

Peran Manajemen Kemasyarakatan Dalam Usaha Pengembangan Madrasah Ibtidaiyah Swasta

Hanif Hanani^{1*}, Giyoto²⁾, Yusuf Rohmadi³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Negeri Surakarta

*Email korespondensi: hanifhanani01@gmail.com

Abstract

The role of madrasahs as models of Islamic education today is growing quite rapidly. It has even become an alternative institution for some Muslim families in educating their children. This is because madrasahs are considered to provide two dimensions of Muslim scientific life between worldly and hereafter needs. Community participation in education development is an important issue in the National Education System Law no. 20 of 2003, a policy that involved the community in education programs and the birth of a school-based management (SBM) offer that gave relatively broad autonomy to schools and communities. In Chapter III article 8 it is stated that "the community has the right to participate in the planning, implementation, monitoring and evaluation of educational programs". This indicates that the existence and participation of the community is increasingly recognized and needed in the development and development of education, especially Islamic education. This research method is a qualitative method with a phenomenological approach. The research results of the current school Public Relations Program are very important, related to changes in the social, political, legal, and economic framework of the community. Management of competency development in educators is part of a human resource development strategy which is a basic need in an organization, both formal and non-formal. . This is an investment for the organization in this case the madrasa, which will have implications for the development of a nation's human resources. In Increasing Public Interest In Islamic Educational Institutions. The results of the study: the function of public relations in educational institutions is to grow and develop harmonious relationships through communication using media between schools and the community, both internally (lecturers / teachers, employees, students / students) and externally (parents, communities, and institutions).

Keywords : *Manajemen, Pubic Relationship, Madrasah Tsanawiyah, Educator Competence.*

Saran sitasi: Hanani, H., Giyoto., & Rohmadi, Y. (2021). Peran Manajemen Kemasyarakatan Dalam Usaha Pengembangan Madrasah Ibtidaiyah Swasta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02), 725-733. doi:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2525>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2525>

1. PENDAHULUAN

Madrasah adalah sebagai wadah untuk menggembelng mental, moral dan spiritual generasi muda dan anak-anak untuk dipersiapkan menjadi manusia yang berguna bagi agama, nusa dan bangsa. Adapun secara substansial dapat dikatakan bahwa didirikannya madrasah tersebut merupakan panggilan jiwa spiritual seorang kyai, tokoh-tokoh masyarakat, ustadz, guru yang tidak semata-mata didasari oleh motif materiil, tetapi sebagai pengabdian kepada Allah (Solahudin, 2018: 2).

Perkembangan madrasah seperti yang dikemukakan oleh Steenbrink yang mengemukakan bahwa pada tahun-tahun pertama sesudah 1945,

Departemen Agama mengambil keputusan untuk menyesuaikan diri dengan sistem pendidikan Barat dengan melakukan propaganda untuk memasukkan mata pelajaran umum di madrasah. Tujuan utamanya adalah untuk menghapuskan perbedaan antara sistem sekolah dan madrasah. Para alumni madrasah modern diharapkan memiliki pengetahuan agama dan sekaligus keterampilan umum sehingga mudah mendapatkan pekerjaan (Steenbrink, 1984: 28). Madrasah sebagai lembaga pendidikan Islam berfungsi menghubungkan sistem lama dengan sistem baru dengan jalan mempertahankan nilai-nilai lama yang masih baik yang dapat dipertahankan dan mengambil sesuatu yang baru dalam ilmu teknologi

dan ekonomi bermanfaat bagi kehidupan umat Islam (Maksum, 1999: 82).

Peran madrasah sebagai model pendidikan Islam dewasa ini berkembang dengan cukup pesat. Bahkan menjadi lembaga alternatif bagi sebagian keluarga muslim dalam mendidik putera-puterinya. Hal ini karena madrasah dianggap memberikan dua dimensi kehidupan keilmuan muslim antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi (Junaedi, 2014). Artinya madrasah memiliki peran ganda selain menyiapkan anak didik menguasai pengetahuan yang berguna bagi kehidupan masa depannya juga memiliki tanggung jawab sebagai wadah pembentukan karakter religius anak dalam mengarungi kehidupan sosial dan akheratnya kelak. Fungsi dan tugasnya adalah merealisasikan cita-cita umat islam yang menginginkan anak mereka dididik menjadi manusia beriman dan berilmu pengetahuan. Untuk meraih kehidupan sejahtera duniawi dan kebahagiaan hidup di akhirat (Rochmawati, 2012). Dapat dinyatakan bahwa madrasah merupakan lembaga pendidikan Islam yang mengemban tugas merealisasikan cita-cita umat Islam yang menginginkan anak mereka dididik menjadi manusia beriman dan berilmu pengetahuan.

