

Strategi Manajemen Komunikasi Yayasan Pendidikan (Studi pada Yayasan Pendidikan Islam Uswatun Hasanah Kabupaten Bandung Barat)

Suhendi dan R Helmi Suryanegara

Program Studi Manajemen STIE Miftahul Huda Subang

Program Studi Magister Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan

Gunung Djati Bandung

Jl Rancasari Dalam No. B33 Pamanukan Subang, 41254, Jawa Barat

Jl A.H. Nasution No. 105, Cibiru Bandung, 40614, Jawa Barat

Abstrak

Penelitian ini dilakukan pada Yayasan Pendidikan Islam Uswatun Hasanah Kabupaten Bandung Barat untuk mengetahui hubungan strategi komunikasi massa memiliki dampak pada pembangunan citra yayasan dan merubah cara pandang masyarakat terhadap Yayasan Pendidikan Islam Uswatun Hasanah Kabupaten Bandung barat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu suatu penelitian yang digunakan untuk mempelajari objek yang alamiah dimana peneliti merupakan instrument kunci, pengumpulan informasi secara gabungan, analisis data secara induktif. YPI Uswatun Hasanah Kabupaten Bandung Barat melakukan dua manajemen komunikasi, yakni manajemen komunikasi secara internal dan manajemen komunikasi secara eksternal. Manajemen komunikasi internal YPI Uswatun Hasanah Kabupaten Bandung Barat berdampak penting dalam menciptakan organisasi yang solid, dengan menggunakan komunikasi personal dan komunikasi kelompok. Manajemen komunikasi juga dilakukan untuk memecahkan konflik atau persoalan di organisasi. Manajemen komunikasi eksternal yang dilakukan YPI Uswatun Hasanah Kabupaten Bandung Barat untuk menjaga hubungan organisasi dengan pihak ekstern, dengan tujuan untuk membangun citra YPI Uswatun Hasanah Kabupaten Bandung Barat. Hubungan dengan pemerintah, hubungan dengan perbankan, hubungan dengan pers, hubungan dengan konsumen, hubungan dengan masyarakat sekitar, dan hubungan dengan organisasi lain.

Kata kunci: Strategi, Manajemen, Komunikasi

PENDAHULUAN

Bagi masyarakat yang bergelut dalam dunia pendidikan atau mengelola lembaga pendidikan, tentu saja bidang ini menjadi ladang membangun masyarakatnya. Membangun masyarakat melalui institusi pendidikan memegang peranan sangat penting dari dulu sampai sekarang. Membangun masyarakat melalui lembaga pendidikan ini salah satunya konsisten dilakukan oleh Yayasan Pendidikan Islam Uswatun Hasanah Padalarang Kabupaten Bandung Barat. Yayasan pendidikan ini merupakan sebuah

yayasan yang berdiri cukup lama yakni hampir 30 tahun di Kecamatan Padalarang Kabupaten Bandung Barat. YPI Uswatun Hasanah sendiri dari awal berdiri konsisten dan fokus bergerak hanya dalam membangun pada bidang pendidikan, tidak menggarap bidang lainnya. Hal itu dikarenakan yayasan ini ingin lebih memberikan pelayanan terbaik dan optimal bagi masyarakat dalam bidang pendidikan saja.

Sebagai lembaga pendidikan yang berbadan hukum Yayasan, YPI Uswatun Hasanah mengembangkan misi membangun masyarakat melalui pendidikan formal. Hal ini dapat ditunjukkan dengan menyelenggarakan pendidikan formal dari mulai MI (Madrasah Ibtidaiyah), MTs (Madrasah Tsanawiyah) dan MA (Madrasah Aliyah). Wacana mendirikan sebuah Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS) sempat menjadi pembahasan dalam rapat internal yayasan. Hanya saja wacana itu baru sekadar rencana, belum sampai pada tataran realisasi. Namun meskipun belum memiliki perguruan tinggi, namun YPI Uswatun Hasanah untuk beberapa tahun ini sudah menjalin kerjasama dengan Universitas Terbuka (UT) untuk membuka Kelompok Belajar (Pokjar) guna memfasilitasi Sumber Daya Manusia (SDM) YPI Uswatun Hasanah sendiri melanjutkan ke perguruan tinggi maupun warga sekitar padalarang dan umumnya masyarakat Kabupaten Bandung Barat yang ingin melanjutkan kuliah ke perguruan tinggi negeri namun terkendala waktu dan kesibukan pekerjaan.

