Manajemen Isu

Manajemen isu (*issues management*) adalah upaya organisasi atau perusahaan untuk memantau dan memahami kecenderungan isu atau opini publik yang muncul di tengah masyarakat. Tujuannya adalah agar organisasi dapat memberikan tanggapan yang efektif terhadap isu-isu tersebut. Divisi humas membentuk manajemen isu untuk mengantisipasi dan mengelola isu-isu yang berkembang dan sekaligus membantu organisasi dalam menghadapi dan upaya merespon isu-isu yang terdapat pada masyarakat. Program humas yang terencana dan bekerjasama dengan media massa, kegiatan komunikasi interpersonal dan aktivitas persuasif atau upaya-upaya pendekatan lainnya untuk memecahkan masalah isu-isu yang negatif di lingkungan organisasinya.

Menurut Chase yang dikutip oleh Rosady Ruslan, mengatakan bahwa manajemen isu secara spesifik mencakupi bidang kegiatan yang terkait dengan sebagai berikut (Rosady Ruslan, 2016):

- a) *Anticipate emerging issue*, yaitu proses manajemen isu untuk mengantisipasi isu-isu yang berkembang dan memperkirakan resikonya.

- b) *Identify issues selectively*, yaitu mengidentifikasi dan menyeleksi isu-isu potensial yang terkait dengan kepentingan organisasi.
- c) *Deal with opportunity and vulnerability*, yaitu berkaitan dengan adanya peluang-peluang dan biasanya akan diikuti ancaman-ancaman yang terjadi pada organisasi di masa mendatang.
- d) *Action timetable*, manajemen isu harus memiliki jadwal pelaksanaan dan perencanaan. Tindakan untuk menghadapi isu-isu potensial yang berkembang dimasyarakat
- e) *Plan from the out side in*, perencanaan yang memperhatikan faktor-faktor resiko terhadap isu yang berkembang dan bersumber dari pihak eksternal.
- f) *Dealing from the top management*, kegiatan manajemen isu dari konsep penerapan manajemen strategik humas yang harus memperoleh dukungan dari manajemen puncak organisasi.

Jadi dengan pengelolaan aktivitas manajemen isu, suatu organisasi bisa lebih *survive* dan siap menghadapi goncangan atau hantaman isu negatif terhadap citra, dan reputasi sehingga memperkecil resiko terjadinya krisis terhadap organisasi.

e. Lobi

Setiap organisasi atau perusahaan berkepentingan terhadap hukum atau peraturan baru yang akan memengaruhi kehidupan organisasi bersangkutan, produk hukum baru seperti undang-undang atau peraturan lain adakalanya membawa perubahan situasi yang dapat merugikan organisasi.

Organisasi atau perusahaan di Negara maju seperti Inggris dan Jerman sudah lazim menunjuk suatu tim humas untuk melakukan pendekatan atau lobi (*lobbying*) terhadap lembaga-lembaga yang bertanggung jawab terhadap pembentukan hukum undang-undang baru dengan harapan undang-undang baru yang akan dikeluarkan itu tidak akan merugikan organisasi bersangkutan.

f. Hubungan Investor

Tugas hubungan investor sering kali terkait dengan masalah keuangan sehingga bidang ini sering pula disebut dengan *financial relations*. Penyebaran informasi yang memengaruhi pengertian pemegang saham dan investor secara umum mengenai posisi keuangan dan prospek perusahaan, dan termasuk pula dalam tujuan *financial relations* adalah perbaikan hubungan antara perusahaan dengan pemegang saham. Dengan demikian divisi humas di lembaga pendidikan atau organisasi manapun bukan hanya sebatas berhubungan dengan komunikasi saja tetapi mencakup berbagai aspek demi kelangsungan dan kemajuan lembaga atau organisasi itu sendiri.