Madrasah swasta pada umumnya banyak didirikan oleh masyarakat dengan modal semangat keagamaan yang tinggi dengan maksud agar dapat memberikan bekal kepada generasi muslim dengan pengetahuan umum dan agama yang mencukupi (Pratama, 2019). Motivasi utama pendirian madrasah adalah untuk melaksanakan dakwah Islam. Sayangnya, motivasi ini tanpa disertai dengan persiapan yang matang baik dari segi tenaga pengajar maupun sarana dan prasarananya. Pada prinsipnya yang penting madrasah berdiri dan mendapat pahala dari Allah SWT.

Umumnya madrasah didirikan di desa-desa yang kadang-kadang tidak terjangkau oleh program pendidikan pemerintah. Lokasi madrasah umumnya berada di daerah pinggiran kumuh dengan fasilitas seadanya. Guru-gurunya tidak kualifaid dan kurang kesejahteraannya. Manajemennya juga sangat sederhana, semua aspek yang ada pada madrasah swasta semuanya lemah. Kekuatannya cuma pada niat baik para pendirinya dalam rangka ikut mendidik anak-anak miskin (Ismail, 2010). Kebanyakan madrasah swasta yang kebanyakan didirikan di desa-desa keadaan gedungnya cukup memprihatinkan, jumlah meja-kursi kurang memadai, sarana dan prasarana pendidikan yang tidak lengkap,

perpustakaan seadanya, dan lain sebagainya. Oleh karena itu pengembangan terhadap madrasah swasta adalah sesuatu yang mendesak. Peran ganda madrasah yang tidak hanya memberi bekal agama yang memadai saja, tetapi juga harus mampu memberikan ilmu pengetahuan yang sesuai. Ini menjadi poin penting dari pengembangan pendidikan madrasah.

Gibson mendefinisikan pengembangan adalah proses yang berusaha meningkatkan efektifitas dengan mengintegrasikan keinginan individu akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan organisasi, secara khusus proses ini merupakan usaha mengadakan perubahan secara berencana yang meliputi suatu sistem total sepanjang periode tertentu dan usaha-usaha mengadakan perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi (Ikawijaya, 2008: 36). Pengembangan merupakan suatu proses perubahan secara bertahap kearah tingkat yang berkecenderungan lebih tinggi dan meluas dan mendalam yang secara menyeluruh dapat tercipta suatu kesempurnaan atau kematangan. Pengembangan pendidikan usaha untuk memajukan pendidikan baik dari segi sarana dan prasarana dan tenaga kependidikan untuk meningkatkan kualitas pendidikan (Arifin, 1991: 28).

Strategi pengembangan madrasah yang maju dan berprestasi, merupakan suatu upaya yang dilakukan dalam perencanaan dan pengelolaan madrasah yang berfungsi untuk mengarahkan dan mengembangkan madrasah dalam mencapai tujuan pendidikannya. Madrasah sebagai lembaga pendidikan tentunya memiliki stakeholder atau pihak-pihak yang memiliki hubungan atau keterkaitan dengan madrasah, di antaranya pemerintah, lembaga pendidikan, guru, orang tua, komite sekolah, dan masyarakat lainnya. Tanpa adanya dukungan dari seluruh stakeholder, maka pengembangan madrasah tidak dapat berjalan dengan baik.

Peran serta masyarakat pengembangan pendidikan menjadi isu penting dalam Undang-Undang Sisdiknas No. 20 tahun 2003, sebuah kebijakan yang melibatkan masyarakat dalam program pendidikan serta lahirnya sebuah tawaran manajemen berbasis sekolah (MBS) yang memberi otonomi relatif luas kepada sekolah dan masyarakat. Pada Bab III pasal 8 dinyatakan bahwa “masyarakat berhak untuk berperan serta dalam perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi program pendidikan”. Ini menandakan bahwa eksistensi dan partisipasi masyarakat semakin diakui dan dibutuhkan

dalam pembangunan dan pengembangan pendidikan khususnya pendidikan Islam (Khaliqa, 2017).

Keterlibatan masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan merupakan hal yang mutlak terjadi. Kepala madrasah swasta menjadi mata rantai penting diantara hubungan madrasah setempat dengan masyarakat yang lebih luas. Peran kepala madrasah swasta sebagai manajer sangat penting dalam mengadakan kontak hubungan kerja sama dengan masyarakat. Sebab penyelenggaraan pendidikan di madrasah swasta bukan hanya menjadi tanggung jawab yayasan ataupun pemerintah tetapi juga merupakan tanggung jawab masyarakat. Agar penyelenggaraan pendidikan berjalan dengan baik maka membutuhkan peran serta masyarakat. Peran serta masyarakat dapat berupa ide, dukungan, rapat, tenaga, hingga kontribusi dana untuk perawatan atau pembangunan sarana prasarana pendidikan.

