

## **PUBLIC RELATIONS SEBAGAI TAKTIK POLITIK KEPEMIMPINAN DI DUNIA PENDIDIKAN**

Zumrotin Firdaus, Utama  
Universitas Muhammadiyah Surakarta  
immawatimefirda@gmail.com, sutama@ums.ac.id

### **ABSTRAK**

Dalam menjalin hubungan baik dengan banyak individu, praktisi *public relations* membutuhkan sebuah strategi yang tepat dan efektif untuk diaplikasikan. Strategi dalam membangun hubungan dengan masyarakat dan instansi adalah suatu rencana yang cermat dalam rangka pembangunan koalisi baik itu internal maupun eksternal. Pembangunan koalisi yang dimaksud adalah proses penyatuan individu-individu demi mewujudkan tujuan bersama. Para guru yang sudah terbiasa efektif dalam mengorganisir koalisi internal sering kali merupakan para pemain kekuasaan politik di sebuah lembaga pendidikan, baik itu pendidikan dasar, hingga pendidikan tinggi. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan *literature review*. Studi literatur ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana peran dari *public relations* sebagai taktik politik pada dunia pendidikan. Dari hasil kajian literatur yang telah dilakukan, maka didapatkan informasi bahwa hubungan antara koalisi dengan *public relations* adalah fungsi khusus manajemen yang berfokus pada upaya pengembangan hubungan melalui kegiatan komunikasi, membangun pengertian, penerimaan dan kerjasama yang baik antara organisasi dengan publiknya, termasuk pengelolaan isu dan informasi. Kepala sekolah merupakan salah satu komponen pendidikan yang paling berperan dalam kemampuan *public relation* yang mumpuni dan dibantu oleh tim humas sekolah yang nantinya dapat menjadi sarana penghubung antara masyarakat laus dan sekolah.

**Katakunci:** *public relations*, koalisi, taktik politik

### **ABSTRACT**

In establishing good relationships with many individuals, public relations practitioners need an appropriate and effective strategy to be applied. The strategy for building relationships with the community and agencies is a careful plan for coalition building, both internal and external. Coalition building is the process of uniting individuals to achieve common goals. Teachers who are accustomed to being effective in organizing internal coalitions are often players of political power in an educational institution, be it basic education to higher education. The approach used in this study is to use a literature review approach. This literature study aims to determine the role of public relations as a political tactic in education. From the results of the literature review that has been carried out, it is found that the relationship between the coalition and public relations is a special management function that focuses on developing relationships through communication activities, building understanding, acceptance and good cooperation between the organization and the public, including managing issues and information. . The principal is one of the components of education that plays the most important role in qualified public relations skills and is assisted by the school's public relations team which can later become a means of connecting the Laus community and the school.

**Keywords:** *public relations*, coalitions, political tactics

### **PENDAHULUAN**

Kekuasaan (*power*) merupakan bangunan dasar dari ilmu politik, ada

pula yang berpendapat bahwa kekuasaan adalah hakikat dari ilmu politik itu sendiri, pada umumnya

dikonotasikan sebagai hal yang kurang positif, hanya beberapa orang saja yang memandangnya secara positif (*positive thinking*). Konflik politik yang bersumber dari perebutan kekuasaan (*struggle of power*) menjadi istilah yang kurang sopan. Gerakan kearah politik atau depolitisasi seperti ini juga membuat kekuasaan menjadi negatif yang selalu perlu dihindari. Pikiran negatif di atas sebenarnya bersandar pada pendapat Action tahun 1955 yang sangat populer yaitu bahwa kekuasaan cenderung korup dan kekuasaan absolut cenderung korup secara mutlak (Isjwara, 1982).