Seiring perkembangan, kepercayaan masyarakat pun cukup tinggi terhadap yayasan ini, hal ini terlihat dari animo masyarakat yang menyekolahkan anaknya ke yayasan ini cukup banyak, baik warga sekitar sekolah maupun warga di luar kecamatan Padalarang. Bahkan mulai tahun 2019 ada siswa dari Malaysia yang melanjutkan sekolah di tingkat MA pada YPI Uswatun Hasanah. Termasuk kerjasama-kerjasama dengan lembaga-lembaga yang lain terjalin dengan baik dan cukup banyak. Kepercayaan lembaga lain baik pemerintah, BUMN maupun lembaga atau perusahaan swasta untuk bekerjasama dengan YPI Uswatun Hasanah karena kepercayaan lembaga atau perusahaan tersebut pada YPI Uswatun Hasanah ini. Tentu saja kerjasama-kerjasama yang dilakukan tidak lepas kaitannya dengan bidang pendidikan yang menjadi *core* atau garapan pokok YPI Uswatun Hasanah sendiri.

Tidak hanya itu, kepedulian YPI Uswatun Hasanah untuk kaitannya dengan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) khususnya guru, ini juga cukup baik, hal ini terlihat dari dorongan untuk melanjutkan studi lanjutan para gurunya untuk jenjang sarjana maupun pascasarjana melalui kerjasama dengan pemerintah maupun lembaga atau perusahaan swasta dan juga membuka kerjasama dengan lembaga di luar negeri untuk program pertukaran guru ke Malaysia misalnya senantiasa dilakukan. Hal-hal yang dapat meningkatkan kompetensi dan profesional seluruh SDM pada YPI Uswatun Hasanah senantiasa mendapat dukungan penuh untuk bisa terlaksana dengan baik.

Aktivitas membangun masyarakat melalui lembaga pendidikan yang dilakukan YPI Uswatun Hasanah ini merupakan sebagai upaya untuk menjawab tantangan yang dihadapi masyarakat dalam hal kemajuan bidang pengetahuan dan teknologi yang terus terjadi dengan cepat. Sebagai sebuah bentuk suatu inovasi yang dinamis dalam membangun masyarakat yang cerdas dan berkarakter, aktifitas membangun masyarakat melalui pendidikan memiliki karakter yang tentu saja berbeda dengan aktivitas membangun masyarakat dari bidang lainnya. Karenanya Menarik untuk dikaji secara mendalam dan komprehensif mengingat membangun masyarakat melalui lembaga pendidikan dituntut respon cepat terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terjadi saat ini, dituntut inovasi dan terobosan yang berkesinambungan. Termasuk juga tantangan berupa perilaku instan, hedonisme, pragmatisme, korupsi dan perilaku negatif lainnya yang marak terjadi di tengah- tengah masyarakat dan ini menjadi

tantangan membangun yang harus dijawab oleh YPI Uswatun Hasanah dengan menyiapkan guru dan peserta didik yang siap dan memiliki prinsip yang baik untuk menghadapi tantangan tersebut. Untuk menghadapi semua tantangan tersebut pengurus yayasan, guru dan staf kependidikan sebagai subjek membangun pendidikan perlu memahami dan menguasai pola komunikasi membangun yang efektif dalam menghadapi komunikasi dalam hal ini siswa didiknya dan masyarakat sekitar.