Adanya peran masyarakat dalam penyelenggaraan madrasah diperlukan agar madrasah dapat berfungsi dengan baik. Strategi pengembangan madrasah dilakukan dari sembilan aspek, mulai dari kurikulum, pendidikan, output, SDM, sarpras, sistem pendidikan, dana pendidikan dan sistem penilaian (Juansyah, 2019). Bentuk peran masyarakat seperti: dewan pendidikan, komite sekolah, persatuan orang tua siswa, perkumpulan olah raga, perkumpulan kesenian, organisasi-organisasi lain. Bidang peran masyarakat seperti: alat-alat belajar, dana, material untuk bangunan, auditing keuangan, kontrol terhadap kegiatan-kegiatan sekolah. Cara berperan masyarakat seperti; ikut dalam pertemuan, datang ke sekolah, lewat surat, lewat telepon, ikut malam kesenian, ikut bazar (Pidarta, 2004: 108).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif menggunakan strategi studi kasus. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologis, yaitu penelitian yang menekankan pada identifikasi esensi pengalaman manusia tentang fenomena seperti yang dijelaskan oleh informan. Fenomonologis mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep atau fenomena (Cresswel, 2012: 62).

Karakteristik dari penelitian ini adalah : (a) mempunyai latar belakang alamiah, (b) peneliti tidak

sebagai objek penelitian (c) metode yang digunakan adalah kualitatif, (d) menggunakan analisis data secara induktif, (e) menggunakan teori dasar, (f) data yang dikumpulkan bersifat deskriptif, (g) lebih mementingkan segi proses dari pada hasil, (h) adanya batas yang ditentukan, (i) adanya alat ukur khusus untuk keabsahan data, (j) desain disusun secara sementara, (k) hasil penelitian dirundingkan dan disepakati bersama. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (1) wawancara, (2) observasi, (3) dokumentasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2010:309) bahwa penelitian kualitatif secara umum terdapat empat teknik pengumpulan data, yaitu data dikumpulkan melalui teknik (1) observasi atau pengamatan, (2) wawancara, (3) dokumentasi, dan (4) triangulasi atau gabungan.

Keabsahan data adalah usaha meningkatkan derajat kepercayaan data apakah data tersebut dapat dipertanggung jawabkan atau tidak. Untuk meningkatkan derajat keabsahan data agar dapat dipertanggung jawabkan secara optimal maka perlu ada uji keabsahan data. Uji keabsahan data dilakukan dengan memperpanjang partisipasi, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kajian kasus negative dan pengecekan anggota (Molleong, 2007:324).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN ***Public Relation (Hubungan Masyarakat)***

Public relation atau hubungan masyarakat-humas merupakan kegiatan yang dilakukan organisasi untuk menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat agar memberikan dukungannya. Rivero & Theodore menyatakan hubungan masyarakat adalah alat manajemen yang dirancang untuk membangun dukungan di antara berbagai aspek internal dan eksternal public dalam suatu perusahaan atau institusi (Rivero & Theodore, 2014). Hubungan masyarakat adalah suatu fungsi manajemen yang dapat membantu dalam memilih saluran komunikasi bersama, saling pengertian, pengendalian dan kerjasama diantara organisasi dengan publiknya, membicarakan isu-isu pengelolaan, meningkatkan pengetahuan dan tanggap terhadap pendapat umum, serta mengabdikan dengan tanggung jawab terhadap kepentingan umum, bertindak untuk memberikan arah kebijaksanaan (Adnan dan Cangara, 2006: 21).

Pengertian humas menurut *The International Public Relations Association (IPRA)* sebuah lembaga humas terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan bulan November 1987, “humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.” Jadi, humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasi sedemikian rupa sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung secara berkesinambungan dan teratur (Anggoro, 2002: 2).

Humas merupakan fungsi manajemen yang membantu membangun dan menjaga lini komunikasi, pemahaman bersama, penerimaan bersama dan kerja sama antara organisasi dan publik. Humas membantu manajemen agar tetap responsif dan mendapat informasi terkini tentang opini publik. Humas mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik. Humas membantu manajemen tetap mengikuti perubahan dan memanfaatkan perubahan dengan efektif. Humas adalah sistem peringatan dini untuk mengantisipasi arah perubahan (trend), dan humas menggunakan riset dan komunikasi yang sehat dan etis sebagai alat utama (Agus dan Utari, 2017: 5).