g. Fungsi Manajemen Humas

Fungsi atau dalam bahasa Inggris *function*, merujuk pada perikatan bahasa Latin, *function*. *Function* yang berarti penampilan, perbuatan, pelaksanaan, atau kegiatan. Dalam bukunya '*principles of management*' Ralph Curries David dan Allan C, Filley yang dikutip oleh Deddy Djamiludin Malik

menyatakan bahwa istilah fungsi menunjukkan tahap pekerjaan yang jelas yang dapat dibedakan, bahkan dalam beberapa kasus perlu dipisahkan dari tahap pekerjaan lain. Dalam konteks humas, fungsi humas dapat diartikan sebagai peran atau tugas utama yang dilakukan oleh divisi humas dalam suatu organisasi. Fungsi humas adalah membantu manajemen dalam melaksanakan kebijakan-kebijakan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam publik (Deddy Djameludin Malik, 2005).

While the public relations may include the customer, public also includes anyone who is affected by or perhaps infl the influence of the organization, as pressure groups. This has resulted in all organizations have the needs for PR, but not all involved in the dam marketing focus is broader than PR outside the market means that while marketing spend money, PR store. The argument is that the capability of the management of the issue of the potential issues PR identifi es and opportunities in the face, so that an organization can save money with to respond in a timely manner (Veri Setiawan, 2007).

Maksud dari kutipan diatas adalah humas dalam sebuah organisasi berperan dalam mendapatkan *customer* atau pelanggan dalam hal ini adalah masyarakat, termasuk siapapun yang terpengaruh atau yang memberikan pengaruh pada yang lainnya. Terbukti bahwa di semua organisasi sangat membutuhkan humas. walaupun tidak semua difokuskan dalam pemasaran ataupun dalam keuangan. Kemampuan seorang humas dalam hal manajemen isu dan potensi isu yaitu dengan mengidentifikasi bagaimana isu itu menjadi peluang yang menguntungkan untuk kemajuan organisasi. Jadi sebuah organisasi bisa mendapat keuntungan, bisa menghasilkan uang jika seorang humas bisa menjalankan fungsinya, bisa merespon situasi dengan tanggungjawab dan tepat waktu.

The World Public Relation during this is known with the world of painting is closely related with a corporate. Public Relations which usually called humas in

Indonesia indeed played a role to establish a reputation for credibility in public deficits. But more than that, should Public Relations have more strategic function which can provide the role in various fields of knowledge of the other not only to the world of politics for example, but also to the field of study of the other (Veri Setiawan, 2007).

Pernyataan diatas maksudnya adalah dunia humas selama ini yang identik lebih dekat dan berhubungan dengan sebuah perusahaan. *Public Relations* (PR) yang biasa dikenal di Indonesia dengan humas menjalankan sebuah peran untuk meningkatkan reputasi dari menurunnya kepercayaan masyarakat. Tapi lebih dari pada itu seorang humas seharusnya memiliki fungsi strategi lain yang bisa menyediakan peran dalam bidang yang beragam pada pengetahuan yang lainnya contohnya di dunia politik dan mempelajari bidang lainnya.

Menurut George R. Terry dalam konsepnya fungsi manajemen humas mengindik pada fungsi manajemen yaitu sebagai berikut (Afifuddin, 2015):

1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses memilih dan menghubungkan fakta, membuat serta merumuskan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan dimasa yang akan datang. Pada perencanaan harus memperhatikan apa yang akan dikerjakan, kapan akan dikerjakan, bagaimana mengerjakannya, dan siapa yang akan mengerjakannya.

Sebelum merumuskan program sekolah sangat penting untuk memahami dengan jelas pandangan sekolah dimata masyarakat. Prinsip yang relevan dengan hal ini dapat dikatkan dengan prinsip perang, dimana pemahaman yang akurat tentang situasi dan kondisi menjadi kunci untuk mencapai kemenangan. Untuk memahami situasi dengan baik, diperlukan informasi yang mendasarkan dan faktual. Jika mengandalkan pada dugaan, perkiraan atau bahkan angan-angan saja, maka bisa dipastikan bahwa akan

kehilangan arah dan program tadi pun mengalami kegagalan. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perencanaan sebagai tonggak awal dalam suatu program agar program bisa berjalan sesuai tujuan yang diinginkan.