Merujuk pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, pertanyaan penelitian yang muncul adalah bagaimana YPI Uswatun Hasanah merencanakan dan menyusun komunikasi dengan beberapa pihak agar sebagai yayasan yang juga lembaga pendidikan bisa bertahan dan berkembang? Bagaimana proses manajemen komunikasi YPI Uswatun Hasanah? Media apa saja yang dipakai YPI Uswatun Hasanah saat melakukan komunikasi? Bagaimana hasil dari manajemen komunikasi YPI uswatun Hasanah?

TELAAH LITERATUR

Manajemen Komunikasi dan Fungsi Humas

Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama (Sari, 2017). Lebih lanjut lagi kegiatan humas merupakan komunikasi dua arah timbal balik untuk kepentingan tertentu dengan memiliki kegiatan yang jelas (Ruslan, 2017). Dalam kaitan dengan manajemen komunikasi, humas adalah bagian dari manajemen komunikasi antara organisasi dan publiknya (Kusumastuti, 2004). Iriantara (2004) menekankan pada proses membangun relasi, kepercayaan, dan kerjasama antara individu dengan individu dan organisasi dengan publiknya melalui strategi komunikasi yang dialogis dan partisipatif. Humas memiliki peran penting dalam suatu organisasi ataupun lembaga, dalam lembaga membangun, lembaga pendidikan misalnya Nasution (2010), ada 3 yang menonjol yaitu pengelolaan pendidikan masa yang akan datang semakin otonom, persaingan yang sehat dan dinamis antar sesama lembaga sekolah dalam memperoleh siswa, dan perkembangan media massa didaerah yang semakin meningkat. Kondisi tersebut menjadikan humas disekolah berperan membina hubungan harmonis kepada publik internal, melakukan komunikasi dua arah dengan publik internal, mengidentifikasi opini dan permasalahan yang ada di sekolah maupun di masyarakat, mampu terampil dalam mendengarkan aspirasi- aspirasi masyarakat bagi sekolah, dan terampil dalam menerjemahkan kebijakan pemimpin. Dengan adanya peran tersebut maka humas harus memiliki strategi yang jelas di dalam sekolah.

Menurut Ahmad (1990) Strategi merupakan bagian terpadu dalam suatu perencanaan, dimana perencanaan merupakan fungsi dari manajemen. Pendapat tersebut dapat terjemahkan bahwa strategi merupakan proses yang menentukan langkah dalam suatu pengambilan keputusan dan dapat berdampak pada jangka panjang. Strategi humas ini dilakukan untuk mencapai berbagai tujuan salah satunya adalah meningkatkan citra baik, misalnya saja agar lembaga atau organisasi ini semakin dikenal, yang tentu saja ujungnya adalah peningkatan minat dikalangan masyarakat yang menjadi sasaran atau target marketnya. Strategi humas dapat mengalami berbagai dampak seperti dampak positif dan dampak negatif. Sebab itu humas harus memahami bagaimana kondisi dari berbagai aspek dan juga menyiapkan berbagai strategi lain apabila satu strategi tidak berjalan dengan mulus.

Citra dalam Sebuah Lembaga

Lembaga apapun bidang yang menjadi pusat kegiatannya, tentu sangat membutuhkan

citra yang positif dimata orang atau lembaga lainnya. Citra atau dalam bahasa inggris yaitu image, merupakan seperangkat keyakinan, ide, gagasan, dan kesan masyarakat terhadap suatu objek tertentu (Ruslan, 2017). Moore (2005) memberikan definisi citra sebagai perasaan, impresi, atau konsepsi publik mengenai suatu objek, lembaga maupun organisasi.

Sebagai sebuah lembaga, sekolah sebagai lembaga membangun pun sama membutuhkan citra baik ini. Citra lembaga membangun ini bisa di maknai sebagai gambaran suatu lembaga, dimana gambaran tersebut mempunyai dan memberikan kesan kuat pada masyarakat, dalam beberapa hal lembaga tersebut tidak bisa mengatur citra seperti apa dimasyarakat. Membangun gambaran suatu keadaan sekolah memang tidak mudah, karena komunikasi dan informasi tidak secara langsung membuat perilaku seseorang akan tetapi lebih mudah mempengaruhi cara pandang terhadap lingkungan atau objek tertentu (Juhji, 2020).

Keberadaan humas utamanya sangat erat kaitannya dengan pencitraan dalam lembaga termasuk lembaga membangun dan pendidikan yaitu sekolah. Humas sebagai media komunikasi antara lembaga pendidikan humas juga berperan sebagai pencitraan kualitas lembaga sekolah. Maka dengan demikian pecitraan positif bisa dibangun dengan mengaktifkan peran manajemen humas (Manajemen Komunikasi) dalam memberikan image dan citra yang baik dan positif terhadap sekolah. Meningkatkan citra sekolah, sangat penting terutama citra baik sekolah di mata masyarakat, supaya masyarakat kenal dan tentu mendukungnya. Lebih lanjut lagi Maskur (2018) mengatakan bahwa kekuatan suatu lembaga terdapat pada pencitraan yang berhubungan dengan puncak kesuksesan atau tujuan tersebut.

Jangka panjangnya, citra positif yang dibangun, bahkan bisa memperpanjang usia dari lembaga tersebut. Dari beberapa riset dan wawancara yang dilakukan misalnya, beberapa pondok pesantren, sekolah, yang sudah mapan(dalam arti usia kebertahanannya), sampai sekarang masih menjadi primadona bagi orang tua santri atau siwa untuk menitipkan pendidikan formal anaknya disekolah tersebut. Apalagi beberapa kasus yang belakangan muncul dan menjadi perbincangan di media sosial mengenai beberapa boarding school yang kurang baik, hal ini semakin memperburuk citra dunia pendidikan dengan model seperti itu.

Perbaikan kualitas tersebut akan melahirkan sebuah citra positif pada institusi lembaga pendidikan Islam. Jika dahulu lembaga pendidikan Islam mengeluhkan keberadaan alokasi dana pengelolaan sekolah, saat ini menjadi fakta berbalik ketika pemerintah mengakui keberadaan lembaga pendidikan Islam sebagai salah satu bentuk pendidikan formal serta memiliki kesempatan dan berimbangan pendanaan yang sama dengan sekolah-sekolah di bawah naungan kementerian Pendidikan Nasional. Tantangan yang paling nyata terhadap keberadaan lembaga-lembaga pendidikan Islam adalah: (1) Pendidikan diselenggarakan dengan manajemen seadanya, (2) Kurang adanya publikasi lembaga pendidikan Islam ke-masyarakat luas, (3) Banyaknya warga Muslim yang lebih memilih sekolah lain karena faktor mutu dan kualitas sekolah tersebut, (4) Banyak masyarakat yang tidak mengenal madrasah secara utuh sebagai pendidikan modern.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian deskriptif merupakan penelitian terhadap sebuah fenomena atau sebuah populasi tertentu yang diperoleh oleh seorang peneliti dari lapangan berupa subjek individu, organisasi, perusahaan, lembaga atau juga perspektif yang lainnya. Menurut Sugiyono (2005: 21) bahwa metode deskriptif merupakan metode yang

digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis hasil penelitian tetapi tidak untuk menarik kesimpulan yang lebih luas. Sementara pendekatan kualitatif yaitu suatu penelitian yang digunakan untuk mempelajari objek yang alamiah dimana peneliti merupakan instrument kunci, pengumpulan informasi secara gabungan, analisis data secara induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan di YPI Uswatun Hasanah, didapat beberapa temuan data mengenai bagaimana YPI Uswatun Hasanah mengelola lembaga membangun dan pendidikannya tersebut, tentunya hal yang berkaitan dengan manajemen komunikasinya. Ada dua manajemen komunikasi yang dilakukan oleh YPI Uswatun Hasanah yaitu manajemen komunikasi internal dan manajemen komunikasi eksternal.