Dapat dinyatakan bahwa humas adalah fungsi manajemen untuk membangun komunikasi dua arah antara organisasi dengan masyarakat secara timbal balik untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati, dan dukungan dari masyarakat untuk mendukung ketercapaian tujuan.

Teori utama (*grand theory*) dalam kajian ini adalah sesuai dengan tujuan utama yaitu menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi, memperluas prestise, menampilkan citra (*brand image*) yang mendukung. Tujuan utama humas dapat diuraikan sebagai berikut (Rahmat, 2014: 14):

- 1) Mengevaluasi sikap dan opini publik
- 2) Formulasi dan implementasi prosedur dan policy organisasi atas komunikasi organisasi 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

Peran humas dalam perusahaan sangat diperlukan untuk menentukan strategi yang tepat dalam membangun *brand image* dari perusahaan maupun produknya. Usaha tersebut dilakukan agar dapat menarik dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Sesuai dengan pendapat Soemirat dan Ardianto (2008: 154) bahwa tujuan *public relations*, adalah: membantu perusahaan dan nama produk agar lebih dikenal; membantu mengenalkan produk baru atau peningkatan produk; membantu meningkatkan suatu produk *life cycle* contohnya menyempurnakan pesan iklan dan promosi penjualan dengan menambah informasi baru; mencari pangsa pasar baru dan memperluas keberadaannya; memantapkan *brand image* (citra) yang positif bagi produk dan usahanya.

Hal ini didorong oleh konsumen yang sering menganggap merek-merek unggulan yang lebih terjamin kualitas, keandalan, kinerja dan pelayanannya. Oleh karena itu usaha komunikasi melalui humas adalah membantu untuk membangun dan memperahankan *brand image* yang menguntungkan (Schiffman dan Kanuk, 2007:173). *Brand image* madrasah merupakan gambaran yang dinilai oleh konsumen setelah menggunakan layanan pendidikan di madrasah tersebut. Penilaian tersebut tentu merupakan hal yang mutlak dimiliki oleh pengguna layanan pendidikan, khususnya orang tua siswa dan masyarakat sekitar madrasah.

Manajemen Humas Sekolah

Hubungan masyarakat di sekolah adalah upaya menyampaikan pesan-pesan positif, jalur komunikasi yang dirancang untuk menampilkan yang terbaik dari sekolah untuk mendapatkan dukungan masyarakat, membangun dan mempromosikan kemitraan dalam masyarakat. Humas yang efektif berarti sekolah meminta dan menerima informasi sama seperti mereka mengirimkannya. Program hubungan masyarakat yang baik dapat menunjukkan kepada mereka nilai timbal balik dari dukungan masyarakat (Carlsmith & Railsback, 2001: 7).

School public relations refers to the application of PR in the context of organizations having the primary mission of delivering educational services. School PR is defined as an evolving social science and leadership process utilizing multimedia approaches designed to build goodwill, enhance the public's attitude toward the value of education, augment interaction and two-way symmetrical communication between schools and their ecosystems, provide vital

and useful information to the public and employees, and play an integral role in planning and decision-making functions (Kowalski, 2011: 14).

Penerapan humas pada organisasi sekolah memiliki misi utama memberikan layanan pendidikan. Dirancang untuk membangun niat baik, meningkatkan sikap publik terhadap nilai pendidikan, meningkatkan interaksi dan komunikasi simetris dua arah antara sekolah dan ekosistemnya, memberikan informasi penting dan berguna untuk publik dan karyawan, dan memainkan peran integral dalam fungsi perencanaan dan pengambilan keputusan. Hubungan masyarakat di madrasah adalah usaha untuk mencapai hubungan yang harmonis antara madrasah dengan masyarakat melalui proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Peranan kepala madrasah dalam memajukan hubungan madrasah dengan masyarakat adalah dengan menjalin kerja sama yang erat dengan masyarakat, tokoh masyarakat, dan stake holder dalam memajukan madrasah. Kepala madrasah sebagai manajer yang baik merupakan salah satu kunci untuk bisa menciptakan hubungan yang baik antara masyarakat dan madrasah (Sulistiyorini, 2009: 145).

Humas pendidikan adalah salah satu fungsi manajemen yang terencana dan sistematis yang membantu memperbaiki program-program dan layanan-layanan organisasi pendidikan. Humas bergantung pada proses komunikasi dua arah yang komprehensif pada dan dari publik internal dan publik eksternal dengan tujuan mengembangkan pemahaman yang lebih baik terhadap peran, sasaran, pencapaian dan kebutuhan organisasi. Program-program humas pendidikan membantu dalam menafsirkan sikap publik, mengidentifikasi dan membantu merumuskan kebijakan (Iriantara, 2013:19).