Kepemimpinan selalu dibutuhkan sebagai aktivitas untuk memengaruhi, menggerakkan dan mengarahkan tindakan individu atau kelompok untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan. Tanpa kepemimpinan hubungan perseorangan dengan tujuan organisasi akan menjadi lemah. Kepemimpinan memiliki kedudukan yang sangat penting dan menjadi penentu gerakan dalam organisasi. Kepemimpinan merupakan suatu hal esensial dan tidak dapat dipisahkan dari pendidikan secara menyeluruh.

Opini publik sberkaitan dengan tugas *public relations* dalam bentuk kegiatan komunikasi yang diarahkan untuk lebih banyak menciptakan peluang munculnya opini publik yang positif lebih banyak daripada yang negative. Pengelolaan pendidikan menengah agar mempunyai reputasi

yang baik sangat memerlukan kontribusi *public relations*. Keberadaannya tidak hanya menstimulasi munculnya opini publik yang positif tetapi juga mengantisipasi munculnya *trend* sikap negatif *stakeholder* terhadap pendidikan menengah (Maria, 2002).

Catatan buruk pendidikan Indonesia tersebut bila tidak dikelola dengan baik akan berdampak pada rendahnya kepercayaan publik. Peristiwa selain kekerasan terhadap siswa, sistem seleksi penerimaan siswa baru yang dipandang tidak adil dan sarat korupsi kolusi dan nepotisme menjadi catatan reputasi tersendiri. Asumsi yang kemudian muncul adalah tidak menggunakan kegiatan *public relations* pun sekolah tetap dibanjiri oleh pendaftar, sekolah bercitra tidak positif asalkan negeri juga menjadi jujukan dan rebutan orang tua siswa. Banyak sekolah yang dikelola oleh pemerintah memiliki sikap seperti ini. Hal tersebut berkonsekuensi pada tidak dipandang pentingnya *public relations* sebagai bagian dari koalisi dominan manajemen pendidikan sekoah, untuk mengembangkan reputasi sekolah yang baik.

Kepala sekolah tidak hanya mengelola sekolah dalam makna statis, melainkan menggerakkan semua potensi yang berhubungan langsung atau tidak langsung bagi kepentingan proses pembelajaran siswa. Peran kepala sekolah dalam hal ini yaitu menciptakan kondisi

pembelajaran yang efektif dan efisien akan berdampak pada mutu prestasi dan masa depan peserta didik. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan beberapa tenaga pendidik dan kependidikan, didapatkan informasi bahwa model *public relations* sebagai taktik politik kepemimpinan di dunia pendidikan perlu dibahas lebih lanjut dan dievaluasi.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran dari *public relations* sebagai taktik politik pada dunia pendidikan. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pengembangan mutu pendidikan dan kualitas manajemen sekolah.

#### **METODE PENELITIAN**

Peneliti menggunakan pendekatan *literature review* pada penelitian ini. Dalam melakukan pengumpulan data, penulis mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan taktik politik dan *public relations* melalui data-data pendukung yang bersumber dari jurnal penelitian baik nasional maupun internasional, buku-buku penunjang, surat kabar, dan majalah.

*Literature review* memiliki beberapa tujuan yaitu menginformasikan kepada pembaca hasil-hasil penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian kala itu, literature yang ada kemudian dihubungkan dengan penelitian, dan

melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya. *Literature review* berisi deskripsi, ringkasan, dan pemikiran penulis dengan sudut pandang yang berbeda tentang beberapa sumber pustaka (informasi dari internet, artikel, buku, slide, data gambar dan grafik) tentang topik yang dibahas. Studi literatur ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh dan peran dari *public relations* terhadap salah satu dari taktik politik (Creswell, J, 2010)

#### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

##### **1. Public Relations (Definisi dan Strategi)**

*Public Relations* memiliki definisi seni dan ilmu pengetahuan sosial yang digunakan untuk menganalisis suatu kecenderungan, memprediksi beberapa konsekuensi, menasihati berbagai pemimpin organisasi, dan melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan pelayanan, baik untuk kepentingan organisasi maupun kepentingan masyarakat umum (Ruslan, 2007)

Perkembangan *Public Relations* di Indonesia menunjukkan tren yang positif, oleh beberapa instansi PR sudah dianggap menjadi bagian penting dalam organisasi yang dilibatkan dalam setiap pengambilan keputusan. Praktek *public*

*relations* di sekolah Indonesia hanya lebih menekankan pada pekerjaan promosi, jualan sekolah dan menjangkau murid. Hal ini bertolak belakang dari konsep *public relations* yang lebih menekankan pada sikap berkomunikasi yang baik.

