

Volume 2 Nomor 1 2018

KERANGKA KERJA MANAJEMEN HUMAS DALAM LEMBAGA PENDIDIKAN

Jailani

Universitas Nurul Jadid
Paiton Probolinggo Jawa Timur
jailanipascaunuja@gmail.com

Abstrak: *Educational institutions are grown by initiative, one of which is certainly inseparable in so much the contribution of the existence of a mature planning with the preparation of a strategy / concept of management framework to create a quality educational institution. This journal describes a public relations management framework within educational institutions ranging from Planning, Organizing, Actuating, and Controlling. Public affairs and lobbying are high status and strategically important strategic public relations. It is a field of public relations practice that produces high levels both scientifically and publicly concerning the role it perceives in supporting the company's strengths and impacts related to the functional legitimacy of democratic institutions. For this paper content analysis is done from academic journals to provide insight into how public affairs and lobbying have been theorized and researched within it public relations scholarship and to ascertain what level of wider public concern has been addressed. The findings include empirical confirmation of a low level of research activity in public affairs; that rhetorical stakeholders and theories are the most widely used theories, but far from the dominant paradigm;*

Kata kunci: *Management, Public Relations, Educational Institutions., Lobby, Public Relations Theory, Discourse.*

PENDAHULUAN

Dalam meningkatkan kualitas dan meningkatkan sistem pendidikan, maka diperlukan peran manajemen yang tepat guna (Baharun, 2016a), utamanya manajemen humas atau *public relation*. Tugas dasar dari *public relation* (PR) adalah mengatur dan menyampaikan pesan yang diinginkan untuk menargetkan publik. Ini adalah tentang komunikasi yang tujuannya adalah untuk mencapai pemahaman yang lebih baik dan penerimaan perubahan yang diperlukan yang datang dengan proses meningkatkan kualitas dan meningkatkan sistem pendidikan yang lengkap.

Oleh karena itu peran departemen humas adalah untuk menginformasikan dan meningkatkan kesadaran warga negara untuk menciptakan suasana iklim sosial yang positif untuk penerimaan program dan proyek baru di masyarakat umum. Strategi PR komunikasi dua arah, menginformasikan dan pengembangan publisitas positif secara khusus berorientasi mendapatkan dukungan dari publik yang relevan yang diharapkan untuk berpartisipasi aktif. Hubungan publik proaktif juga berkontribusi untuk mencegah potensi situasi konflik yang akan menghasilkan publisitas negatif.

Komunikasi strategis adalah lintas batas konsep yang menangkap, lebih baik daripada public relations, fenomena kompleks dari suatu proses komunikasi yang ditargetkan oleh organisasi. Tujuan

Volume 2 Nomor 1 2018

artikel ini ada dua. Pertama, tujuannya adalah untuk menggambarkan dan mencerminkan perkembangan dan pelembagaan publik hubungan pendidikan dan penelitian di Swedia. Kedua, berdasarkan perubahan lintas batas kita lihat dalam industri, pendidikan dan penelitian, kami berpendapat bahwa komunikasi strategis adalah kerangka kerja konseptual dan holistik yang lebih valid dan relevan dari pada hubungan masyarakat (Fauzi, 2015).

Di bagian akhir, perlunya kerangka konseptual baru: komunikasi strategis. Itu perubahan dalam masyarakat akhir-modern, pertumbuhan industri PR yang luar biasa, dan persesuaian antara hubungan masyarakat, komunikasi organisasi, manajemen dan pemasaran dalam teori dan praktik disoroti. Tokoh yang mengilustrasikan kerangka teoritis lintas batas disajikan, dan diskusi tentang keuntungan, kerugian dan posisi akademik komunikasi strategis menyimpulkan artikel. (Mundiri, 2016)

Manajemen Humas

Public Relations yang sering kita sebut dengan humas atau hubungan masyarakat mempunyai dua pengertian. Pertama, public relations diartikan sebagai *technique of communication* (teknik komunikasi) dan yang kedua, Public Relations diartikan sebagai *method of communication* (metode komunikasi) (Baharun, 2006). Public relation ialah peran manajemen untuk menggapai suatu goal tertentu yang memiliki program kerja pasti, jelas dan terperinci, mencari fakta, rencana, komunikasi sampai mengasesmen seluruh prestasi yang sudah dicapai (Afifa, Evelina, & Mm, 2012).

Hubungan masyarakat merupakan sebuah seni ilmu social dimana ilmu tersebut mencakup analisa, perencanaan, penentuan, pengarahan, pelaksanaan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan atau tujuan pada instansi atau organisasi dengan masyarakat terkait (Dr. Abdul Rahmad, 2016). Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwasanya defenisi umum public relation ialah suatu fungsi manajemen yang menggeluti penilaian pada sikap public yang dalam hal ini masyarakat, pengidentifikaasian kebijaksanaan dan cara dimana seseorang/ kelompok melakukan demi kepentingan masyarakat, serta membuat rencana dan melaksanakan program kerja untuk menarik perhatian, pengenalan, pengetahuan, partisipasi sertasupport dari masyarakat luas. Karena sesungguhnya arti dari humas merupakan suatu pola untuk menjadi tetangga serta warga yang baik supaya dapat diterima oleh lingkungan.

Jadi Konsep Public Relations sebenarnya berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut akan muncul perubahan yang berdampak (Masykuri, 2011). Public Relations menyangkut suatu bentuk komunikasi yang berlaku untuk semua organisasi (non profit - komersial, publik- privat, pemerintah - swasta). Artinya Public Relations jauh lebih luas ketimbang pemasaran dan periklanan atau propaganda, dan telah lebih awal.