Tujuan dan fungsi humas sekolah

Pendapat lain menyatakan bahwa tujuan diselenggarakan hubungan sekolah dan masyarakat adalah (Nawawi, 2005: 73):

- 1) Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat.
- 2) Mendapatkan dukungan dan bantuan moral maupun finansial yang diperlukan bagi pengembangan sekolah.
- 3) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang isi dan pelaksanaan program sekolah.
- 4) Memperkaya dan memperluas program sekolah sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat.

- 5) Mengembangkan kerja sama yang lebih erat antara keluarga dan sekolah dalam mendidik anak-anak.

Pengembangan Pendidikan

Pengembangan organisasi adalah upaya terencana yang dilakukan di tingkat organisasi untuk meningkatkan efektivitas dan atau memungkinkan organisasi untuk mencapai sasaran strategisnya. Merujuk kepada psikolog Kurt Lewin, pengembangan organisasi mencakup teori dan praktik dari perubahan terencana dan sistemik pada sikap, keyakinan, dan perilaku pegawai melalui program pelatihan jangka panjang (Markenzie, 2016: 1). Pengembangan bila dikaitkan dengan pendidikan berarti suatu proses perubahan secara bertahap ke arah tingkat yang berkecenderungan lebih tinggi dan meluas dan mendalam yang secara menyeluruh dapat tercipta suatu kesempurnaan atau kematangan. Pengembangan pendidikan usaha untuk memajukan pendidikan baik dari segi sarana dan prasarana dan tenaga kependidikan untuk meningkatkan kualitas pendidikan (Arifin, 1991: 28).

Langkah yang perlu dilakukan oleh madrasah sebagai lembaga pendidikan keagamaan tentunya adalah bagaimana mengembangkan pendidikan dengan tetap mengacu pada kebijakan kementerian keagamaan yang telah merancang berbagai strategi pengembangan lembaga madrasah. Aspek-aspek pengembangan pendidikan pada madrasah antara lain (Fatah, 2000: 2-3):

- a. Peserta Didik, peserta didik merupakan komponen masukan dari system pendidikan diproses dalam proses pendidikan sehingga menjadi manusia yang berkualitas sesuai tujuan nasional.
- b. Tenaga Pendidik Dan Kependidikan. Menurut PP Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan (SNP), pengertian Standar Pendidik dan Tenaga Kependidikan adalah kriteria pendidikan prajabatan dan kelayakan fisik maupun mental serta pendidikan dalam jabatan. Pendidik harus memiliki kualifikasi akademik dan kompetensi sebagai agen pembelajaran, sehat jasmani dan rohani, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan nasional
- c. Kurikulum. Pengembangan kurikulum oleh madrasah Diniyah harus menyesuaikan dengan visi-misi, lingkungan, kebutuhan, sasaran dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus berkembang tiada henti. Sedangkan

untuk menyamakan tingkat kemampuan dari beberapa madrasah yang setingkat, misalnya sesama tingkat awaliyah, perlu dibuat standarisasi kompetensi,

- d. Sarana Prasarana. Prasarana pendidikan di madrasah bisa diklasifikasikan menjadi dua macam. Pertama, prasarana pendidikan yang secara langsung digunakan dalam proses belajar mengajar, seperti ruang teori, ruang perpustakaan, ruang praktik, ketrampilan dan laboratorium. Kedua, prasarana madrasah yang keberadaannya tidak digunakan untuk proses belajar mengajar, tetapi secara langsung sangat menunjang terjadinya proses belajar mengajar.
- e. Ideologi. Sebagian Besar madrasah baik formal maupun non formal dikelola oleh lembaga atau organisasi keagamaan tertentu, misalnya NU, Muhammadiyah, Mathla'ul Anwar, Nahdlatul Wathon. Masing-masing madrasah yang dikelola oleh organisasi yang berbeda akan memberikan pengaruh pada keagamaan yang berbeda karena perbedaan paham keagamaan tertentu. Menurut Harun Nasution madrasah yang berkembang mempunyai empat varian, yaitu varian ideologi tradisional, reformis, salafi, dan nasionalis agama.
- f. Pembiayaan. Pengembangan pembiayaan untuk pendidikan merupakan salah satu elemen penting untuk menunjang jalannya seluruh pelaksanaan pendidikan. Pembiayaan berpengaruh terhadap peningkatan kualitas pendidikan (Fatah, 2000: 4).