*Public relations* merupakan suatu usaha yang diupayakan secara berkelanjutan untuk membangun rasa saling memahami antara organisasi dengan publiknya (Iriantara, 2013). Senada dengan hal tersebut di atas, adanya gagasan yang lebih jelas tentang *Public relations* adalah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan organisasi, membantu mendefinisikan filosofi, serta memfasilitasi perubahan organisasi (Dan Lattimore, 2010).

Definisi lain dinyatakan oleh teoris dan pengarang buku. Menurut Cutlip, Center, dan Broom menyatakan *Public relations* adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, mendirikan dan mempertahankan hubungan yang bermanfaat antara organisasi dan bermacam-macam publik yang memiliki ketergantungan dalam mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan (Cutlip, S., Center, A., & Broom, 2000).

Fungsi *Public relations*, sementara menurut pakar Humas

Internasional, Cutlip & Centre, and Canfield fungsi *Public relations* adalah: 1.) Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi). 2.) Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran. 3.) Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya. 4.) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama. 5.) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.

#### **Definisi Strategi *Public Relations***

*Public relations* merupakan kegunaan dari manajemen tertentu yang membantu membangun dan menjaga wilayah komunikasi, pemahaman yang disepakati bersama, antara organisasi dan partnernya. *Public relations* mengikutsertakan manajemen problem atau

manajemen isu. *Public relations* membantu manajemen agar tetap merespon dan mendapat informasi terbaru mengenai opini publik. *Public relations* memiliki artian menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik. *Public relations* membantu manajemen tetap menaati perubahan dan memanfaatkan perubahan secara efektif, dan *Public relations* dalam hal ini adalah sebagai sistem peringatan awal untuk mengantisipasi arah perubahan. (Cutlip, S., Center, A., & Broom, 2000).

Seorang pakar hubungan masyarakat dalam naskah workshop berjudul *Public relations Strategy* pada tahun 1990 mengemukakan pendapat mengenai workshop strategi merupakan bagian terpadu dari suatu perencanaan, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan merupakan fungsi dasar dari suatu proses manajemen strategi (Ruslan, 2007). Sementara Ahmad S. Adnanputra mengemukakan pendapat bahwa alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan relasi publik dalam suatu kerangka perencanaan adalah *Public relations* (Muslimin, 2004). Ada pula yang berpendapat bahwa *Public relations* merupakan keseluruhan bentuk komunikasi

yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua rekannya dalam rangka mewujudkan berbagai tujuan organisasi yang berdasarkan pada rasa saling pengertian (Jefkins, 2003).

### **Strategi *Public Relations* dalam Menjalin Relasi dengan Media**

Dalam menjalin relasi dengan media, praktisi *public relations* membutuhkan sebuah strategi yang tepat dan efektif. Strategi dalam membangun hubungan dengan media adalah satu rencana yang cermat dalam membangun hubungan dengan media dalam rangka menciptakan hubungan yang baik dengan media massa.