Manajemen Humas : Tujuan Dan Fungsinya

Adapun tujuan dan fungsi pokok manajemen humas adalah sebagai berikut :

1. *Planning* (Perencanaan)

Volume 2 Nomor 1 2018

Perencanaan sebagai fungsi manajemen dilakukan pada tahap pertama sebelum melaksanakan kebijakan, program dan kegiatan. Perencanaan sebagai cetak biru (blu print) atas kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan organisasi (Stoner, James, A.F., Freeman, R.W. dan Gilbert, 1996).

Perencanaan merupakan upaya untuk menentukan program kegiatan yang ingin dilakukan serta bagaimana cara mencapai tujuan organisasi. Perencanaan sebagai suatu proses mempersiapkan sesuatu yang akan dilakukan pada saat selanjutnya untuk meraih tujuan yang sudah disepakati. Sempelnya, perencanaan merupakan usaha yang terus menerus, sadar dan terorganisir dilaksanakan agar supaya dapat memilih alternatif yang paling baik untuk menggapai tujuan bersama (Baharun, 2006).

Adapun fungsi dari perencanaan ialah meminta para manajer untuk membuat keputusan-keputusan tentang 4 (empat) unsur rencana yang fundamental, yaitu sasaran, pelaksanaan, sumber daya dan tindakan. *“The function of planning is to ask managers to make decisions about 4 (four) elements of a fundamental plan, ie goals, execution, resources and actions.”* (Ivancevich, 2001).

Dari beberapa pengertian perencanaan yang telah dikemukakan ada beberapa persamaan pendapat menyangkut beberapa aspek perencanaan (Schermerhorn, John R., 2005).

Aspek-aspek perencanaan tersebut yaitu:

- a. Perencanaan sebagai suatu proses.
- b. Perencanaan berorientasi masa depan.
- c. Perencanaan berorientasi pada pencapaian tujuan organisasi.
- d. Perencanaan menjabarkan kegiatan-kegiatan.
- e. Perencanaan sebagai kegiatan untuk mengidentifikasi sumber daya yang dapat menunjang pelaksanaan kegiatan-kegiatan.
- f. Perencanaan merupakan kegiatan mempersiapkan sejumlah alternatif.

2. Pengorganisasian

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

Dalam artian praktis, fungsi pengorganisasian meliputi: (1) perancangan tanggung jawab dan kewenangan setiap jabatan individual, dan (2) penetapan jabatan-jabatan tersebut dikelompokkan dalam bagian-bagian tertentu. (Mundiri, 2017) Hasil dari fungsi pengorganisasian adalah struktur organisasi.

- a. Penentuan staf atau staffing merupakan kegiatan yang dipusatkan pada manajemen sumber daya manusia.
- b. Pemimpinan atau leading.
- c. Pemberian motivasi, *motivating*.

Volume 2 Nomor 1 2018

d. Pengendalian.

3. Pelaksanaan (Aktuating)

Pelaksanaan disini ialah tindakan atau perbuatan untuk menjalankan sebuah program yang sudah direncanakan.

4. Pengawasan/Monitoring Dan Evaluasi

Monitoring merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memaparkan informasi tentang sebab akibat dari sebuah kebijakan yang tengah dilaksanakan. Monitoring akan dilaksanakan disaat sebuah kebijaksanaan diterapkan, hal ini dibutuhkan agar supaya kesalahan yang terjadi dapat segera ditemukan dan segera diatasi, sehingga akan memperkecil resiko yang lebih besar terjadi.

Monitoring bertujuan untuk menjaga agar kebijakan yang diterapkan dalam sebuah lembaga/organisasi dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang sudah direncanakan dan dapat menemukan kesalahan sekecil mungkin hingga tidak ada resiko yang lebih besar lagi. Monitoring juga bertujuan untuk memodifikasi dan merubah system kebijakan jika dirasa hasil monitoring membutuhkan perubahan tersebut.

Selain monitoring juga diperlukan evaluasi, dimana evaluasi tersebut diambil dari bahas inggris “EVALUATION” yang memiliki arti suatu tindakan atau kegiatan untuk menilai kinerja suatu kebijakan, evaluasi ini akan dilaksanakan jikalau kebijakan tersebut telah berjalan dengan waktu yang cukup.

Evaluasi ialah proses yang dilakukan untuk menilai bagaimana sebuah program yang sudah disusun telah dikelola dengan efektif sebagai media untuk melakukan tindakan selanjutnya (Baharun, 2016b). Evaluasi ini akan melihat apakah program telah dilaksanakan sesuai dengan panduan yang direncanakan atau tidak. Sedangkan evaluasi hasil menilai efek apa yang didapat dari pelaksanaan program humas, apakah sudah memenuhi tujuan atau belum.

Evaluasi bertujuan untuk menentukan tingkat kerja dalam suatu kebijakan, mengukur tingkat efisiensi dalam kebijakan. Mengukur kualitas output dari suatu kebijakan, mengukur dampak positif dan negative dari suatu kebijakan, mengetahui jika terjadi suatu penyimpangan-penyimpangan dengan cara mengadakan perbandingan tujuan, sasaran dengan target yang sudah tercapai.