Kegiatan humas yang seharusnya tidaklah berupa perekayasa publik untuk menciptakan suatu citra yang lebih indah dari kenyataannya. Adapun kegiatan humas yang sebenarnya senantiasa menjunjung tinggi kebenaran dan kejujuran. Segala program humas baik yang bersifat jangka panjang maupun jangka pendek harus direncanakan dengan cermat dan hati-hati karena perencanaan yang matang merupakan kunci keberhasilan suatu program.

Berikut ini alasan-alasan diadakannya perencanaan:

- a) Untuk menetapkan target-target operasi yang nantinya akan menjadi tolak ukur hasil yang diperoleh
 - b) Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan biaya yang dibutuhkan
 - c) Untuk memilih prioritas-prioritas yang penting
 - d) Untuk menentukan kesiapan pelaksanaan dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan jumlah dan kualitas.
- 2) Pengorganisasian (*Organaizing*)

Untuk mencapai tujuan hubungan sekolah dengan masyarakat, diperlukan kerja sama antara semua anggota organisasi, proses ini disebut pengorganisasian. “Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya” (Sufyarma, 2003).

Pembagian kerja melibatkan perincian tugas agar setiap individu dalam organisasi bertanggung jawab dan melaksanakan sekumpulan kegiatan. Jadi kedua aspek ini merupakan dasar proses pengorganisasian

suatu lembaga pendidikan untuk mencapai tujuannya yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.

Menurut Ernest Dale yang dikutip oleh A.F. Stoner menguraikan pengorganisasian sebagai suatu proses multi langkah (A.F. Stoner, 1982):

- a) Memperinci seluruh pekerjaan yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan organisasi
- b) Membagi beban kerja kedalam aktivitas-aktivitas yang secara logis dan menyenangkan dapat dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang
- c) Mengkombinasi pekerjaan anggota perusahaan dalam cara yang logis dan efisien
- d) Penetapan mekanisme untuk mengkoordinasi pekerjaan anggota organisasi dalam satu kesatuan yang harmonis
- e) Memonitor aktivitas organisasi dan pengambilan langkah langkah penyesuaian untuk mempertahankan atau mempertahankan efektifitas

Dengan demikian, pengorganisasian humas didefinisikan sebagai suatu pekerjaan pembagi tugas, mendelegasikan otoritas, dan menetapkan aktivitas yang hendak dilakukan oleh manajemen humas. Oleh karena itu, dalam pengorganisasian diperlukan tahapan sebagai berikut:

- a) Mengetahui dengan jelas tujuan yang hendak dicapai.
 - b) Deskripsi pekerjaan yang harus dioperasikan dalam aktivitas tertentu.
 - c) Klasifikasi aktivitas dalam kesatuan yang praktis.
- 3) Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan adalah kegiatan menggerakkan semua personal didorong agar melakukan tugasnya untuk mencapai tujuan organisasi. Pelaksanaan bisa juga disebut penggerakan *actuating*. Penggerakan dimaksudkan sebagai upaya untuk membuat semua anggota kelompok mau

bekerja dan bersedia mengembangkan segenap pikiran dan tenaga mereka untuk melakukan tugas pekerjaannya mewujudkan tujuan organisasi.

Dengan demikian pelaksanaan humas yaitu memberi penerangan kepada masyarakat guna mengubah sikap dan tindakan, usaha-usaha mengintegrasikan sikap dan tindakan dari permasalahan dengan masyarakat.

4) Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian adalah upaya sistematis untuk menetapkan standar kinerja dengan sasaran perencanaan, mendesain umpan balik informasi, membandingkan kinerja aktual dengan standar yang telah ditetapkan, menentukan apakah ada penyimpangan dan mengukur signifikansi penyimpangan tersebut dengan tindakan korektif yang diperlukan untuk memastikan bahwa semua sumber daya lembaga dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien guna mencapai tujuan pengendalian pada humas dimaksudkan menentukan apa yang harus dikerjakan dan apa yang tidak harus mereka kerjakan, dan juga mengukur hasil kerja dan campur tangan apabila hasil yang dicapai kurang memuaskan.

h. Tujuan Manajemen Humas

Ditinjau dari kepentingan sekolah, penyelenggaraan hubungan sekolah dan masyarakat bertujuan untuk (Mulyono, 2008):

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

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

- 1) Memajukan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama dalam bidang mental spiritual.
- 2) Memperoleh bantuan sekolah dalam memecahkan berbagai masalah yang dihadapi oleh masyarakat.
- 3) Menjamin relevansi program sekolah dengan kebutuhan masyarakat.
- 4) Memperoleh kembali anggota-anggota masyarakat yang makin meningkat kemampuannya.

2. Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan

a. Pengertian Hubungan Masyarakat dan Sekolah

Peran serta partisipasi masyarakat dalam mensukseskan pendidikan bahkan telah diatur pemerintah melalui UU. No.20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS), BAB 1 mengenai Ketentuan Umum, Pasal 1, Ayat 16, dijelaskan bahwa: Pendidikan berbasis masyarakat adalah penyelenggaraan pendidikan berdasarkan kekhasan agama, sosial, budaya, aspirasi dan potensi masyarakat sebagai perwujudan pendidikan dari, oleh dan untuk Masyarakat.

Hubungan masyarakat dan sekolah menurut Bernays yang dikutip oleh Nur Aedi mengatakan bahwa hubungan masyarakat dan sekolah adalah (Nur Aedi, 2019):

- 1) *Information given to the public* maksudnya memberikan informasi secara jelas dan lengkap kepada masyarakat.
- 2) *Persuasion directed at the public, to modify attitude and action* maksudnya melakukan persuasi atau pendekatan kepada masyarakat dalam rangka merubah sikap dan tindakan yang perlu mereka lakukan terhadap sekolah.
- 3) *Effort to integrated attitudes and action of institution with it is public and of public with the institution* maksudnya adalah suatu upaya untuk menyatukan sikap dan tindakan yang dilakukan oleh sekolah dengan

sikap dan tindakan yang dilakukan oleh masyarakat secara timbal balik, yaitu dari sekolah ke masyarakat dan dari masyarakat ke sekolah.

Hakikat hubungan masyarakat dengan sekolah yaitu masyarakat menerima informasi yang pengaruhnya dapat mengubah sikap dan tindakan masyarakat terhadap pendidikan, dan masyarakat dapat berperan untuk kemajuan pendidikan.

Menurut Mulyono dalam konteks Islam istilah humas jarang terpakai baik dalam bahasa tulisan maupun lisan (Mulyono, 2008). Namun sebenarnya ada dua kata yang memiliki makna yang sepadan dengan humas yaitu habl yang artinya tali atau hubungan dan silaturahmi yang artinya menyambung persaudaraan.

Dalam kazhanah Islam kerja sama antar individu atau kelompok (lembaga) dapat membentuk ukhuwah Islamiyah sesuai Firman Allah:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلَحُوا بَيْنَ أَخَوِيكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

“Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.” (QS AlHujarat [49]: 10)

Ayat di atas memberikan isyarat kepada kita bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat lebih banyak menekankan pada pemenuhan akan kebutuhan sekolah dan masyarakat yang terkait dengan sekolah. Pengertian di atas memberikan gambaran kepada kita apa sebenarnya hakekat hubungan sekolah dan masyarakat.