Kowalski (2011) *Public Relations in Schools*. Program PR sekolah saat ini sangat penting, terkait dengan perubahan dalam kerangka sosial, politik, hukum, dan ekonomi masyarakat Amerika. Kondisi yang berkembang ini telah menjadi aspek utama PR (misalnya, opini publik, manajemen informasi, dan komunikasi) yang tidak terpisahkan dari kepemimpinan dan pembaruan sekolah. Persamaan penelitian terletak pada humas sekolah. Perbedaan penelitian Kowalski ini menggunakan pendekatan teoritis-makro, sedangkan penelitian yang sekarang mencoba menganalisis manajemen humas pada lingkup madrasah. Fahruriza dan Muflihini (2019) meneliti Tata Kelola Hubungan Masyarakat Berbasis Website di Madrasah. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap tata kelola humas madrasah berbasis website berdasarkan teori klasifikasi sasaran penerima informasi dengan metode deskriptif kualitatif-

fenomenologis. Kesimpulan: tata kelola humas berbasis website di madrasah yang dijadikan sampel mengaplikasikan teknik dalam berhubungan dengan masyarakat guna menjangkau sasaran informasi. Persamaan penelitian terletak pada humas madrasah. Perbedaan penelitian Fahruriza dan Muflihini ini lebih menonjolkan aspek teknik tata kelola humas sekolah berbasis website, sedangkan penelitian yang sekarang mencoba menganalisis manajemen humas pada lingkup madrasah baik offline maupun online.

Widad (2017) Peran Serta Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di MI Ma'arif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-fenomenologis. Kesimpulan: peran serta masyarakat dalam meningkatkan mutu pendidikan dilakukan oleh berbagai unsur masyarakat baik secara perorangan dan terorganisir; jenis unsur masyarakat yang berpartisipasi lebih banyak yang bersifat perorangan, sedangkan yang terorganisir meliputi komite sekolah. Persamaan penelitian terletak pada penggunaan studi fenomenologis pada peran masyarakat terhadap pendidikan. Perbedaan penelitian terletak pada kajian peran humas sekolah.

4. KESIMPULAN

Program *Public Relation* sekolah saat ini sangat penting, terkait dengan perubahan dalam kerangka sosial, politik, hukum, dan ekonomi masyarakat. Manajemen pengembangan kompetensi pada pendidikan merupakan bagian dari strategi pengembangan sumberdaya manusia yang menjadi suatu kebutuhan pokok dalam sebuah organisasi baik formal maupun non formal. Hal ini merupakan suatu investasi bagi organisasi dalam hal ini madrasah, yang akan berimplikasi terhadap pembangunan sumberdaya manusia suatu bangsa.

Dalam Meningkatkan Public Interest Pada Lembaga Pendidikan Islam. Hasil penelitian: fungsi humas di lembaga pendidikan adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan yang harmonis melalui komunikasi menggunakan media antara sekolah dan masyarakat, baik internal (dosen / guru, karyawan, siswa / siswi) dan secara eksternal (orang tua siswa, masyarakat, dan lembaga). Analisis Peran dan Fungsi Humas dalam Manajemen Institusi Pendidikan. Divisi Humas Eksternal Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil penelitian: penempatan posisi humas dalam struktur organisasi universitas tidak termasuk dalam kelompok koalisi dominan. Sehingga humas hanya dicitrakan sebagai sebuah

fungsi “pelengkap” bagi organisasi. Penempatan posisi humas dalam struktur organisasi akan menentukan sejauh mana ia mampu memaksimalkan peran dan fungsinya secara profesional dan strategis. Posisi humas yang tidak dominan maka tidak banyak kontribusi yang dapat dilakukan humas dalam pencapaian tujuan.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada dewan redaksi Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI) ITB AAS Indonesia yang telah memberikan kesempatan, sehingga tulisan saya bisa diterbitkan.