Salah satu peran *public relations* yang mengatakan bahwa salah satu peran dari seorang *public relations* adalah dengan menjadi communication facilitator, yaitu menjadi jembatan antara publik perusahaan dengan organisasi perusahaan (Cutlip, S., Center, A., & Broom, 2000). *Public relations* adalah fungsi manajemen yang menitikberatkan pada agenda interaksi komunikasi demi membangun persepsi dan strategi pengembangan hubungan yang harmonis antara instansi dengan *stakeholder* internal dan eksternal

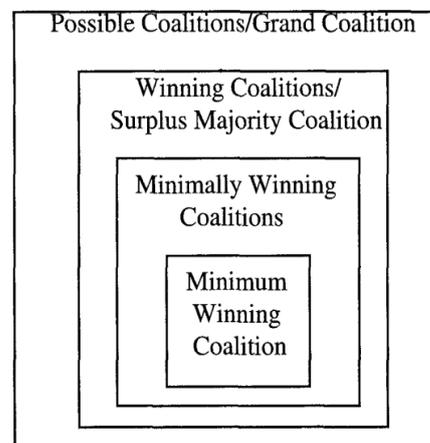
(Wilcox, 2003), termasuk dengan media masa.

## 2. Pembangunan Koalisi

Selama ini para pengamat memetakan koalisi dalam berbagai model yang dikaitkan dengan tujuan berkoalisi dan sistem politik yang ada. Tujuan koalisi menjadi pijakan yang akan menentukan bentuk maupun cakupan koalisi. Begitu juga sistem politik demokrasi yang dijalankan akan memengaruhi model koalisi yang dibentuknya. Secara garis besar koalisi dapat dipetakan dalam dua tipe Pertama koalisi yang dilatarbelakangi oleh kepentingan untuk meraih kemenangan di parlemen. Kemenangan ini menjadi penting karena politik lebih dimaknai sebagai kuantitas suara di parlemen yang akan menentukan kelangsungan pemerintahan eksekutif Koalisi ini sering disebut *minimum winning coalition*. Kedua koalisi yang didasarkan pada kesamaan ideology.

Dari dua tipe koalisi tersebut terdapat varian varian yang merupakan penjabaran lebih jauh dari substansi yang melatarbelakangi terjadinya koalisi. *Minimally winning coalitions* yaitu koalisi apapun yang berubah dari mayoritas ke koalisi minoritas karena pembelotan salah satu anggota Dan koalisi ini bisa bubar bila salah

satu anggotanya mengundurkan diri. Selain itu ada *winning coalitions* yaitu koalisi yang bisa memperjuangkan inisiatif mitra koalisinya dan bisa memblokir atau menveto inisiatif saingannya. Ada juga *possible coalitions* yaitu koalisi besar oleh beberapa partai koalisi pemenang. Secara lebih gamblang Terrence E Cook mengilustrasikan kisaran wilayah keempat tipe koalisi tersebut sebagai berikut :



Gambar 1. Cakupan Koalisi  
Sumber : (E, 2002)

Dalam bahasa yang berbeda Munroe Eagles menempatkan *winning coalition* sebagai *surplus majority coalition* dan *possible coalition* sebagaimana Arend Lijphart menyebutnya sebagai *grand coalition*. Kedua tipe ini menunjukkan adanya perbedaan pada ranah cakupan koalisi yang dibangun oleh partai politik. Selain cakupan jumlah koalisi Eagles dan kawan-kawannya menambahkan koalisi yang

didasarkan pada kesamaan ideologi sebagai bagian penting dalam pembentukan koalisi. Koalisi berdasarkan kesamaan ideologi dapat mengikat erat kerja sama di antara partai koalisi. Sebaliknya kerenggangan ideologi dapat memperlonggar ikatan atau kontrak politik di antara partai koalisi. Koalisi yang didasarkan pada kesamaan ideologi yang oleh Eagles disebut sebagai *minimum connected winning coalition* menjadi penting di tengah kecenderungan pragmatisme partai politik.

### 3. Taktik Politik Pendidikan

Hakikat politik sebenarnya adalah kekuasaan (*power*) itu sendiri, Ketika kita berbicara tentang ilmu politik, yang kita maksud adalah ilmu kekuasaan, demikian pendapat Laswel yang dikemukakan oleh (Isjwara, 1982), kemudian Isjwara juga mengemukakan pendapat Roucek tentang masalah utama politik adalah masalah distribusi dan kontrol kekuasaan. Politik adalah pencarian kekuasaan dan hubungan politik adalah hubungan kekuasaan, aktual atau potensial, jadi kekuasaan (*power*) dalam politik adalah pusat kajian dan bahkan Laswel mengatakan ilmu politik adalah ilmu tentang kekuasaan.

Pada umumnya definisi kekuasaan sebagaimana A memiliki kuasa atas B, selama A bisa memberdayakan B untuk melakukan hal yang B sendiri tidak ingin melakukannya (Mintzberg, 1983). Disini kekuasaan memiliki makna menuntut orang lain harus mengikuti permintaan penguasa tersebut. Gambaran yang telah ada dalam pikiran masyarakat tentang suatu instansi, citra merupakan perspsi masyarakat mengenai instansi yang mengangkut pelayanan dan servisnya, kualitas dari luaran, kebiasaan instansi, atau perilaku banyak individu yang berbeda lainnya (Kriyantono, 2006).

Wacana politik pendidikan dalam perkembangan demokrasi di Indonesia telah mempengaruhi kemajuan sistem pendidikannya. Hal ini telah berproses dari setiap periode pemerintahan di Indonesia yang terus berusaha berbenah diri untuk menjadi lebih baik. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kebijakan politik pendidikan tersebut bergantung pada kebijakan pemerintah yang sedang menjalankan pemerintahannya. Tidak heran, jika ditemukan kebijakan politik pendidikan yang berbeda-beda berdasarkan sudut pandang yang berbeda beserta capaian yang berbeda dari setiap kebijakan yang telah dihasilkan. Guna memaparkan wacana politik

pendidikan dalam perkembangan demokrasi di Indonesia, maka secara umum akan disajikan konseptual dari politik pendidikan, wacana politik pendidikan dalam perkembangan demokrasi di Indonesia, dan wacana perkembangan demokrasi di Indonesia terhadap penempatan pendidikan.

#### **4. Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Pembelajaran**

Kepemimpinan sering diartikan sebagai ilmu, kiat dan profesi. Dipandang sebagai profesi karena kepemimpinan dilandasi oleh keahlian khusus untuk mencapai suatu prestasi pemimpin, dan para profesional dituntut oleh suatu kode etik (Fattah, 2004). Ada beberapa gaya kepemimpinan menurut berbagai teori kepemimpinan. Disamping itu ada tipe pemimpin lain yang mempengaruhi pengikut-pengikut untuk mengatasi kepentingan diri mereka demi kebaikan organisasi dan mampu menimbulkan efek yang mendalam terhadap pengikut-pengikutnya. Pemimpin tersebut adalah kepemimpinan transformasional. Pemimpin yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepala sekolah. Kepala sekolah bertanggungjawab untuk menjalankan roda organisasi sekolahnya.

Fungsi kepala sekolah selain sebagai manajer, juga sebagai

empat pemikir dan pengembang. Tugasnya dalam kerangka ini adalah memikirkan kemajuan sekolah. Kepala sekolah dituntut untuk profesional dan menguasai secara baik pekerjaannya melebihi rata-rata personil lain di sekolah, serta memiliki komitmen moral yang tinggi atas pekerjaannya sesuai dengan kode etik profesinya. Kepala sekolah tidak hanya mengelola sekolah dalam makna statis, melainkan menggerakkan semua potensi yang berhubungan langsung atau tidak langsung bagi kepentingan proses pembelajaran siswa. Kegagalan kepala sekolah dalam mengampu pengkondisian pembelajaran yang efektif dan efisien akan berdampak pada mutu prestasi dan masa depan peserta didik.

Ellis dalam penelitiannya di tempat lain, menemukan bahwa sekolah jarang sekali efektif, kalau kepala sekolahnya bukan merupakan seorang pemimpin intruksional yang cakap. Pesan yang kiranya dibawa oleh Williams tentang sekolah yang efektif ialah sekolah yang membuat perbedaan dalam keberhasilan pendidikan semua anak (Moedjiarto, 2002). Kepala sekolah merupakan salah satu komponen pendidikan yang paling berperan dalam meningkatkan kualitas pendidikan. Seperti diungkapkan Supriadi, erat

hubungannya antara mutu kepala sekolah dengan berbagai aspek kehidupan sekolah seperti disiplin sekolah, dan menurunnya perilaku nakal peserta didik (Mulyasa, 2004).

##### 5. Penggunaan Kekuasaan Koneksi

Administrator (kepala sekolah) sering mempertimbangkan tindakannya sebagai pemegang fungsi legitimasi dan tanggung jawab institusi dalam mengelola basis kekuasaan birokrasi yang meliputi kekuasaan paksaan dan koneksi. Implikasi penggunaan kekuasaan koneksi yang terbukti rendah ini adalah bahwa kepala sekolah harus mengurangi perilaku-perilaku kekuasaan koneksi berikut; (1) menggunakan simbol atau status orang lain yang lebih tinggi untuk menimbulkan kepatuhan dan ancaman atau menakut-nakuti guru, (2) membentuk persepsi tentang hukuman dari koneksi yang lebih berwenang dari organisasi. Kedua perilaku ini terbukti tidak diperlukan dan tidak diakui oleh guru, bila dilakukan oleh kepala sekolah (Mathews, 1983).

##### 6. Hubungan *Public Relation* dengan Pembangunan Koalisi

Pembangunan koalisi adalah proses penyatuan individu-individu demi mewujudkan tujuan bersama. Para guru sering kali

menggabungkan kekuatan demi menentang sebuah usulan kebijakan, melawan usulan perubahan, atau merintis perubahan. Perubahan kurikulum sering kali sukses yang bergantung pada koalisi guru manakah yang mendukung atau menentangnya. Dibandingkan dengan kelompok, individu saja sesungguhnya jauh kurang efektif dalam memengaruhi. Sedangkan kelompok-kelompok yang relatif tidak berdaya menjadi lebih kuat apabila mereka bisa bertindak bersama-sama dalam koalisi. Para guru yang efektif dalam mengorganisir koalisi internal sering kali merupakan para pemain kekuasaan politik di sebuah sekolah.

Hubungan Antara koalisi dengan *public relations* adalah fungsi khusus manajemen yang berfokus pada upaya untuk mengembangkan hubungan melalui kegiatan komunikasi untuk membangun pengertian, penerimaan dan kerjasama yang baik antara organisasi dengan publiknya, termasuk di dalamnya adalah pengelolaan isu dan informasi, membantu organisasi merespon dan mengelola opini publik, menjawab keinginan publik, membantu mengantisipasi trend perubahan sikap melalui pemanfaatan teknologi dan komunikasi yang baik.

## 7. Bagian Humas sebagai Perwujudan *Public Relations* di Sekolah

Laporan fungsi dan kegiatan humas tersebut di atas menunjukkan bahwa humas sudah dioptimalkan di tingkat sekolah menengah. Persoalannya bila dicermati humas pada sekolah belum memaksimalkan fungsi strategik yang baik dalam mendukung pembangunan reputasi sekolah yang baik karena masih berfokus lebih banyak pada teknikal skill daripada managerial skill. Grunig, James E dan Todd Hunt dalam (Prayudi, 2008) Keahlian Teknis menekankan Praktisi Public Relations memiliki keahlian di bidang komunikasi dan jurnalistik. Keahlian menagerial mendeskripsikan bahwa *public relations* secara sistematis merencanakan dan mengatur program *public relations* sebuah organisasi, memberi masukan pada manajemen dan membuat kebijaksanaan komunikasi. Berangkat dari fenomena tersebut di atas bayak sekali tugas dan fungsi humas yang belum dilaksanakan dengan baik di sekolah menengah atas. Opini publik berkaitan dengan tugas *public relations* dalam bentuk kegiatan komunikasi yang diarahkan untuk lebih banyak menciptakan peluang munculnya opini publik yang positif lebih

banyak daripada yang negative (Maria, 2002).

Humas praktis lebih banyak melakukan kegiatan di tataran fungsi yang paling dasar seperti membuat pengumuman dan menyampaikan informasi, tetapi luput menggarap level dan fungsi yang lebih strategis., Tujuan *public relations* di sekolah difokuskan pada upaya membangun nilai atau kesan yang baik di kalangan orang tua murid, partner dan publik lainnya dengan fungsi spesifik yaitu menerima masukan masyarakat, mengantisipasi masalah image, mengelola kegiatan publikasi di tingkat lokal melalui newspaper, website dan lokal newsletter, melakukan kegiatan media relations seperti penulisan news release dan peliputan media lokal, melakukan kegiatan perencanaan humas yang meliputi menentukan tujuan, penyusunan materi informasi, menyusun bujet, menentukan isu kampanye, menyusun *tools communication* untuk semua kelompok stakeholder dan crisis *communication plan*, riset, poling, program penghargaan untuk murid, training staf humas (Carlsmith, 2001).

## 8. Hasil Penelitian Terdahulu Mengenai *Public Relations*

Pada hasil penelitian yang telah dilakukan, hal yang berkaitan dengan reputasi sekolah

telah sesuai dengan visi sekolah. Walaupun terdapat dinamika yang mempengaruhi keadaan sekolah. Namun fluktuasi tersebut tidak berlangsung lama karena adanya kepercayaan dan kebanggaan *stakeholders* terhadap SMA Negeri 1 Surakarta. Hal tersebut membuktikan bahwa sekolah berada pada tingkat yang memuaskan. Namun terdapat saran untuk perihal sarana dan prasarana. Pihak sekolah yang diwakili oleh wakil kepala sekolah bagian humas menyikapi saran dan kritik melalui peningkatan prestasi sekolah dengan pembinaan intensif serta meningkatkan sarana prasarana sesuai prioritas. Hambatan yang tidak berkaitan dengan sarana prasarana dari intern dan ekstern disikapi dengan bijak sesuai dengan peraturan yang berlaku (Kurnia, 2013).

Pada hasil penelitian kedua menunjukkan bahwa: Pertama, perencanaan mengenai hubungan masyarakat dalam usaha meningkatkan citra sekolah di SMP Al Hikmah Surabaya melibatkan semua tenaga pendidik dan kependidikan sekolah dengan mengagendakan semua kegiatan humas serta perencanaan yang baik dan rinci melalui rapat program tahunan. Kedua, pelaksanaan hubungan masyarakat di SMP Al Hikmah Surabaya dilaksanakan sesuai

perencanaan dimana tugas humas menginformasikan segala kegiatan di sekolah untuk dapat diketahui masyarakat. Ketiga, evaluasi hubungan masyarakat di SMP Al Hikmah Surabaya dilakukan sesuai standart pelayanan sekolah, evaluasi dilaksanakan oleh pihak eksternal dan pihak internal sekolah. Keempat, upaya yang dilaksanakan dalam peningkatan hubungan masyarakat di SMP Al Hikmah Surabaya dengan peningkatan kualitas penyampian informasi pada masyarakat, memperbaharui informasi melalui sarana informasi yang dimiliki sekolah seperti majalah sekolah, website sekolah maupun media informasi atau sarana informasi lain (Harini, 2014).

Dari hasil penelitian tersebut dapat ditarik suatu benang merah mengenai pentingnya *public relations* sebagai wacana politik pendidikan dalam mempengaruhi kemajuan sistem pendidikan di Indonesia. Hal ini merupakan proses dari setiap periode pemerintahan di Indonesia yang terus berusaha memperbaiki dan mengevaluasi sistem pendidikan untuk menjadi lebih baik. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kebijakan politik pendidikan tersebut bergantung pada kebijakan pemerintah yang sedang menjalankan pemerintahannya.

## SIMPULAN

*Public Relations* mempunyai peran yang sangat penting bagi pengembangan kelembagaan pemerintah maupun swasta salah satunya adalah institusi pendidikan. Penelitian tentang model *public relations* digunakan untuk pembangunan reputasi sekolah rujukan berpotensi dan berprestasi. Rekomendasi yang dapat diberikan untuk mengatasi persoalan tersebut adalah perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi reputasi sekolah dalam perspektif teori Sistem dan *Stakeholder Theory*, sehingga *public relations* mampu mengetahui tentang seberapa penting keberadaan organisasi dibutuhkan oleh publik dan persepsi publik terhadap performa organisasi sekolah, sehingga mampu didesain model *public relations* yang paling efektif.

Koalisi berdasarkan kesamaan ideologi dapat mengikat erat kerja sama di antara partai koalisi. Sebaliknya kerenggangan ideologi dapat memperlonggar ikatan atau kontrak politik di antarkoalisi. Dibandingkan dengan kelompok, individu saja sesungguhnya jauh kurang efektif dalam memengaruhi. Sedangkan kelompok-kelompok yang relatif tidak berdaya menjadi lebih kuat apabila mereka bisa bertindak bersama-sama dalam koalisi. Para guru yang efektif dalam mengorganisir koalisi internal sering

kali merupakan para pemain kekuasaan politik di sebuah sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Carlsmith, L. (2001). *The Power Public Relations in School*. Northwest Regional Educational Laboratory.
- Creswell, J, W. (2010). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, 3th* (Terjemahan). Putaka Pelajar.
- Cutlip, S., Center, A., & Broom, G. (2000). *Effective Public Relations* (8th ed). Prentice Hall, Inc.
- Dan Lattimore, Otis Baskin, Suzette T. Heiman, E. L. T. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*. Mac Graww-Hill Education Salemba Humanika.
- E, T. (2002). *Cook Nested Political Coalition Nation Regime Program Cabinet*. Greenwood Publishing Group Inc.
- Fattah. (2004). *Landasan manajemen pendidikan*. Remaja Rosada Karya.
- Harini, ira Nur. 2014. *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus Di Smp Al Hikmah Surabaya)*. Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan UNESA
- Iriantara, Y. (2013). *Manajemen Humas Sekolah*. Simbiosis Rekatama Media.
- Isjwara, F. J. (1982). *Pengantar Ilmu Politik*. Bina Cipta.

- Jefkins, F. (2003). *Public Relations* (D. Yadin (ed.); Edisi ke-5). Kencana.
- Kriyantono, R. (2006). *Public Relations Writing : Media PR Membangun Citra Korporat*. Kencana.
- Kurnia, Indhira Hari, dkk. 2013. *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)*. Jurnal Pendidikan Ekonomi FKIP UNS
- Maria, A. R. (2002). *Dasar Dasar Public Relations Teori dan Praktek*. Grasindo.
- Mathews, J. B. (1983). *The Effective use of management consultans in higher education*. National Center for Higher Educational Management System, Inc.
- Mintzberg, H. (1983). *Power in and around organizations*. Prentice Hall, Inc.
- Moedjiarto. (2002). *Sekolah unggul, metodologi untuk meningkatkan Mutu Pendidikan*. Duta Graha Pustaka.
- Mulyasa, E. (2004). *Kurikulum Berbasis Kompetensi: Konsep, Karakteristik, dan Implementasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muslimin. (2004). *Hubungan Masyarakat dan Kepribadian*. UMM Press.
- Prayudi. (2008). *Manajemen Isu Pendekatan Public Relations*. Pustaka Adipura.
- Ruslan, R. (2007). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep Dan Aplikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Wilcox, L. D. (2003). *Public Relations Strategies and Tactic*. Pearson Education.