Dengan memahami pengertian hubungan sekolah dengan masyarakat di atas, dapat dibuat suatu pengertian sederhana tentang hubungan sekolah dan masyarakat sebagai suatu proses menanamkan dan membina saling pengertian kepada masyarakat dan orang tua siswa tentang visi dan misi sekolah, program kerja sekolah, masalah-masalah yang dihadapi serta berbagai aktivitas sekolah lainnya. Pengertian ini memberikan dasar bagi

sekolah, bahwa sekolah perlu memiliki visi dan misi serta program yang jelas, agar masyarakat memahami apa yang ingin dicapai oleh sekolah dan masalah atau kendala yang dihadapi sekolah dalam mencapai tujuan, melalui berbagai kegiatan yang dilakukan oleh sekolah.

Dengan demikian mereka dapat memikirkan tentang peranan apa yang dapat dilakukan oleh masyarakat atau orang tua dan *stakeholders* lainnya untuk membantu sekolah. Pemahaman masyarakat yang mendalam, jelas dan komprehensif tentang sekolah sebagai lembaga pendidikan merupakan salah satu faktor pendorong lahirnya dukungan dan bantuan mereka terhadap sekolah. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh C.L. Brownell seperti dikutip oleh Suriansyah yang menyatakan bahwa: *“Knowledge of the program is essential to understanding, and understanding is basic to appreciation, appreciation is basic to support”* (Suriansyah, 2011). Oleh karena itu, program sekolah harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat karena memang pelanggan dan pengguna hasil lulusan sekolah adalah masyarakat.

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

1) Kualitas pembelajaran.

Kualitas lulusan sekolah dalam berbagai aspek 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 atau masyarakat.

2) Kualitas hasil belajar siswa.

Kualitas belajar siswa akan tercapai apabila terjadi kebersamaan pandangan dan tindakan antara sekolah, masyarakat dan orang tua. Kebersamaan ini terutama dalam memberikan arahan, bimbingan dan pengawasan pada anak didik dalam belajar.

- 3) Kualitas pertumbuhan dan perkembangan peserta didik serta kualitas masyarakat (orang tua siswa) itu sendiri.

b. Peran Masyarakat terhadap Sekolah

Peran masyarakat terhadap sekolah adalah sebagai berikut (Hasbullah, 2005):

- 1) Masyarakat berperan serta dalam mendirikan dan membiayai sekolah;
- 2) Masyarakat berperan dalam mengawasi pendidikan agar sekolah tetap membantu dan mendukung cita-cita dan kebutuhan masyarakat;
- 3) Masyarakat berpartisipasi dalam penyediaan fasilitas pendidikan seperti gedung- gedung sekolah, perpustakaan, aula dll;
- 4) Masyarakatlah yang menyediakan berbagai sumber untuk sekolah. Sekolah bisa melibatkan masyarakat yang memiliki keahlian khusus seperti petani, pedagang, polisi, dokter dll;
- 5) Masyarakat sebagai sumber pelajaran atau laboratorium tempat belajar. selain buku-buku pelajaran, masyarakat juga memberikan bahan pelajaran yang banyak sekali seperti industri, perumahan, transportasi, perkebunan, pertambangan dan lain-lain.

Dari uraian tersebut terlihat bahwa pada hakekatnya masyarakat mempunyai peran yang cukup besar bagi pendidikan. Realita dilapangan membuktikan bahwa perkembangan dalam masyarakat akan sangat berpengaruh terhadap pendidikan. Semakin maju suatu masyarakat maka pendidikan harus bisa mengarahkan segala cara untuk mengikuti perkembangan masyarakat tersebut kalau tidak mau ketinggalan zaman.

3. Kaitan Humas dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat

Menurut Imanda dan Nuridin mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan satu pihak dalam menerima resiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan dan ekspektasi bahwa pihak lain akan memberikan perlakuan sesuai dengan apa yang diinginkan, meskipun kedua belah pihak tersebut belum mengenal antar satu dengan yang lainnya (AT Putranto, 2022). Pihak sekolah dan masyarakat harus memahami dan memuaskan kebutuhan, keinginan agar harapan masing-masing agar tujuan bisa tercapai. Sedangkan publik atau masyarakat merupakan sekelompok orang yang berhubungan dan berkomunikasi dengan suatu organisasi baik secara internal maupun eksternal. Kepercayaan publik atau masyarakat adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan orang lain atau suatu organisasi untuk dapat memenuhi harapannya sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan sebaliknya pihak yang dipercaya tidak akan merugikan dirinya. Dengan demikian yang menjadi hal penting dalam kepercayaan masyarakat kepada sekolah yaitu:

a. *Want* (keinginan)

Yaitu apa yang sebenarnya masyarakat inginkan dari sekolah, begitupun sebaliknya kedua belah pihak harus saling memahami keinginan masing-masing. Masyarakat khususnya orang tua siswa menginginkan agar anaknya menjadi manusia bermanfaat bagi kehidupannya dan bermanfaat bagi masyarakat secara umum, biaya sekolah yang terjangkau, serta orang tua menginginkan anaknya mendapat pendidikan yang baik di sekolah.

b. *Need* (kebutuhan)

Yaitu apa sebenarnya kebutuhan masyarakat terhadap sekolah. Misalnya masyarakat membutuhkan penyelenggaraan dan pelayanan proses belajar mengajar yang baik, program sekolah yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, sarana dan prasarana yang mendukung untuk proses pembelajaran.

Selain itu masyarakat membutuhkan motivasi agar mereka sadar dan peduli

terhadap pendidikan. Sekolah pun membutuhkan masyarakat dalam berbagai hal, karena tanpa masyarakat sekolah tidak bisa berdiri sendiri dalam penyelenggaraan pendidikan.

c. *Expectation* (harapan akan hasil)

Yaitu harapan masyarakat terhadap pendidikan di sekolah. Dengan pendidikan, anak-anak mereka akan lebih baik kedepannya dibanding mereka. Misalnya orang tua siswa mengharapkan lulusan yang berkualitas sebagai bentuk *output* dan *man power* bagi perkembangan dan pembangunan masyarakat.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa terjadi pola hubungan dua arah dimana pemenuhan keinginan, kebutuhan dan harapan masyarakat, dan sebagai balikan dari pihak masyarakat kepada sekolah yaitu dukungan dan kontribusi mereka terhadap sekolah agar sekolah tetap eksis dan kualitas pendidikannya meningkat.

Tingkat *public trust* atau kepercayaan masyarakat sangat penting dengan menghadirkan segala proses penyelenggaraan pendidikan, prestasi dan keunggulan yang dimiliki sekolah agar diketahui dan dikenal oleh masyarakat. Selain itu, sekolah harus mampu memberikan konsistensinya terhadap informasi atau konten yang dipublikasikan maupun dipromosikan melalui media sosial untuk menjaga kepercayaan masyarakat kepada sekolah.

4. Strategi Humas dalam menjalin Hubungan dengan Masyarakat

Strategi operasional yang dapat digunakan dalam menjalin hubungan masyarakat sebagai berikut (A. W. Widjaja, 1986):

- a Pendekatan koordinatif dan integrative.
- b Pendekatan edukatif dan persuasive.
- c Penyelenggaraan sistem penerangan terpadu.

Pendekatan-pendekatan diatas merupakan langkah profesional yang dapat dilakukan oleh sekolah dalam menjalin hubungan dengan masyarakat, sehingga menumbuhkan kepercayaan masyarakat itu sendiri.