Evaluasi sebagai input/masukan bagi tahapan kebijakan kedepan supaya dapat menghasilkan kebijakan yang lebih baik darisebelumnya (R.L. Thorndike and E.P.Hagen, 2009). Evaluasi merupakan penyediaan information yang bisa dijadikan sebagai salah satu pertimbangan untuk membuat keputusan (“National Study Committee on Evaluation dalam Stark dan Thomas (1994:12) lihat juga Jody Fitzpatrick. Evaluation in Action: Interviews With Expert Evaluators.,” 2009).

Unsur Dasar Kehumasan

Ketika kita sudah mengetahui sejarah dan pengertian dari manajemen humas, tidak kalah pentingnya kita harus mempersiapkan unsur- unsur manajemen Public Relation yang pastinya terlibat

Volume 2 Nomor 1 2018

dalam mensukseskan tujuan yang paling baik. Menurut George Terry, salah satu praktisi public relation mengemukakan tentang unsur-unsur yang dibutuhkan agar tercapainya gol yang maksimal¹:

- a. Men and Women ialah manusia laki laki dan perempuan salah satu pihak yang memerankan peranan penting atas keberhasilan kinerja manajemen dan terlibat langsung dalam perjalanan/proses manajemen tersebut.
- b. Material atau alat yang diperlukan yaitu melibatkan barang-barang atau sesuatu yang harus kita beli dan dipersiapkan agar supaya bisa menunjang keberhasilan dari proses manajemen tersebut.
- c. Machines atau sarana prasarana yang kita gunakan yaitu meliputi seluruh alat atau barang yang mendorong untuk melaksanakan proses dalam manajemen.
- d. Methods ialah teknik atau cara yang kita pakai dalam menjalankan proses manajemen agar supaya sesuai dengan apa yang kita harapkan.
- e. Money atau dana ialah anggaran yang kita butuhkan harus benar benar sesuai dengan program yang sudah kita rencanakan agar supaya tercapainya tujuan maksimal.
- f. Market atau pasar ialah khalayak yang di jadikan sasaran untuk menjalankan proses kegiatan manajemen.

Ada 4 unsur falsafah yang bisa kita jelaskan dari pengertian humas diatas yaitu :

1. Humas ialah prinsip manajemen yang sifatnya sosial
2. Humas ialah wujud dari prinsip terhadap tataran kebijakan.
3. Humas ialah komunikasi 2 arah yang sifatnya menunjang atas keberhasilan kebijakan program dari manajemen humas yaitu meliputi dalam hal informasi, penjelasan dan promosi agar terjadi pengertian yang baik.
4. Public relation salah satu cara bagaimana bisa menciptakan atau membuat opini masyarakat/public.

Ada pula unsur falsafah yang sangat berpengaruh dari bidang praktik dan teori :

1. Public relation dijadikan sebagai salah satu upaya untuk mempengaruhi kemauan perorangan dan kelompok agar supaya bisa merubah minset atau pola pikirnya secara global oleh pemegang tampuk kekuasaan atau pemerintah.
2. Public relation juga dijadikan ajang untuk mendorong atas majunya dibidang perekonomian. Prinsip atau falsafah seperti ini hanya digunakan oleh kelompok usaha yang mencari keuntungan.
3. Public relation dapat menggunakan ilmu pengetahuan yang seluas – luasnya agar supaya bisa mencapai tujuan yang maksimal.

¹ (Trisakti, 2008) Hlm 98

Volume 2 Nomor 1 2018

4. Visi dan misi yang kita rencanakan harus disesuaikan atau bahkan jauh dua kalilipat dari kebutuhan masyarakat.

Sedangkan Ruang lingkup Humas/*Public Relations* lebih luas dari pada hanya penyelenggaraan relations yang baik antara pihak organisasi atau institusidengan media. Humas/*Public Relations* harusmelibatkandari semua aspek yaitumemperhatikan organisasi atau institusi swasta,public, komersial maupunnonkomersil.Pada awalnya humas atau*Public Relations* bertujuan menanamkan pemahaman *goodwill*, pemberian kepercayaan dan penghargaan kepada lembaga atau institusi yang terlibatantar pihak internal ataupun eksternal didalam ruang lingkupmasing-masing.

Widjaja, mengungkapkan bahwa “ruang lingkup humas” pada bukunya yang berjudul“*Communications and Public Relation* sebagai berikut:

- a. Pengolahan dan pengumpulan data

Pengolahan dan pengumpulan data bermanfaat untuk memberikan informasi kepada lembaga dan khalayak umum serta bisa sebagai umpan balik informasi dari lembaga dan masyarakat

- b. Penerangan

Dalam hal ini tugasnya memberikan informasi kepada masyarakat melalui media massa berkaitan tentang kebijakan dan pelaksanaan program kerja lembaga atau institusi tersebut.

- c. Publikasi

Semua kebijakan dan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga atau institusi harus dipublikasikan.

Jefkins,dalam buku *Public Relations*,ruang lingkup dibedakan dalam 2 bagian diantaranya ialah sebagai berikut:

1. *Public Internal*, menjaga relasi kedalam
2. *Public Eksternal*,menjaga relasi keluar.

Effendy, dalam buku Kamus Komunikasi, membagi target kegiatanhumas/*Public Relations*, menjadi 2 bagian diantaranya ialah :

1. *Public Internal Relations*ialah orang-orang terlibat didalam organisasi dari pegawai paling atas sampai paling bawah.
2. *Public Eksternal Relations* ialahorang-orang yang keberadaannya di luar lembaga atau organisasi tetapi masih mempunyai hubungan dengan organisasi atau lembaga tersebut.