Manajemen Komunikasi Internal YPI Uswatun Hasanah Formal

Pengelolaan dan optimalisasi sumber daya komunikasi yang dilakukan YPI Uswatun Hasanah secara formal bertujuan untuk dalam rangka penyebaran informasi penting dalam organisasi. Secara umum komunikasi internal ditujukan untuk penyamaan visi dan misi YPI Uswatun Hasanah, memahami tujuan dan program kerja serta kelangsungan organisasi, termasuk memperkuat hubungan diantara orang-orang dalam organisasi yang pada gilirannya menciptakan soliditas organisasi. Kegiatan formal yang dilakukan oleh YPI Uswatun Hasanah biasanya dalam bentuk rapat internal baik yang dilakukan rutin seminggu sekali setiap hari selasa atau hari-hari tertentu yang dianggap penting untuk dilakukan acara formal. Di samping untuk membangun solidaritas yang tinggi pada seluruh anggota YPI Uswatun Hasanah, juga dalam rangka menyelesaikan persoalan atau konflik yang terjadi sehingga bisa segera selesai dan kondisi kembali kondusif. Komunikasi formal meliputi tiga aspek yaitu; *pertama*, Saluran formal disebut pula saluran birokrasi. *Kedua*, Komunikasi formal disebut juga sebagai komunikasi resmi. *Ketiga*, Masing-masing pegawai yang terlibat dalam komunikasi berperan sesuai jabatan dan kewenangannya.

Komunikasi Personal

Komunikasi ini terjadi pada YPI Uswatun Hasanah dalam dalam level personal dan biasanya terdiri dari dua orang dalam organisasi yang melakukan proses komunikasi baik tatap muka maupun melalui media. Misalnya antara pengurus yayasan dengan guru, mereka berdua berkomunikasi membicarakan baik yang sifatnya kedinasan atau ada kaitannya dengan pekerjaan namun dalam kondisi cair atau tidak kaku. Atau juga komunikasi personal ini dilakukan antara sesama pengurus yayasan atau sesama guru atau staf kependidikan. Komunikasi personal ini bisa dilakukan secara tatap muka atau juga dengan menggunakan media komunikasi (whatsapp, telpon dan sebagainya).

Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok ini dilakukan YPI Uswatun Hasanah biasanya antara satu kelompok dengan kelompok lainnya. Biasanya dalam YPI Uswatun Hasanah kita lebih mengenal dengan bagian atau divisi, misalnya pengurus yayasan dengan staf pengajar atau staf pengajar dengan tenaga kependidikan, komunikasi antara masing-masing divisi ini dalam upaya untuk kelancaran dan kesuksesan masing-masing divisi dalam menjalankan tugasnya.

Informal

Merupakan jenis komunikasi yang dilakukan di lingkungan YPI Uswatun Hasanah baik komunikasi yang dilakukan oleh guru, staf kependidikan, komite dan pengurus yayasan. Meskipun komunikasi informal namun tidak jarang komunikasi yang dilakukan membahas hal-hal yang sifatnya kedinasan meksipun dilakukan dalam suasana yang santai. Kadang berbagai persoalan dibahas dalam komunikasi ini untuk mencari solusi terbaik. Kadang ide, gagasan dan solusi permasalahan terbaik justru muncul dalam pertemuan informal ini. Komunikasi informal ini biasanya dilakukan sambil makan baik di lingkungan yayasan atau di luar, sambil berwisata. Komunikasi informal ini tentu saja bisa dilakukan dengan bertatap muka atau menggunakan media yang ada.

Manajemen Komunikasi Eksternal YPI Uswatun Hasanah

Manajemen Komunikasi eksternal ini erat kaitannya dengan bagaimana YPI Uswatun Hasanah, mengelola dan menjalankan komunikasi dengan berbagai pihak dalam upaya kerjasama. Kerjasama ini bisa berguna untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Beberapa hal penting tentang citra YPI Uswatun Hasanah juga bisa dimasukan ke dalam manajemen komunikasi eksternal ini. Pertama, komunikasi eksternal dengan pemerintah. Bagaimanapun YPI Uswatun Hasanah tidak bisa lepas hubungannya dengan pemerintah baik kaitannya dengan izin operasional maupun bantuan-bantuan dari pemerintah. YPI uswatun Hasanah berupaya membangun komunikasi dengan pihak pemerintah melalui taat pada prosedur atau aturan pemerintah mengenai pendirian atau operasional yayasan, mengundang pihak pemerintah terkait dalam supervisi operasional yayasan, akses bantuan yang disediakan pemerintah, pelaporan bantuan atau pelaksanaan operasional yayasan dan sebagainya.

Kedua, komunikasi eksternal dengan perbankan. Bekerjasama dalam hal bantuan operasional sekolah, sistem penggajian pegawai di lingkungan YPI Uswatun Hasanah, sistem pembayaran iuran bulanan seluruh siswa di lingkungan YPI Uswatun Hasanah, termasuk program magang kerja siswa menjelang akhir masa studinanya di bank mitra tersebut. Ketiga, komunikasi eksternal dengan pers. Kaitannya dengan wartawan atau pers, YPI Uswatun Hasanah tidak alergi terhadap kedatangan wartawan atau pers, melainkan diajak berkolaborasi atau kerjasama yang saling menguntungkan kedua belah pihak dalam hal mislanya saja pemberitaan prestasi atau kegiatan yang dilakukan YPI Uswatun Hasanah.

Keempat, komunikasi eksternal dengan konsumen. Kaitannya dengan konsumen karena YPI Uswatun Hasanah bergerak dalam bidang membangun melalui lembaga pendidikan maka konsumen disini adalah orangtua siswa. Dengan pihak orangtua siswa YPI Uswatun Hasanah membangun komunikasi yang terbuka dimana terbuka terhadap masukan atau harapan orangtua termasuk akses untuk berkomunikasi secara langsung baik dalam rapat-rapat maupun dalam susana informal senantiasa dilakukan. Kelima, komunikasi eksternal dengan masyarakat sekitar. Gedung milik YPI Uswatun Hasanah berkonsep virtual dalam artian bersatu dengan masyarakat, sehingga banyak program yang disinergikan dengan masyarakat misalnya penggunaan mesjid masyarakat oleh para siswa dan guru, optimalisasi warung warga untuk jajan siswa, bakti sosial untuk warga sekitar, kerjasama penggunaan lapang warga oleh siswa dan sebagainya. Karena kedekatan ini sehingga komunikasi harmonis kedua belah pihak terus dilakukan dan diupayakan. Keenam, komunikasi eksternal dengan organisasi (perusahaan) lain. Kerjasama-kerjasama dengan pihak lain terus dilakukan baik di dalam negeri maupun luar negeri yang sifatnya lokal, nasional dan internasional.

Media dalam Komunikasi Eksternal

Membuat *press realises* kegiatan atau prestasi di lingkungan YPI Uswatun Hasanah dan mengirimkannya ke media, biasanya media besar yang ada di wilayah Jawa Barat, misalnya HU Pikiran Rakyat. Juga memanfaatkan pidato-pidato resmi untuk sosialisasi program YPI Uswatun Hasanah, baik yang sudah dilakukan atau yang belum dilakukan. Membuat brosur baik digital maupun dicetak kertas kaitannya dengan acara seminar atau penerimaan peserta didik baru kerap dilakukan. Membuat poster atau spanduk kegiatan seminar, pelatihan, atau kaitannya dengan penerimaan peserta didik baru baik digital maupun manual juga menjadi pilihan yang sering dilakukan. Selain itu, mengundang insan media untuk hadir dan mendapatkan penjelasan mengenai program yang akan dilakukan YPI Uswatun Hasanah dan rutin mengadakan bakti sosial untuk warga berupa bagi-bagi makanan gratis, pemeriksaan kesehatan, pelatihan keterampilan dan sebagainya sering dilakukan. Pameran produk karya siswa senatiasa dilaksanakan atau dilakukan dengan cara mengundang berbagai pihak untuk melihat berbagai produk karya siswa dengan harapan terjalin komunikasi yang baik dengan berbagai pihak melalui karya-karya kreatif yang dihasilkan siswa sehingga bisa membangun citra positif siswa dan lembaga.

Pemanfaatan media massa, dan menjalin hubungan yang baik antara lembaga, merupakan strategi dalam upaya untuk memperkenalkan sekolah sebagai lembaga membangun dan pendidikan kepada masyarakat luas. Ini sudah sesuai dengan fungsi dan efek dari media massa tersebut yang dimanfaatkan oleh sekolah. Begitupula menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan dan lembaga lainnya, ini bukan semata mata sebagai pemenuhan kebutuhan secara material dalam kaitannya dengan pendidikan. Lebih dari pada itu sebagai upaya untuk pencitraan (dalam artian positif) agar lembaga ini diakui oleh masyarakat. Misalnya saja kerjasama yang dilakukan dengan lembaga pemerintahan, dari sudut pandang citra atau image, masyarakat akan melihatnya sebagai sekolah yang kredibel karena bekerjasama dengan pemerintah, begitupun kerjasama dengan beberapa perusahaan besar lainnya yang sudah lebih dulu dikenal mempunyai image atau citra baik.

Pemanfaatan Media Baru

YPI Uswatun Hasanah, tidak ketinggalan membuat video profile atau berbagai kegiatan yang diunggah di Youtube. Hal ini menjadi sebuah keniscayaan untuk saat ini, dimana semua orang sudah sangat dekat dengan media baru ini. Dalam meningkatkan citra sekolah, maupun hanya sebagai memperkenalkan lembaga tersebut, pembuatan video profil menjadi sangat penting di era digital ini.

Generasi sekarang ini (digital native), selalu mencari sesuatu yang ingin mereka kenal atau yang ingin diketahui melalui media internet salah satu dan yang paling sering digunakan adalah youtube. YPI Uswatun Hasanah membuat video tersebut sebagai sebuah strategi untuk hal tersebut. Video unggahan tersebut memuat mengenai sekolah dan berbagai kegiatan siswa, prestasi, dan beberapa mata pelajaran yang dijadikan kurikulum di sekolah tersebut. Selain mata pelajaran yang dipelajari seperti di sekolah umum, di sekolah setingkat SMU yaitu Madrasah Aliyah diperlihatkan beberapa video kegiatan seperti pencak silat, kegiatan di alam, dan kegiatan yang menggunakan teknologi modern. Selain itu beberapa profile guru pun diunggah di konten youtube tersebut. Unggahan video di youtube ini sebenarnya cukup efektif untuk memperlihatkan citra positif lembaga membangun dan pendidikan ini dan merupakan strategi komunikasi yang dibangun. Strategi merupakan bagian terpadu dalam suatu perencanaan, dimana perencanaan merupakan fungsi dari manajemen. Pendapat tersebut dapat terjemahkan

bahwa strategi merupakan proses yang menentukan langkah dalam suatu pengambilan keputusan dan dapat berdampak pada jangka panjang (Ahmad, 1990).

Strategi humas ini dilakukan untuk mencapai berbagai tujuan salah satunya adalah meningkatkan citra baik, misalnya saja agar lembaga atau organisasi ini semakin dikenal, yang tentu saja ujungnya adalah peningkatan minat dikalangan masyarakat yang menjadi sasaran atau target marketnya. Strategi humas dapat mengalami berbagai dampak seperti dampak positif dan dampak negatif. Sebab itu humas harus memahami bagaimana kondisi dari berbagai aspek dan juga menyiapkan berbagai strategi lain apabila satu strategi tidak berjalan dengan mulus.

KESIMPULAN

Di kota-kota besar memang sedang tinggi minat terhadap sekolah sekolah plus, dimana ada pelajaran agama tambahan yang dijadikan kurikulum utamanya. Beberapa orang yang ditanya mengenai hal tersebut memang membenarkan minatnya yang tinggi terhadap sekolah plus walaupun mereka tidak sepenuhnya menyepakati mahalnya pendidikan di tempat plus tersebut. Karena sekolah-sekolah yang memiliki nama tambahan "plus" tentu saja memiliki nilai lebih, dan tentunya memiliki keunggulan lain jika dibandingkan dengan sekolah-sekolah lain yang hanya menyediakan atau sesuai dengan prosedur pendidikan. Ada sekolah yang biayanya jauh di bawah sekolah-sekolah plus tersebut (sekolah islami plus) tetapi ini terjadi sebaliknya, disekolah yang lebih murah tersebut kurang peminatnya. Bahkan beberapa merasa sekolah dengan biaya yang relatif lebih murah tersebut hanya merupakan sekolah biasa saja dan merasa gengsi menyekolahkan anak mereka ke tempat tersebut. Dalam hal ini para siswa harus diberikan pemahaman lebih dalam, mengenai dari biaya mahal dan murahnya biaya pendidikan sama sekali tidak akan berpengaruh terhadap kualitas diri. Karena sejatinya kualitas itu dibangun oleh sendirinya, sekolah adalah sebagian kecil untuk membangun karakter kualitas itu sendiri, sehingga jika anak didik terus berpikiran seperti itu bisa dibilang alasan yang tidak sesuai.

Manajemen Komunikasi yang dibangun oleh fungsi humas di YPI Uswatun Hasanah ini bisa untuk menjembatani pemikiran-pemikiran mengenai persepsi masyarakat terhadap lembaga membangun dan pendidikan seperti ini. Beberapa strategi komunikasi baik internal maupun eksternal yang dilakukan, bahkan penggunaan media baru membuat perbedaan YPI Uswatun Hasanah dengan yang lainnya. Paling tidak citra yang ingin disampaikan adalah bahwa YPI Uswatun Hasan dengan sekolahnya bisa sejajar bahkan lebih dari sekolah-sekolah plus dan umum.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan mengkombinasikan variabel penelitian lain yang relevan dan terkini sesuai dengan kebutuhan ilmiah, menambah referensi penelitian terdahulu yang lebih bervariasi serta dengan melakukan rekonstruksi model kerangka penelitian dengan menggunakan metode penelitian lainnya.

PENGHARGAAN

Teruntuk *reviewer* terima kasih telah meluangkan waktunya untuk membaca artikel ini, menemukan kesalahan dan meminta perbaikan demi tersusunnya artikel yang lebih baik dan relevan dengan kaidah keilmuan.

DAFTAR PUSTAKA

Awaludin Pimay. 2006. *Metodologi Membangun , Kajian Teoritis dari Khazanah AlQuran.*

Semarang: RaSail

- Iriantara, Y. 2004. *Manajemen Strategis Public Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Juhji. 2020. *Manajemen Humas Sekolah*. Bandung: Widina Bhakti Persada. Kusumastuti, F. 2004. *Dasar - Dasar Humas*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Moore, F. 2005. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Z. 2010. *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan: Konsep, Fenomena dan Aplikasinya*. Malang: UMM Press.
- Ruslan, R. 2017. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sari, A. 2017. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: DeePublish.
- Uisyanto. 2006. *Pengantar Filsafat Membangun*. Yogyakarta: Teras.