Dalam menggiatkan program kerja yang melibatkan masyarakat serta melakukan pendekatan tersebut agar benar-benar tumbuh kepercayaan masyarakat terhadap sekolah untuk mencapai kesuksesan program humas di sekolah adalah tanggung jawab bersama dan kehendak setiap personil yang telah disertai tugas dalam melaksanakan kewajibannya. Dan yang paling bertanggung jawab atas kegiatan pendidikan adalah pemimpin. Seorang pemimpin harus mampu memotivasi setiap anggota untuk bekerja dengan semangat, sehingga tujuan yang diharapkan terhadap kegiatan tersebut dapat tercapai dengan baik.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah diuraikan sebelumnya mengenai implementasi manajemen humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada manajemen humas di SMKS NU Kota Tasikmalaya berdasarkan indikator manajemen humas yaitu publisitas yaitu dengan bekerja sama dengan Radar Tasik, pemasaran dengan melakukan expo di beberapa SMP dan penyebaran brosur, *public affairs* yaitu dengan berkoordinasi dan bekerjasama dengan dinas-dinas terkait, manajemen isu dengan menganalisis isu, merespon isu dan menciptakan iklim kondusif sekolah, lobi dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat lokal, dan hubungan investor yaitu dengan bekerja sama dengan lebih dari 30 menjalin kemitraan dengan Dunia Usaha dan Dunia Industri. (DUDI). Dilihat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi di lapangan, menunjukkan bahwa manajemen humas di SMKS NU Kota Tasikmalaya secara keseluruhan sudah berjalan dengan baik
2. Tingkat kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya berdasarkan indikator pada keinginan, kebutuhan dan harapan masyarakat. Apa yang menjadi keinginan, kebutuhan dan harapan masyarakat

kepada sekolah, pihak sekolah selalu menyesuaikan agar kedua belah pihak saling memberikan *feedback* positif.

3. Implementasi manajemen humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat lingkungan sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya, menunjukan bahwa pelaksanaan tatakelola humas di SMKS NU Kota Tasikmalaya meskipun belum maksimal akan tetapi sudah berjalan dengan baik sehingga meningkatnya kepercayaan masyarakat lingkungan kepada sekolah.

Referensi

A.F. Stoner, James. 1982 *Managemen*. ed. by Gunawan Hutaauruk. 2nd edition Jakarta: Erlangga.

Afifuddin. 2015. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Djamaludin Malik, Drs. Deddy. 2005. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. 2nd edn. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Fatah, Nanang. 1996. *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Hazbullah. 2017. *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kustini, Henny. 2017. *Communication Skill*. Yogyakarta: CV Budi utama.

Nuraedi. 2019. *Hubungan Masyarakat Sekolah*, 1st edn. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Morissan. 2014. *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. 6th edn. Jakarta: Kencana.

Mulyono. 2008. *Manajemen Administrasi dan Organisasi Pendidika*. Yogyakarta: Ar-Ruzz media.

Pawito, Veri Setiawan. 2017. "Macketing Strategy and Political Public Relation in the Election" dalam Jurnal *International Conference on Islamic Education Ponorogo CIE Volume 1* (hlm. 277-282).

Purwanto, Ngalim. 1995. *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Putranto, AT. 2022. *Loyalitas Pelanggan*, ed. by N Rismawati. 1st edn. Bandung: Widina Bhakti Persada.

Ruslan, Rosady. 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komuikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Sufyarma. 2003. *Kapita Selektta Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sulistyorini. 2009. *Manajemen Pendidikan Islam: Konsep Strategi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Teras.

Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Lingkungan Sekolah di SMKS NU Kota Tasikmalaya
Ema Mayasari

- Sumarno, Wiji. 2006. *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz media.
- Supriatno, Marno dan Trio. 2008. *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Suriansyah. 2011. *Landasan Pendidikan*. Banjarmasin: COMDES.
- Terry, George R. 2006. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Cet 8. Jakarta: Bumi Aksara.
- Usman, Husaini. 2006. *Manajemen Teori Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- UU RI NO.20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS)
- Widjadja, A.W. 1986. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bina Aksara.