Seorang *Public Relations* seharusnya mempunyai kemampuan atau caraberkomunikasi yang baik dalammenjalankan kegiatan – kegiatan yang sudah di programnya dengan sikap profesional, sehingga bisa menciptakan relations/hubungan yang baik dan bisa menjangkau ruang lingkup *public relations* yang sangatluas. Dari pengertian yang sudah diurai diatas kita bisa mengambil kesimpulan secara global,bahwa batasan ruang lingkup dari humas/*Public Relations*dapat kita bagi menjadi 2 bagian, yaitu *External Public Relation dan InternalPublic Relations*

Volume 2 Nomor 1 2018

1. Internal Public Relations

Internal Public Relations pada hakekatnya ialah hubungan atau relasi antar pegawai atau karyawan pada suatu instansi atau lembaga (*staff relations*) atau antar anggota disebuah lembaga/organisasi dengan menggunakan komunikasi *internal*.

Effendy dalam bukunya *Human Relations Dan Public Reations* mengemukakan bahwa:

Internal Public Relations adalah kegiatan yang berencana, membina dan memelihara sikap budi yang dilakukan oleh atasan dengan bawahan dan bawahan dengan bawahan didalam suatu organisasi.

Definisi *Internal public relations*, Muhammad dalam bukunya *Komunikasi Organisasi* adalah:

“Kegiatan yang terencana yang ditujukan kepada anggotanya didalam suatu organisasi”.

Mengingat pentingnya tugas *Internal Public Relations*, terutama yang bersifat formal, ada tugas yang perlu diperhatikan agar pelaksanaan kegiatan *Internal Public Relations* dapat berjalan dan dapat dilaksanakan dengan baik, setiap karyawan atau pegawai harus berupaya menjaga citra perusahaan atau instansi, menciptakan suasana kerja yang baik, salah satunya yaitu membina hubungan harmonis antara karyawan/pegawai.

Kemudian *Internal Public Relations* dapat mendukung kegiatan perusahaan seperti menerima dan melaksanakan tugas yang telah diberikan pihak manajemen dengan penuh tanggung jawab serta melaksanakan pengarahan berupa pemberian motivasi kepada karyawan.

Breannan di kutip Effendy, didalam bukunya *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* memberikan pengertian tentang *Communication Internal* sebagai berikut: *Sharing gagasan antara admin dan staf/karyawan didalam sebuah lembaga atau perusahaan yang bisa menimbulkan terjadinya kesempurnaan terhadap program dan struktur yang uniq dari organisasi/lembaga tersebut dan sharing gagasan vertical maupun horizontal yang menimbulkan pekerjaan langsung (Manajemen dan operasi).*

Komunikasi Internal ialah sering gagasan antara atasan kepada karyawan/bawahan, bawahan kepada atasan maupun bawahan dengan bawahan yang lainnya, hingga dapat terjalin kerjasama yang baik dengan keseluruhan karyawan/pegawai.

Public internal merupakan kelompok yang ada pada suatu perusahaan/instansi dan melakukan aktivitas dalam perusahaan tersebut. Kinerja *Public Relations* dalam suatu perusahaan atau instansi adalah sebagai mediator komunikasi antara karyawan dengan pimpinan dan akan sangat membantu perkembangan perusahaan. Palapah dan Syamsudin dalam buku *Studi Ilmu Komunikasi* mengatakan bahwa *Internal Relations* Terdiri dari :

1. *Employee Relations* ialah relasi yang memelihara manajemen dengan pegawai secara formal.
2. *Human Relations* ialah relasi yang memelihara antara pegawai dengan pegawai secara tidak formal, sebagai makhluk Tuhan/manusia

Volume 2 Nomor 1 2018

3. *Labour Relations* ialah relasi yang memelihara antara direksi manajemen dan karyawan lembaga atau perusahaan guna menyelesaikan permasalahan yang ada diantara keduanya.

4. *Stockholder Relations*, *Industrial relations* dan sebagainya sesuai dengan sifat dan kebutuhan institusi/perusahaan.

Kita bisa menciptakan hubungan yang harmonis dan selaras antara *public internal* dalam suatu organisasi atau instansi, apabila kita sudah bisa membangun komunikasi dua arah yang efektif antara pimpinan dan pegawai. Adanya *Two way Communication* sangatlah penting hal ini untuk menghindari kesalah pahaman diantara kedua belah pihak.

1. Eksternal *Public Relations*

Didalam kamus “*Funk and Wagnall, Kamus Desk Standar Amerika*” dimana Anggoro mengutip kedalam bukunya yang berjudul “Profesi, Teori Kehumasan dan aplikasinya di Indonesia”, menyampaikan bahwa pengertian dari Eksternal *Public Relations*, ialah :

Segenap teknik dan kegiatan yang dipakai oleh sebuah individu atau organisasi agar supaya bisa memelihara dan menciptakan sikap serta tanggapan yang paling baik.

Berikut adalah eksternal *public relations* secara global dalam perusahaan atau organisasi: *Press public, Government public, Community public, Supplier public, Customer public, Consumer public, Educational public, General public*. Publik eksternal ialah mereka yang keberadaannya tidak ada didalam perusahaan atau organisasi, namun mempunyai relasi dengan lembaga atau perusahaan tersebut. Ada banyak khlayak yang mirip kegiatannya dengan kegiatan organisasi atau perusahaan, seperti yang dituangkan oleh Effendi, didalam bukunya “*Hubungan Manusia dan Hubungan Masyarakat*”, ialah:

1. *Customer Relations*: sebuah perusahaan atau lembaga dikatakan sukses apabila bisa mendapatkan pelanggan tetap dan selalu mengadakan komunikasi berkelanjutan secara intens.
2. *Community Relations* menjaga hubungan dengan masyarakat sekitar agar supaya mendapat perhatian penuh dari masyarakat tersebut perlu dilakukan.
3. *Government Relations* menjaga hubungan yang baik dengan pemerintah sangat perlu dilakukan dengan cara menjaga komunikasi agar selalu diberikan kelancaran dalam melaksanakan program yang di buat . Apabila dikemudian hari terdapat kendala kendala yang dihadapi atau kesulitan kita dengan mudah menyelesaikannya karena kita sudah menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah.
4. *Press Relations* hubungan dengan pers disini adalah kita artikan yang sangat luas, yaitu seluruh media massa. Hubungan ini sengaja kita pelihara agar supaya lancar dalam mempublikasikan program atau kebijakan yang sudah kita susun.

Volume 2 Nomor 1 2018

Kerangka Kerja Manajemen Humas dalam Lembaga Pendidikan

Ditemukan bahwa faktor-faktor relevan yang membawa kesuksesan pada organisasi pendidikan dengan mengadopsi praktik KM adalah perpaduan yang tepat dari 1) Infrastruktur teknis yang terintegrasi (termasuk jaringan, basis data, repositori, komputer dan perangkat lunak), 2) Budaya organisasi yang mendukung pembelajaran, berbagi dan menggunakan pengetahuan, 3) Motivasi dan komitmen pengguna termasuk insentif dan pelatihan dan 4) Dukungan manajemen senior terkait dengan alokasi sumber daya, kepemimpinan dan memberikan pelatihan .

Inisiatif pengetahuan menggunakan Integrated infrastruktur teknis menjadi lebih individualistis dan berorientasi pada tujuan pribadi, alih-alih organisasi. Demikian ini tetap merupakan tantangan utama yang harus diatasi. Ada beberapa acara yang diselenggarakan di Pendidikan Tinggi Lembaga yang memfasilitasi upaya interaksi sosial untuk mendorong berbagi pengetahuan. Kebutuhan pengetahuan kerja untuk ditangkap dan didistribusikan melalui karya yang dirancang dengan baik proses dan metodologi yang didefinisikan harus diadopsi untuk menangkap dan menggunakan pengetahuan secara otomatis melalui pekerjaan proses.

Sistem Manajemen Pengetahuan sekarang diterima oleh sebagian besar dari organisasi sebagai kunci untuk pengambilan keputusan yang lebih baik mendapatkan keunggulan kompetitif. Komunitas Akademik memiliki banyak peluang untuk menerapkan Pengetahuan Praktik manajemen seperti yang dibahas dalam aplikasi melayani di portal. Menerapkan Manajemen Pengetahuan konsep telah menyebabkan Lembaga Pendidikan Tinggi untuk mengeksplorasi bagaimana Manajemen Pengetahuan dapat diterapkan di Higher

Sekaligus beroperasi secara efisien dan efektif bisnis di pasar yang kompetitif [4]. Kerangka yang diusulkan dari sistem KM dan pendukung teknologi akan memadukan tujuan organisasi, sosial proses, perilaku organisasi, dan strategi organisasi dengan strategi manajemen Pengetahuan. Akan ada serempak dalam proses penciptaan pengetahuan, berbagi, atau aplikasi. Ini akan mendorong pertumbuhan suatu organisasi, Institusi Pendidikan Tinggi dalam hal ini, dan mempromosikan kegiatan utama mengajar, belajar dan akademik administrasi. Singkatnya jika portal KM benar dan diimplementasikan seperti yang dibahas di atas, itu akan meningkatkan Kinerja institusi dan produktivitas.

Perencanaan Strategis Dalam Hubungan Masyarakat:

1. Penelitian

Langkah pertama perencanaan strategis public relations termasuk meneliti lingkungan internal dan eksternal untuk menetapkan tujuankomunikasi untuk setiap publik yang relevan. Penelitian dilakukan melalui survei atau wawancara dengan kelompok yang disebut fokus tentang subjek tertentu. Studi tentang konten media (kliping), atau apa yang disebut "riset desktop" juga berguna.

Volume 2 Nomor 1 2018

Merekasebenarnya adalah penelitian internal dari data yang ada (seperti indikator statistik, studi keluhan, dll.). Penelitian sekunder yang disebut statistik eksternal

juga berguna, di mana penelitian yang ada digunakan, tetapi mereka dianalisa cara sekunder mempertimbangkan masalah saat ini.

2. Tujuan Dan Pemilihan Model, Saluran, Dan Teknik PR Komunikasi

Peran PR modern tidak hanya untuk menginformasikan lebih lanjut, atau untuk menciptakan publisitas positif, sekarang praktik PR didasarkan pada penelitian ilmiah dan dua arah komunikasi yang memastikan umpan balik tentang efek komunikasi kita. Bertentangan dengan model asimetris dua arah yang tujuannya adalah untuk membujuk, dua arah Model simetris PR mencoba untuk saling memahami. Memahami adalah dicapai melalui negosiasi langsung dengan publik target yang relevan. Selain memilih model dan mendefinisikan tujuan komunikasi PR untuk khususnya target kelompok publik, perencanaan strategis juga berarti memilih komunikasi saluran dan teknik yang paling tepat yang akan digunakan, agar supaya target yang diinginkan tercapai (Hasan Baharun, 2017). Pesan punya untuk, di atas segalanya, menarik perhatian dan dapat dipahami oleh publik target tertentu mereka dimaksudkan untuk. Khususnya, kami ingin pesan target kami diperhatikan dan ingat dan menyebabkan reaksi sesuai dengan sudut pandang kita mengirim. Teknik dasar yang paling umum adalah: menulis PR, membuat cetakan materi media (press release), mengatur konferensi pers dan mempersiapkan pidato untuk penampilan publik. Memilih teknik juga tergantung pada medium.

2. Teknik PR Basic Mempertimbangkan Medium

Saluran komunikasi yang paling penting adalah media. Pesan untuk media harus mengandung apa yang disebut nilai-nilai berita, yaitu harus mengandung hal-hal baru itu wartawan, editor menganggap berharga untuk penerbitan. Bentuk yang paling umum adalah jumpa pers. Materi cetak untuk jurnalis harus informatif dan diedit di cara yang ketat, meskipun hubungan semacam ini dengan media memungkinkan gratis publisitas. Menggunakan organisasi siaran pers ingin menyajikan gambaran positif (gambar) tentang dirinya sendiri, pekerjaan dan programnya kepada publik, tetapi terpisah dari memberi tahu media tentang sesuatu yang baru, juga digunakan dalam situasi kapan pun lembaga harus bereaksi terhadap informasi negatif yang terjadi di masyarakat untuk membantah mereka.

Konferensi pers juga sangat sering digunakan untuk menyajikan berita. Bertentangan dengan pers rilis, konferensi diselenggarakan untuk memastikan liputan media yang lebih baik. Alasan untuk menyelenggarakan apa yang disebut konferensi pers klasik adalah penting acara atau pengumuman yang biasanya disajikan oleh pimpinan itu sendiri. Pakar juga dapat hadir untuk memberikan penjelasan tambahan untuk pertanyaan wartawan. Hari peringatan, penghargaan, hasil bisnis yang baik adalah penyebab paling umum

Volume 2 Nomor 1 2018

Profesor Maurice Kogan membuat kontribusi berharga untuk beasiswa dalam beberapa bidang, khususnya pendidikan tinggi. Dia adalah Profesor Pemerintahan dan Sosial Administrasi di Brunel University selama lebih dari 25 tahun, sangat berbeda kontributor Organisasi untuk Kerjasama dan Pengembangan Ekonomi (OECD) dan editor jurnalnya, Manajemen Pendidikan Tinggi. Maurice Kogan lahir pada bulan April 1930 untuk imigran Rusia dan Polandia dan tumbuh di East End of London. Ayahnya meninggal ketika dia berusia 4 tahun dan ibunya, pergi dengan enam anak untuk dibesarkan, menjalankan sebuah sweetshop.

Dia pergi ke Stratford Grammar School dari mana dia memenangkan pameran Christ's College, Cambridge. Dia mencapai yang pertama dalam perjalanan sejarah pada tahun 1953 dan, menolak beasiswa penelitian, ditempatkan pertama di Rumah Sipil Pemeriksaan administrasi kelas layanan di tahun yang sama. Selama 14 tahun berikutnya, termasuk setahun sebagai Fellow Harkness, ia bekerja di Departemen Pendidikan, kemudian Departemen Pendidikan dan Sains, di mana dia naik ke pangkat asisten sekretaris, setelah menjadi sekretaris di Central Dewan Penasehat untuk Pendidikan (komite Plowden) dan 1956-1958, sekretaris pribadi untuk Sir Edward (nantinya Tuan) Boyle, maka sangat berpengaruh sekretaris parlemen. Pada tahun 1967, setelah rekomendasi Robbins untuk perluasan pendidikan tinggi, Kogan memutuskan untuk pindah ke Brunel University, sebuah perguruan tinggi dari teknologi canggih yang baru saja diberikan status universitas, sebagai direktur PT unit penelitian reorganisasi rumah sakit. Pertimbangan utama adalah kelompok ilmuwan sosial terapan yang dibedakan yang Brunel telah berhasil

Menarik ke kursi fondasi - Elliott Jacques, Keith Hopkins, John Vaizey dan Dan Tukang giling. Ini semua adalah kepribadian yang kuat, agak kasar, tetapi orang yang memberi universitas baru memiliki reputasi yang baik. Kogan tidak memiliki kesulitan dalam menyesuaikan diri. Pada 1969 dia adalah Profesor Pemerintahan dan Administrasi Sosial, setahun kemudian menjadi kepala departemen, sebuah pos yang dia pegang 20 tahun, dan pada tahun 1971 dekan fakultas. Pada tahun 1989, pada kematian mendadak vicechancellor, Kogan menjadi wakil rektor selama sembilan bulan. Dia bisa melakukannya dengan baik telah menjadi wakil rektor di tempat lain jika dia telah memilih untuk membuat dirinya sendiri tersedia.

Dia memilih, bagaimanapun, untuk tetap di Brunel. Dia adalah seorang sarjana produktif dan menulis hampir 40 buku dan lebih dari 70 artikel jurnal dan bab buku. Dia memiliki hal yang tidak biasa hadiah untuk dapat berkolaborasi secara kreatif dan nama-nama Tony Becher, Ivar Bleiklie, John Brennan, Steve Hanney dan Mary Henkel sering muncul dalam bukunya bibliografi.

Dia meneliti dan menulis dalam tiga bidang akademis yang terpisah: manajemen PT layanan kesehatan dan sosial; kebijakan pendidikan (terkait erat dengan minat di pemerintah daerah); dan kebijakan pendidikan tinggi, baik di Inggris maupun internasional.

Volume 2 Nomor 1 2018

Kepentingan-kepentingan ini sering membawanya ke bidang yang lebih luas, tetapi di sepanjang itu ada kepastian benang umum. Sebagai seorang ilmuwan politik, dia secara konsisten tertarik pada proses dan lembaga, bagaimana masalah muncul dan konflik disajikan, bagaimana kebijakan diciptakan dan diimplementasikan dan apa dampaknya.

Di level lain, dia ingin menggoda bagaimana nilai-nilai itu direalisasikan organisasi, dan koneksi apa yang ada di antara nilai-nilai, bentuk-bentuk pengetahuan dan struktur organisasi. Dia skeptis, tidak mau menerimanya definisi yang terlalu rapuh, dan ingin merepresentasikan ambiguitas dan multidimensional perspektif; dia tidak menyukai kesimpulan sederhana.

Di bidang kesehatan, dua kontribusi terpentingnya adalah *The Working of the the NHS*, yang kesimpulannya sangat ditarik oleh Merrisson Komisi, dan Pemerintah dan Penelitian: Eksperimen Rothschild dalam Departemen Pemerintahan (1983), ditulis dengan Mary Henkel. Yang terakhir muncul dari undangan dari DHSS [Departemen Kesehatan dan Jaminan Sosial Inggris] pada tahun 1974 untuk bertindak sebagai konsultan dalam pengoperasian pelanggan / kontraktor pasca-Rothschild sistem manajemen penelitian di satu departemen pemerintah.

Kogan dan tim penelitiannya menikmati akses luar biasa ke surat-surat internal dan menghadiri lebih dari 200 pertemuan departemen dan melakukan lebih banyak dari 200 wawancara dengan staf DHSS. [Edisi 1983 Pemerintah dan Penelitian] sekarang sedang direvisi untuk diterbitkan ulang.

Dalam kebijakan pendidikan Kogan berkisar sangat luas, dengan studi tentang peran direktur pendidikan, badan pengurus sekolah, dan pemerintah daerah. Itu dua buku yang paling dikenalnya adalah *The Politics of Education* (berdasarkan pada wawancara diperpanjang dengan Edward Boyle dan Anthony Crosland, dan *The Perubahan Pendidikan Politik* yang menggambarkan bagaimana pendidikan muntah isu-isu politik yang menonjol dan bagaimana dalam “satu bidang kebijakan sosial, fundamental konflik nilai dan tekanan institusional bekerja di dalam politik dan sistem administrasi ”. Mungkin pekerjaannya yang paling langgeng adalah kebijakan pendidikan tinggi.

Di antara banyak buku adalah *Proses dan Struktur* yang terkenal di bidang Pendidikan Tinggi ditulis bersama Tony Becher, dan *Reforming Higher Education* ,ditulis dengan Stephen Hanney. Yang terakhir adalah bagian dari jenis komparatif belajar, kali ini dengan Swedia dan Norwegia, yang dicintai Kogan. Proyek menghasilkan empat volume pendamping yang, diambil bersama-sama, mewakili tengara studi di pendidikan tinggi di negara-negara Eropa utara.

Untuk OECD Kogan melakukan tinjauan nasional pendidikan atau lebih tinggi kebijakan pendidikan di AS, Finlandia, Yunani, Swedia dan Norwegia. Dia satu dari pendiri Konsorsium Peneliti Perguruan Tinggi, yang telah bertemu setiap tahun selama lebih dari 20 tahun. Melalui ini, ia melakukan yang signifikan pengaruh pada bagaimana penelitian pendidikan tinggi telah dikejar di

Volume 2 Nomor 1 2018

sekitar dunia. Kesaksian nyata untuk ini dapat dilihat dari tiga festschriften itu disajikan kepadanya dengan bab oleh para sarjana dari sepuluh kebangsaan.

Kogan murah hati, ramah dan menstimulasi sebagai kolega, tetapi sangat pedas seorang kritikus pekerjaan ceroboh atau postur politik, dan dengan internasional yang luas lingkaran teman, ia berkembang sebagai seorang pembahas dari interaksi politik dan kebijakan publik pada acara-acara sosial, sebaiknya saat makan malam di sebuah restoran miliknya pilihan.

Dia memperoleh status legendaris untuk mengidentifikasi di sekitar kantor OECD di

Paris makan tempat yang menawarkan kombinasi masakan dan suasana yang baik. Di London, makan malamnya yang tidak resmi setelah pertemuan-pertemuan Studi Pendidikan Tinggi Grup, yang ia bantu temukan, berbuat lebih banyak untuk menciptakan dialog kebijakan sejumlah seminar dan makalah penelitian.

Ambiguitas mengenai apakah identitas organisasi itu nyata, dalam, dan abadi atau apakah itu adalah konstruksi lancar dan mudah dipertukarkan juga bisa ditemukan dalam studi identitas organisasi. Namun, penelitian terbaru tentang identitas organisasi menunjukkan bahwa ambiguitas ini dapat terjadi berasal dari kegagalan untuk membedakan antara label identitas di satu sisi dan interpretasi berkelanjutan dari label ini pada yang lain. Itu Argumen bersandar pada asumsi bahwa identitas organisasi ditemukan dalam label yang kami gunakan saat kami membicarakan, mendeskripsikan, dan menganalisis suatu organisasi, dan bahwa itu adalah label yang biasanya dilembagakan dan dikomunikasikan kepada di luar.

Namun, penelitian menunjukkan bahwa tidak semua label identitas dianggap sebagai

valid dan membawa legitimasi yang tepat di lingkungannya. Tidak sedikit biasanya ditekankan bahwa gambar harus dapat dipercaya. Jika ini benar kasusnya, maka ada hubungan erat antara identitas organisasi hubungan yang mungkin mengarah ke berbagai hasil: Citra organisasi yang memberikan "kebaikan cocok "dengan identitas organisasi akan menghasilkan stabilitas dan hanya perubahan tambahan (bnd. Maret dan Olsen, 1989). Namun, itu mungkin mengklaim bahwa karena lingkungan yang semakin kompleks, dan lebih cepat menggeser tuntutan eksternal, situasi semacam itu menjadi lebih luar biasa pendidikan yang lebih tinggi. Dengan demikian, tidak hanya ada alasan untuk percaya bahwa banyak yang lebih tinggi lembaga pendidikan mengalami kesenjangan antara citra dan identitas, tetapi ini juga bisa menjadi ancaman potensial bagi kelangsungan hidup organisasi.

Secara khusus, identitas yang diberikan mungkin bermasalah ketika organisasi lingkungan menandakan perubahan dalam hubungan antara organisasi dan dunia luar. Ketika terlalu besar kesenjangan muncul antara identitas organisasi dan lingkungannya, krisis identitas dapat terjadi. Kesenjangan yang sangat besar antara gambar dan identitas bisa menunjukkan organisasi yang "memalsukannya

Volume 2 Nomor 1 2018

KESIMPULAN

Manajemen hubungan masyarakat adalah suatu komunikasi (penyampaian informasi) yang dilakukan melalui tahap penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian oleh lembaga atau organisasi terhadap masyarakat. Manajemen humas merupakan bentuk komunikasi timbal balik yang dilakukan dengan dua arah antara organisasi dengan masyarakat dengan tujuan untuk mewujudkan fungsi dan tujuan manajemen melalui peningkatan kerja sama, serta memperhatikan kepentingan bersama. Manajemen humas dalam pendidikan adalah serangkaian kerja sama dan pengelolaan yang dilakukan lembaga pendidikan dengan masyarakat (wali murid) sebagai penunjang kegiatan belajar mengajar di sekolah. Bentuk kerangka kerja manajemen humas dalam lembaga pendidikan berupa Planning (Perencanaan), Organizing (Pengorganisasian), Actuating (Pengaktifan), serta Controlling (Pengendalian).

Volume 2 Nomor 1 2018

Daftar Pustaka

- Afifa, N. U. R. S., Evelina, L. W., & Mm, D. (2012). Strategi Public Relations Dalam Membangun Customer Relationship Management Di Pt . Sungwon Button Indonesia, (April).
- Baharun, H. (2006). Manajemen Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan Pondok Pesantren (Studi di Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo). Tesis, konsentrasi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana, Universitas Islam Negeri.
- Baharun, H. (2016a). *Management Of Quality Education In Pesantren: The study of the Education Quality Improvement Pesantren by Strategy Management Approach*. Malang: 2nd INTERNATIONAL CONFERENCES ON EDUCATION AND TRAINING (ICET), UM Malang. Retrieved from <http://icet.fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2017/06/PROCEEDINGS-2ND-ICET-BOOK-2-.pdf>
- Baharun, H. (2016b). Penilaian Berbasis Kelas pada Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di Madrasah. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*.
- Dr.Abdul Rahmad. (2016). *MANAJEMEN HUMAS*. Media Akademi Ruko Jambusari 7A Yogyakarta 55283.
- Fauzi, A. (2015). Pengembangan Human Relation Perspektif Nilai-nilai al-Qur'an. *Mutawatir UIN Sunan Ampel Surabaya*, 1(2), 168–179.
- Hasan Baharun, Z. (2017). *Manajemen Mutu Pendidikan : Ikhtiar dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah melalui Pendekatan Balanced Scorecard*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Ivancevich, J. M. (2001). Human Resource Management. International Edition. (New York: McGraw-Hill & Irwin.
- Masykuri, N. C. (2011). PERAN PUBLIC RELATION TAK SEKEDAR FUNGSI TEKNIS. *HUMANIORA*, 2(9), 353–359.
- Mundiri, A. (2016). STRATEGI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DALAM MEMBANGUN BRANDING IMAGE. *Pedagogik*, 3(2), 58–72.
- Mundiri, A. (2017). Organizational Culture Base On Total Quality Management In Islamic Educational Institution. *ADRI International Journal Of Islamic Studies and Social Sciences*, 1(1), 1–11.
- National Study Committee on Evaluation dalam Stark dan Thomas (1994:12) lihat juga Jody Fitzpatrick. Evaluation in Action: Interviews With Expert Evaluators. (2009). Los Angeles: SAGE Publication.
- R.L. Thorndike and E.P.Hagen. (2009). Measurement and Evaluation in Teaching . Englewood Cliffs New Jersey: Prentice-Hall, Inc.,
- Schermerhorn, John R., J. (2005). Management Eighth Edition. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Stoner, James, A.F., Freeman , R.W. dan Gilbert. (1996). Management. Pritice-Hall, New Jersey.
- Trisakti, Y. (2008). *Dasar – dasar Manajemen*. Jakarta:Grasindo.