6. REFERENSI

- Abdurachman, O. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Edisi Kedua. Bandung: Penerbit Alumni
- Addahil, M.I.J. 2020. Manajemen Public Relation Dalam Meningkatkan Public Interest Pada Lembaga Pendidikan Islam. *Indonesian Journal of Islamic Educational Management*, ISSN 2515-3610 Vol. 2, No. 2, Oktober 2020
- Annan, H dan Cangara, H. 2006. *Prinsip-Prinsip Humas*. Surabaya: Usaha Nasional
- Agus, Nurtanio P dan Rahmania Utari, 2017. *Humas Pendidikan*. Yogyakarta: Manajemen Pendidikan dan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta
- Anggoro, M.L. 2002. *Teori dan Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arifin, M. 1991. *Ilmu pendidikan Islam, Suatu Pendekatan Teoritik dan Praktis Berdasarkan Interdisipliner*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi V*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Astuti. 2020. Madrasah Development Management In Improving Community Participation: Study In Madrasah Aliyah State 2 Bone. *International Journal Of Scientific & Technology Research* Volume 9, Issue 03, March 2020, www.ijstr.org
- Baharudin dan Makin, M. 2010. *Manajemen Pendidikan Islam*. Malang : UIN-Maliki Press.
- Barnawi dan Arifin, M. 2012. *Manajemen Sarana dan Prasarana Sekolah*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Carlsmith, L & Railsback, J. 2001. The Power Of Public Relations In Schools. *North West Regional Educational Laboratory Journal*, February 2001
- Creswell, J.W. 2012. *Education Research, Planning, Conducting and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th edition). Boston: Pearson
- Daryanto, dkk. 2013. *Konsep Dasar Manajemen Pendidikan di Sekolah*, Yogyakarta: Gava Media
- Dean, K. 2014. The Future of PR Education: Some Recommendations. *Journal Public Relations Review*. Vol. 24, No. 2, Des 2014.
- Effendy, O. U. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Fadhillah, Julia, P. Fuad2, N, dan Rugaiyah. 2018. Inovasi Partisipasi Masyarakat Dalam Pendidikan Untuk Meningkatkan Kinerja Komite Sekolah. Prosiding Seminar dan Diskusi Nasional Pendidikan Dasar 2018 ISSN: 2528-5564
- Fahruriza, O dan Muflihini, M.H. 2019. Tata Kelola Hubungan Masyarakat Berbasis Website Di Madrasah. *Journal of Islamic Educational Management* 2019, VOL.2, NO.2, <https://doi.org/10.32940/mjiem.v2i2.85>
- Fawkes, Johanna. 2004. *The Public Relations Handbook*, 2Nd Edition. dalam Alison Theaker (ed). What is Public Relations. Canada: Routledge
- Golafshani, N. 2003. Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research. *The Qualitative Report*. Voll 8 No 4. Diunduh dari <http://www.nova.edu/ssw/QR/QR8-4/golafshani>.
- Grunig, J.E. 1992. *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Grunig, J.E., & Hunt, T. 1984. *Managing Public Relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston
- Gussman, S.Y. dan Kurniadi, H. 2014. *Analisis Peran dan Fungsi Humas dalam Manajemen Institusi Pendidikan*. Divisi Humas Eksternal Universitas Negeri Yogyakarta
- Hikmat. 2011. *Manajemen Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia
- Hidayat, R dan Wijaya, H.C. 2017. *Ayat-Ayat Alquran Tentang Manajemen Pendidikan Islam*. Medan: LPPPI

- Hunter, L.C. 1990. Public Relations: Its Importance in the Public School System. *Top Scholar® Masters Theses & Specialist Projects Graduate School*. Western Kentucky University
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta : Erlangga
- Ikawijaya. 2008. *Pengembangan Mutu Lembaga Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Ikhwan, A. 2019. Public Relations in an Islamic Perspective; Implementation Study at Madrasah. *Jurnal Pemikiran Pendidikan Islam At-Turats* Vol. 13 No.2 (2019), journal homepage: <http://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/atturats>
- Iriantara, Y. 2013. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ismail. 2010. Politik Pendidikan Madrasah di Indonesia Pasca Kemerdekaan: 1945 – 2003. *Jurnal Ta'dib*, Fakultas Tarbiyah IAIN Raden Fatah, Vol. XV. No. 02. Edisi, Nopember 2010
- Juansyah, M.B. 2019. Strategi Pengembangan Madrasah Unggulan Di Madrasah Aliyah Unggulan Darul Ulum Jombang. *Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Jurusan Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Niversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*
- Juhaedi, D. 2014. Dinamika Peran Madrasah Dalam Memajukan Pendidikan Di Indonesia. *Jurnal Risalah*, Vol.1. No.1, Desember 2014
- Khaliqa, A. 2017. Manajemen Partisipasi Masyarakat Dalam Pendidikan Pada Mts Muhammadiyah 3 Al-Furqon Banjarmasin. *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)* Volume 1, Nomor 1, April 2017.
- Kementerian Agama RI, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, 2019. *Alqur'an dan Terjemahannya*, April 2019.
- Kowalski, T.J. 2011. Public Relations in Schools. University of Dayton eCommons Educational Leadership Faculty Publications Department of Educational Leadership, University of Dayton, tkowalski1@udayton.edu
- Kurnia, I.H., Santoso, D., Rahmanto, A. 2013. Strategi Humas dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta). *Jupe UNS*, Vol I, April, 2013
- Mack, N., Woodsong, C., MacQueen, K.M., Guest, G., & Namey, E. 2005. *Qualitative Research Methods: A Data Collector's field Guide*. North Carolina: Family Health International & Usaid.
- Mannen, V. M. 2006. *Researching Lived Experience*. New York: State University of New York Press.
- Miles, J dan Huberman, M. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Mitrović, K. & Drača, M. 2007. Strategic Management Of Public Relations In Education. *Interdisciplinary Management Research V*, May 2007.
- Moleong, L.J. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mubarok, M.K., & Fajriyah, I. 2017. Building Madrasah Ibtidaiyyah Through Participation. *Jurnal Pendidikan Dasar Indonesia* Volum 2 Nomor 2 bulan September 2017
- Muhammadi, N., Marzuki, S.C., & Hussin, M.Y.M. 2015. The Madrasah Leadership, Teacher Performance and Learning Culture to Improve Quality at Madrasah Tsanawiyah Negeri Jakarta of South. *Journal of Management and Sustainability*; Vol. 5, No. 2; 2015, Published by Canadian Center of Science and Education, URL: <http://dx.doi.org/10.5539/jms.v5n2p129>
- Mukhtar, Risnita, & Juniarni, C. 2020. Public Relation Management In Developing Organizational Behavior. *International Journal of Educational Review* Volume 2, Issue 1, Year 2020
- Musyarrofah, M. 2018. Peran Humas Dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi. *Jurnal Idaarah Universitas Nurul Jadid*, Paiton, Probo, vol. 2, no. 1, juni 2018
- Nasution. 2006. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan*. Malang: UMM Pers.
- Pakniany, N.S.L; Imron, A; dan Degeng, I.N.S. 2020. Peran Serta Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Pendidikan. *Jurnal Pendidikan, Manajemen Pendidikan-Universitas Negeri Malang* Vol. 5, No. 3, Bln Maret, Thn 2020
- Pidarta, M. 2004. *Manajemen Pendidikan Indonesia*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Pratama, Y.A. 2019. Integrasi Pendidikan Madrasah Dalam Sistem Pendidikan Nasional (Studi kebijakan Pendidikan Madrasah di Indonesia). *Jurnal Pendidikan Islam: Al-Tadzkiyyah*: Volume 10. No. I 2019

- Rahmad, A. 2016. *Manajemen Humas Sekolah*. Yogyakarta: Media Akademi
- Rochmawati, I. 2012. Optimalisasi Peranmadrasah Dalam Pengembangan Sistem Nilai Masyarakat. *Jurnal Pedagogia* Vol. 1, No. 2, Juni 2012: 161-171
- Rosadi, R. 2016. *Public Relations and Media Communication Management; Conception and Application*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Ruslan, R. 2003. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Schiffman, L dan Kanuk, LL. 2007. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Edisi tujuh. Jakarta: PT. Indeks
- Shahram, G. 2013. The Impact of Public Relations Performances on Market Share of Firms: Case Study: Power Battery Manufacturing In Isfahan, *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol. 5, No. 5, June 2013
- Saefullah. 2012. *Manajemen Pendidikan Islam*, Bandung: CV Pustaka Seti
- Soemirat, S dan Ardianto, E. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Solahudin. 2018. Peran Strategis Madrasah Swasta Di Indonesia. *Jurnal Kependidikan* Vol 6 No 1 2018 DOI: 10.24090/jk.v6i1.1717
- Sokolowski, R. 2000. *Introduction to Phenomenology*. London: Cambridge University Press
- Steenbrink, K.A. 1984. *Pesantren, Madrasah, dan Sekolah: Pendidikan Islam dalam Kurun Modern*. Jakarta: LP3ES
- Stoner, J. A.F., Freeman, R.W. dan Gilbert, Jr. 1996. *Management*. New Jersey: Pritice-Hall.
- Supriyanto, D. 2015. Madrasah Bermutu Berbasis Manajemen Mutu Terpadu (MMT). *Jurnal STITNU Al Hikmah Mojokerto*, Vol. III, No. 1, Maret 2015
- Suryosubroto. 2010. *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, Jakarta: Rineka Cipta
- Sutama. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*. Surakarta: Fairuz Media
- Syahputra, M.R. 2019. Public Relation Management In Building Community Participation In Mts Islamiyah Ypi Batang Kuis. Faculty of Tarbiyah Science and Teacher Training, State Islamic University of North Sumatra, Medan – Indonesia, Proceeding of International Conference on Islamic Educational Management - 2019
- Usman, H. 2013. *Manajemen : Teori, Praktik, dan Pendidikan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Widad, L. 2017. Peran Serta Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di MI Ma'arif NU 1 Pageraji dan MI Ma'arif NU 1 Langgongsari Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto