

Volume 2 Nomor 1 2018

PENCITRAAN : UPAYA MEMBANGUN *PUBLIC OPINION* BAGI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM

Nurul Yuli Wahyuni

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

Abstrak: Pencitraan adalah sebuah tolak ukur bagi suatu industri atau lembaga, khususnya lembaga pendidikan Islam, pencitraan sangat berperan dalam tumbuh kembangannya suatu lembaga pendidikan, merujuk dari pencitraan lembaga maka perlu adanya public opinion dan pembulikasian lembaga kepada masyarakat luas, dari adanya opini public maka langkah langkah yang mudah ialah memerankan masyarakat dalam segala bentuk program sekolah yang akan diselenggarakan, sehingga tujuan dari pada lembaga pendidikan dapat berkembang, sebab adanya partisipasi dari masyarakat merupakan ciri khas dari bentuk program pelayanan jasa khususnya dibidang pendidikan.

Kata kunci: *Pencitraan, Opini Publik, Madrasah, Pemasaran Pendidikan*

PENDAHULUAN

Semenjak pemerintah Indonesia mengesahkan UU No. 23 tahun 2003 tentang Sistem pendidikan Nasional atau SISDIKNAS maka pendidikan Islam mulai mendapatkan perhatian yang signifikan dan terarah, di mana dalam undang-undang tersebut mengakui lembaga pendidikan Islam sebagai lembaga formal yang sejajar dengan pendidikan yang ada dalam Kementerian Pendidikan Nasional.

Dengan ditetapkannya Undang-undang tersebut, memberikan angin yang segar bagi lembaga pendidikan secara otonom untuk mengembangkan lembaganya. Dalam tataran ideal teoritis, otonomi pendidikan merupakan tuntutan demokratisasi dan perkembangan peradaban serta ilmu pengetahuan dan teknologi. Masyarakat ditempatkan pada posisi otonom untuk merancang dan mengelola pendidikan, sehingga diharapkan akan tumbuh suatu format kehidupan masyarakat yang semakin mandiri, kritis dan kreatif (Baharun, 2012).

Dengan adanya otonomi tersebut, lembaga pendidikan Islam bagaikan mendapat tuntutan baru dalam pengembangan integrative dan aplikasi rekreatif edukatif, dimana target target ilmu pengetahuan tentang keislaman harus disinergikan dan dikawal di berbagai alur dan juknis kelembagaan mengenai kurikulum, keorganisasian lembaga, SDM, pengelolaan keuangan, sampai pada hubungan lembaga dengan masyarakat yang disebut dengan manajemen HUMAS.(Mundiri, 2016)

Volume 2 Nomor 1 2018

Mendapat tuntutan pendidikan, maka lembaga keislaman harus berperan aktif dalam menunjukkan eksistensinya sebagai lembaga berbasis nilai Islam. Pokok permasalahannya dalam lembaga pendidikan Islam adalah mengenai pengelolaan atau manajemennya. Hal tersebut dapat mempengaruhi rendahnya kualitas lembaga pendidikan Islam Indonesia. Adapun faktor faktor penyebab rendahnya kualitas tersebut menurut Husaini Usman yaitu : (1) Penyelenggaraan pendidikan menekankan pada hasil tidak konsisten; (2) Penyelenggaraan pendidikan dilakukan secara terpusat dan tidak holistik; (3) Peran serta masyarakat dalam dunia Pendidikan sangat minim. (Humas, Meningkatkan, Kurnia, & Santoso, 2013)

Perbaikan kualitas lembaga pendidikan Islam menuntut keaktifan peran warga dan madrasah/sekolah maupun melibatkan peran masyarakat/humas, tanpa adanya peran dari masyarakat tentunya lembaga pendidikan berjalan sepihak dan jemu serta sulit untuk berkembang, sebab itulah adanya partisipasi masyarakat akan membentuk program pelayanan jasa multifungsi khususnya dibidang pendidikan. Talenta masyarakat mampu mendorong suatu lembaga menjadi lebih kokoh, besar dan berkembang. Humas disini akan memberi dampak iklim modern dan keyakinan terhadap lembaga/madrasah. Karena perannya dalam perbaikan kualitas tersebut akan melahirkan sebuah citra positif pada institusi lembaga pendidikan Islam (Fauzi, 2015a). utamanya dalam mewujudkan Standar Nasional Pendidikan (SNP).

Melalui Standar Nasional Pendidikan ini, diharapkan lembaga pendidikan lebih aktif dalam merencanakan strategi pengembangannya dan mengimplematisasikan strateginya. Melihat kondisi pendidikan yang semacam itu, maka peran kepala sekolah/madrasah sebagai manajer dan unsur-unsur pendidikan lainnya sudah saatnya mengoptimalkan mutu kegiatan pembelajaran untuk memenuhi harapan pelanggan pendidikan (Hasan Baharun, 2017).

Lembaga pendidikan Islam di masa lampau mengeluhkan keberadaan alokasi dana pengelolaan sekolah, saat ini menjadi momentum fakta terbalik, justru pemerintah telah mengakui keberaan lembaga pendidikan Islam sebagai salah satu bentuk pendidikan formal serta memiliki kesempatan dan berimbangan pendanaan yang sama dengan sekolah-sekolah dibawah naungan Kementerian Pendidikan Nasional. Tantangan nyata terhadap analogi keberadaan lembaga pendidikan Islam adalah : (1) Banyaknya warga muslim memilih sekolah lain sebab fakto mutu dan kulaitas lembaga tersebut (2) manajemen seadanya dalam menjalankan program pendidikan (3) kurangnya publikasi lembaga pendidikan Islam ke masyarakat luas (4) masyarakat belum mengenal madrasah secara utuh sebagai pendidikan modern.

Dari arah sudut inilah pencitraan lembaga sangat dibutuhkan bahkan menjadi penting dibandingkan dengan lainnya, citra menjadi diperlukan dari segala bidang. Citra adalah suatu pemahaman yang timbul karena pemahaman suatu kenyataan. Namun pemahaman berdasarkan kurang lengkapnya informasi juga akan menimbulkan pencitraan yang tidak sempurna. Menurut Seitel

Volume 2 Nomor 1 2018

(Soemirat & Ardianto, 2002:136), citra merupakan komoditas yang rapuh (*fragile commodity*), akan tetapi citra perusahaan, yang positif adalah esensial, sukses yang berkelanjutan dan dalam jangka panjang. (Indrioko, 2010) Pencitraan menurut Kamus Besar Indonesia adalah sebuah kesan mendalam dari sebuah proses yang dapat ditangkap dan dirasakan oleh panca indra manusia. Lembaga pendidikan yang dicitrakan sebagai lembaga pendidikan yang memiliki kualitas pencitraan memberikan ciri-ciri sebagai berikut: (1) Memiliki budaya disiplin yang kuat, (2) Memiliki kurikulum yang relevan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi modern, (3) Memiliki komunitas yang selalu menciptakan cara-cara atau teknik belajar yang kreatif, (4) Berorientasi pada *hard knowledge* dan *soft knowledge* yang seimbang, (5) Pengembangan potensi siswa secara holistik. (Deskriptif, Masyarakat, & Bandara, 2013)

Tulisan ini kemudian akan menjelaskan secara teoritis bagaimana konsep dan implementasi pencitraan lembaga pendidikan Islam di tengah tengah kompetisi kelembagaan di Indonesia. Madrasah bisa memperbaiki citranya ditengah masyarakat dengan memakai konsep manajerial pemasaran modern. Dan dibidang lain mengembangkan kualitasnya sehingga tetap eksis ditengah persaingan lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan yang bercitrakan *excellent foundation*, maju, bagus dan terampil adalah lembaga pendidikan yang berasal dari budaya sekolah dengan peranan Sumber Daya Manusia yang kuat, solid dan mumpuni dibidangnya, karena dengan budaya sekolah akan membentuk para warga sekolah menjadi generasi yang berdedikasi terhadap masa depannya, bertanggung jawab, disiplin, berakhlak baik, dan memiliki kecakapan personal yang handal. (Mundiri, 2017)

Pencitraan merupakan hasil dari budaya sekolah yang berasal dari nilai-nilai yang menjadi pedoman dan tolak ukur pada lembaga pendidikan sehingga nilai-nilai yang telah menjadi pedoman tersebut kemudian dilaksanakan secara beraturan dan konsisten membentuk opini masyarakat tentang keberadaan lembaga yang berkualitas. Nilai-nilai yang menjadi pedoman tersebut misalnya, mengutamakan pada pelayanan, selalu berupaya menjadi yang terbaik, memenuhi tantangan zaman, memberikan perhatian pada hal-hal yang kecil, tidak ada jarak atau *miss communication* dengan masyarakat, bekerja dengan memperhatikan nilai (bukan karena upah atau sekedar bekerja), mengadakan inovasi, perbaikan kurikulum, sebab menurut Hasan Baharun” mengatakan bahwa Kurikulum merupakan salah satu bagian penting terjadinya suatu proses pendidikan (Baharun, 2017). Karena suatu pendidikan tanpa adanya kurikulum akan terlihat tidak teratur (Indrioko, 2010), dan yang terakhir kreasi kerja antar semua warga madrasah dan toleransi terhadap segala usaha.

Konsep Pencitraan

Kata pencitraan awal mulanya digunakan dibidang perindustrian terutama yang berkaitan dengan suatu temuan/produk. Namun yang terjadi sekarang pencitraan merambah pada dunia pendidikan. Dari keberadaan globalisasi inilah yang menjadi pemicu terjadinya penyerapan istilah pada masing-masing bidang, yang menjadi perbedaan diantara keduanya adalah istilah kata citra pada

Volume 2 Nomor 1 2018

dunia industri menghasilkan produk benda, sedangkan pada pendidikan berupa lulusan siswa. Ini berdampak pada persepsi masyarakat bagaimana pelayanan lembaga pendidikan Islam harus sesuai fakta. (Pengembangan, n.d.) Sehingga mampu melahirkan lulusan yang mampu bersaing dan menjadi power student yang berbudi luhur sehingga mampu menyalurkan asas pendidikan kepada masyarakat.

Sandra oliver menjelaskan bahwa pencitraan merupakan anggapan yang muncul dalam diri konsumen ketika mengingat suatu produk tertentu. Anggapan tersebut dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau kesan tertentu yang dikaitkan dengan suatu label atau merek. Anggapan tersebut dapat dikonsepsikan berdasarkan pengklasifikasian, dukungan, keunikan dan ingatan. jenis anggapan tersebut meliputi atribut, manfaat dan sikap. Atribut terdiri dari atribut yang berhubungan dengan produk dan jasa, misal : harga, citra penggunaan dan pemakai (konsumen). Sedang manfaat yakni bisa dilihat dari fungsional, simbolis maupun dari dasar pengalamannya. Dan sikap merupakan suatu wahana yang merupakan pandangan konsumen terhadap produk tersebut. (Mundiri, 2015)

Berangkat dari pengertian yang dikembangkan oleh Sandra oliver tersebut dapat memberikan penjelasan bahwa sebenarnya pencitraan tersebut merupakan bentuk kesan yang ditangkap oleh semua konsumen yang dalam dunia pendidikan diperankan oleh para masyarakat, wali murid (orang tua) maupun pihak atau simpatisan yang menggunakan jasa pendidikan. Atribut jasa yang digunakan dalam pendidikan adalah berupa layanan yang diberikan oleh pihak madrasah terhadap proses pembelajaran, sedangkan atribut produk adalah hasil dari layanan pembelajaran yang diberikan berupa lulusan siswa. Adapun manfaat fungsional dalam lembaga pendidikan memberikan makna bahwa pendidikan dapat memberikan manfaat praktis bagi individu maupun membentuk masyarakat terpelajar, sedang manfaat simbolis dapat diartikan sebagai individu terpelajar atau intelektual yang ada dimasyarakat luas.

Dari paparan diatas, penulis mendefinisikan bahwa citra adalah seperangkat keyakinan, attitude, ide, atau kesan mendalam yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Dimana sikap dan tindakan seseorang sangat dipengaruhi oleh objek tersebut. Hal ini memberikan arti bahwa keyakinan /kepercayaan seseorang, attitude, ide dan kesan sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku maupun respon yang mungkin akan dilakukan. Misal kita gambarkan secara hemat saja seseorang yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pendidikan, secara otomatis ia akan mendaftarkan dan mempercayakan lembaga pendidikan tersebut menjadi tempat mendidik putra-putri mereka, bahkan tidak menutup kemungkinan untuk mempengaruhi orang lain untuk ikut serta menyekolahkan pada lembaga pendidikan yang sama. Sehingga kepercayaan yang telah dibangun sejak awal melahirkan citra positif bagi masyarakat dan ikut mengembangkannya menjadi lembaga yang luar biasa, dan berkembang pesat.

Volume 2 Nomor 1 2018

Menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas lembaga untuk menjadikan perilaku mampu membentuk iklan “dari mulut ke mulut” atau kita kenal sebagai info “ketuk tular” yang mana iklan ini merupakan salah satu iklan yang pesat dan cepat terjaring dikalangan masyarakat, sehingga kesan yang dirasakan terhadap keyakinan dan citra lembaga benar-benar dirasakan oleh masyarakat, dan konsep ini terjadi hanya bagi lembaga yang mempertahankan nilai citra produk yang bagus, sehingga konsumenpun enggan menoleh pada yang lain.

Pakar pendidikan juga menjelaskan bahwa terdapat beberapa manfaat apabila suatu lembaga pendidikan menampilkan citra positif, diantaranya: *pertama*, sikap kepercayaan yang tinggi dari konsumen., *kedua*, mampu menarik sanak family jika citra lembaga pendidikan telah positif. Kesimpulan pencitraan lembaga pendidikan Islam dapat didefinisikan dengan sederhana yaitu; penilaian, anggapan, dan kesan yang ditangkap oleh masyarakat pengguna pendidikan terhadap suatu lembaga pendidikan Islam, sehingga muncul sikap serta persepsi yang positif terhadap lembaga pendidikan Islam selama ini.

Upaya Lembaga Pendidikan Islam dalam “Pencitraan” ke Publik

Pencitraan adalah semua aktivitas yang diwujudkan untuk menciptakan kerja sama yang harmonis antara madrasah dan masyarakat melalui usaha mempublikasikan madrasah dan seluruh kegiatannya kepada masyarakat. Adapun upaya madrasah untuk memperoleh citra yang positif atas produk pendidikan yang dihasilkan, yaitu memperkenalkan madrasah dan membentuk opini publik tentang keberadaan madrasah.

Opini Publik merupakan sejumlah akumulasi pendapat individual tentang suatu isu dalam pembicaraan secara terbuka dan berpengaruh terhadap sekelompok orang. (“Pembentukan Opini Publik Tentang Citra Polisi Sebagai Dampak Berita Tindak Kriminal Polisi di Media Massa SUMMARY SKRIPSI Penyusun Nama NIM: Tika Primasiwi,” 2011) Dengan demikian opini public terbentuk sebagai berikut :

1. Publikasi Madrasah

Publikasi madrasah bertujuan untuk mengenalkan madrasah kepada khalayak ramai sehingga madrasah dapat digemari dan diminati juga sebagai penarik penggemar, pelanggan atau konsumen pendidikan atas kualitas jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini ada dua kegiatan yang bisa dilakukan :

a. Publikasi Madrasah dengan cara kegiatan “Tidak Lansung”

1).Penyebaran Informasi melalui “Media Televisi”

Berhasil tidaknya penyebaran informasi melalui televisi sebagai media publisitas madrasah tergantung pada program yang disiapkan, dalam program tersebut telah disusun hal-hal atau pokok-pokok permasalahan yang akan disajikan kepada penonton/pemirs. Oleh daripada melalui radio karena appearance atau kita kenal dengan istilah tingkah laku pembicara dapat dilihat publik. Nada pada saat berbicarapun harus lihai dan terlihat sempurna, konsepnya

Volume 2 Nomor 1 2018

harus diperhatikan, selain itu, pakaian juga bisa memberikan kesan megah apalagi gerak yang telah tersusun dan seirama dapat memperoleh keuntungan besar. Antara lain sebagai berikut :

- a. program penyiaran yang menarik akan memberi sugesti potensial untuk menimbulkan minat publik agar selalu mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh madrasah.
- b. Pada umumnya untuk menarik para orang tua/konsumen pendidikan dapat mendukung dan berpartisipasi terhadap madrasah, baik berpartisipasi moral maupun material.

Salah satu tugas praktisi

Dalam hal ini penyebaran informasi melalui televisi merupakan bentuk sinerji dari aplikasi public relation, sebagaimana diketahui bahwasannya public relation adalah mempertahankan citra baik lembaga/perusahaan di mata masyarakat/publik. (Mylrea, 2015)

Menurut peneliti, penyampaian informasi melalui media televisi sangat efektif dan mampu menjangkau daerah pelosok, pedesaan maupun pegunungan, penggunaan dengan media televisi ini dapat dilakukan dengan berbagai acara antara lain : (a). ceramah umum, (b) wawancara, (c) sandiwara, (d) diskusi, (e) humor, (f) cerdas tangkas, (g) kegiatan pentas seni, dll.

2). Penyebaran Informasi melalui “Media Radio”

Radio merupakan media yang dapat membantu menginformasikan kegiatan madrasah, sebab siaran melalui radio mampu menjangkau masyarakat luas. Oleh karena itu, madrasah dapat memanfaatkan media radio untuk kepentingan publikasi. Beberapa hal urgen, seperti ketika PPB (penerimaan Peserta Baru), Program-program madrasah, data madrasah dapat diinformasikan kepada masyarakat luas melalui radio.

Beberapa keunggulan penyiaran informasi melalui media Radio, antara lain :

- a. Teks yang akan di siarkan dapat disiapkan sebelum waktu penyiaran
- b. Tidak dipengaruhi factor komunikator, seperti sikap dan tingkah laku.
- c. Dapat melewati batas ruang, waktu serta jangkauan luas.
- d. Dapat dibantu latar belakang musik

3). Penyebaran informasi melalui “Media Cetak”

Media cetak adalah seperangkat media melalui hasil tulisan atau sebuah karya seperti surat kabar, bulletin, majalah, brosur dan lain sebagainya. Adakalanya semua itu kita kenal dengan dunia pers. Dalam hubungannya dengan madrasah, pers dikatakan sebagai alat penyebar informasi ampuh dan berguna, keuntungan dalam penyebaran informasi melalui media cetak/pers ini adalah; (a) dapat mencapai public yang sangat luas, (b) dapat dipelajari public dengan mudah, (c) adanya umpan balik dari public yang lebih banyak.

Volume 2 Nomor 1 2018

Apabila media ini diamati lebih jauh, media atau pers bisa kita kaji lebih dalam lagi mengenai beberapa keunggulannya secara umum;(a) memuat surat kabar harian, (b) warta mingguan, (c) majalah khusus dan umum, (d) kantor berita, (E)radio dan film.

Selain mempunyai keunggulan seperti yang disebutkan di atas, publikasi penyebaran informasi melalui pers juga memiliki fungsi yang sangat luas, antara lain sebagai berikut :

a). Fungsi menyiarkan informasi

Penyiaran informasi merupakan fungsi utama pers. Pada hakekatnya orang membeli surat kabar karena merasa dirinya membutuhkan informasi mengenai berbagai hal atau peristiwa dan kejadian.

b). Fungsi Mendidik

Dalam pers fungsi mendidik bersifat implisit, antara lain dalam bentuk berita, artikel, tajuk rencana, dan berita bergambar

c). Fungsi menghibur

Pers juga mampu memberikan hiburan dan sifat refreshing bagi pembaca untuk mengimbangi berita-berita yang berat serta untuk meringankan ketegangan otak dalam pikiran, pers yang dapat menghibur bisa berupa cerpen (cerita pendek), teka-teki, teka-teki, teka-teki (tebak wajah), karikatur dan cerbung (cerita bersambung)

d). Fungsi mempengaruhi

Dalam surat kabar, fungsi mempengaruhi secara implisit terdapat dalam berita, sedangkan secara eksplisit terdapat dalam tajuk rencana dan artikel.

Sehubungan dengan keempat fungsi pers tadi, kini yang terpenting adalah cara madrasah agar terus menerus menghimpun berbagai bahan informasi, baik berupa siaran pers, pemberitaan atau ide-ide dari madrasah yang bersangkutan. Dengan demikian, madrasah juga ikut serta memegang informasi, rekreasi, edukasi, dan persuasi bagi public atau masyarakat umum.

4. Adanya Pelaksanaan Pameran di Madrasah

Pameran adalah sebuah arena atau ajang pertunjukan hasil karya atau perkembangan siswa serta kemajuan madrasah kepada warga madrasah khususnya dan masyarakat pada umumnya. Adapun bahan-bahan yang harus di siapkan pada pameran madrasah antara lain :

- (1). Pembuatan brosur-brosur
- (2). Pembuatan Poster/Gambar
- (3). Pembuatan rencana tertulis secara seksama dan rinci
- (4). Pembelian barang atau bahang yang dibutuhkan pada acara kegiatan
- (5). penyeleksian, pengaturan dan perawatan bahan-bahan pameran
- (6). Pengadaan latihan yang cukup bagi siswa yang akan menjadi petugas pameran

Volume 2 Nomor 1 2018

b. Publikasi Madrasah dengan cara kegiatan “Langsung”

Kegiatan langsung atau face to face (tatap muka) adalah serangkaian kegiatan langsung misalnya; meeting/rapat bersama, konsultasi dengan tokoh masyarakat, bazar madrasah dan syi’ar/ceramah, adapun tatanan dalam publikasi dengan cara kegiatan”langsung”, sebagai berikut :

1). Membuka rapat bersama

Madrasah dapat mengundang organisasi, instansi atau yang bersimpati terhadap pendidikan untuk rapat bersamadalam rangka membahasa suatu program madrasah. Rapat tersebut dapat dipimpin oleh kepala madrasah atau ahli yang ditunjuk untuk memimpin rapat. Dalam rapat tersebut bisa membahasa tentang pendidikan lingkungan missal tercipta pendidikan yang baik dan masalah atau reputasi reputasi penting madrasah ang patut disampaikan beserta programnya bisa dituangkan dan dimintai pendapat dalam persidangan dimulai.

2). Membuka konsultasi publik

Madrasah dapat membuka konsultasi umum atas masalah masalah yang di hadapi oleh warga masyarakat sekitar, sebab peran madrasah sebagai tempat untuk bertukar pendapat, berbagi dan mencari solusi. Misal; kenakalan remaja, pentingnya hidup bersih, bahaya narkoba, dll. Untuk itu madrasah dapat mengundang tenaga ahli seperti petugas kesehatan, dokter ahli, psikolog, intreprenuer, asatidz, atau lainnya. Dalam hal ini supaya masyarakat lebih percaya diri atas permasalahan yang di alami dan mendapatkan pemecahan masalah atau solusi secara tepat dan benar.

3). Mengadakan bazar madrasah

Pada akhir tahun pembelajaran, madrasah bisa mengadakan bazar, yang mempublikasikan hasil karya berupa seni, misalnya; karya tulis, hasil graphology, karya tenun, membatik, sablon, lukisan tangan, hasil meronce, kolase dan jenis keterampilan lainnya. Bazaar dapat digunakan sebagai media komunikasi dengan masyarakat sekaligus untuk menunjukkan keunggulan-keunggulan yangtelah dicapai oleh madarasah selama ini.

4). Melalui syiar/ceramah

Dalam syi’ar atau ceramah, madrasah dapat mengundang para ahli utau pakar agamawan, pakar cendikiawan seperti para kiyai, mubballlig-muballighah untuk memberikan ceramah atau wejangan dalam hali ini paraahli bisa menyampaikan mengenai pentingnya pendidikan madrasah, pendidikan karakter anak, manfaat dan keutaan mencari ilmu, program keluarga berencana, ceramah dapat diadakan pada waktu akhir tahun, pada waktu libur atau pada kegiatan kegiatan madrash prongram jangka pendek dan panjang. Pokok bahasan yang dipilih adalah permasalahan yang berkembang dimasyarakat saat ini, sehingga masyarakat mempunyai pencerahan atas masalah-masalah social yang dihadapinya. Selain melewati syiar, peran guru juga penting dalam pemblikasian madrasah dalam penyampaian syiar lewat guru maka dipandang perlu seorang guru dapat meningkatkan SDM.

Volume 2 Nomor 1 2018

Dan madrasah menyelenggarakan seminar diskusi dan pelatihan-pelatihan, workshop guna menambah kompetensi dan profesionalisme guru.(rahmawati, 2014)

Pembentukan Opini Publik

Moore berpendapat akar dari proses pembentukan opini adalah sikap (attitude). Sikap adalah perasaan atau suasana hati seseorang mengenai orang, organisasi, persoalan atau objek. Secara singkat, sikap adalah suatu cara untuk melihat situasi. Sikap yang diungkapkan adalah opini. Latar belakang kebudayaan, ras, dan agama seringkali menentukan sikap seseorang.(Indrioko, 2010) Sama halnya dengan pendapat R.P Abelson dalam buku Rosadi Ruslan bahwa untuk memahami proses pembentukan opini publik terkait erat dengan sikap mental (attitude), persepsi (perception) dan hingga kepercayaan tentang sesuatu (belief).(Indrioko, 2010)

Dengan mendalami riil opini public., madrasah dapat menyatukan tindakan yang akan dilakukan dan memperkiraan tindakan apa yang tidak dilakukan. Sehingga kehatia-hatian perlu di manej dan dipertimbangkan. Dengan demikian, opini publik itu sebenarnya sangat dipengaruhi oleh pribadi-pribadi yang mempunyai kedudukan atau tempat di lembaga-lembaga kemasyarakatan. Karena itu apapun tugas pekerjaan yang di emban seseorang tenaga pendidik jika dilakukan dengan berpijak pada kepentingan madrasah,maka opini yang muncul dan dikeluarkan masyarakat akan menganggapnya mewakili nama baik lembaga tersebut. Ini berarti bahwa opini publik yang dihasilkan masyarakat akan mempunya kekuatan yang signifikan dan sangat penting bagi madrasah.

Dengan mempelajari dan memahani opini masyarakat atau publik terhadap madrasah maka dapat diperoleh informasi secara menyeluruh, terarah dan ber-kesinambungan, yang kemudian dapat difungsikan untuk merencanakan program hubungan madrasah dengan masyarakat (Humas), selain itu madrasah juga bisa mengetahui beberapa data-data secara objektif tentang kelebihan dan kelemahan suatu komponen madrasah yang dimaksud. Dengan adanya pemahaman opini publik ada beberapa manfaat yang dapat kita supley dan dapat dilakukan, diantaranya sebagai berikut :

- 1) Merencanakan program sekolah, dengan ini madrasah mengetahui apa yang dipikirkan masyarakat tentang penyelenggaraan madrasah.
- 2) Madrasah membentuk pengertian kepada masyarakat mengenai program madrasah, atau perilaku siswa dan guru.
- 3) Madrasah mengetahui kelebihan dan kekurangan tentang kepuasan masyarakat mengenai penyelenggaraan madrasah.
- 4) Madrasah dapat mengetahui adat budaya masyarakat.
- 5) Madrasah merencanakan program pembelajaran yang efektif, dan Inovatif
- 6) Madrasah dapat mendudukan opini masyarakat secara professional, porposional dan objektif

Volume 2 Nomor 1 2018

- 7) Madrasah mampu mengatasi berbagai permasalahan dengan melalui evaluasi intern sebelum mengadakan rapat dan transfer informasi kepada wali murid, tenaga kependidikan dan dewan guru atau sebagainya.

Berangkat dari asumsi inilah, terkait dengan opini publik maka ada beberapa faktor okomodif lyang perlu diperhatikan oleh madrasah ketika ingin mengetahui opini masyarakat terhadap madrasah (lembaga pendidikan). adapun factor-faktor tersebut adalah :

- 1) Bagaimana kehidupan dan budaya masyarakat tersebut
- 2) Penentuan poko masalah dalam hubungan program madrasah dengan masyarakat bagaimana menentukan komunikasi yang berhasil bahkan mendapatkan kesan yang memuaskan

Dalam memajerialkan lingkup publik yang dijadikan objek, maka yang perlu dilakukan madrasah, selain terfokus pada perbaikan lembaga yang ditonjolkan selain itu harus memahami aspek aspek kehidupan masyarakat secara menyeluruh, yaitu :

a. Tradisi

Kita kenal bahwasannya tradisi adalah sebuah ide-ie umum, sikap dan kebiasaan yang dilakukan masyarakat yang tampak terlihat sebagai kebiasaan sehari-hari yang telah menjadi perilaku paten dari kelompok masyarakat. Tradisi merupakan faktor paling kuat dalam menentukan perbuatan yang berbentuk tindakan social. Perbedaan-perbedaan yang ditemukan dalam diantara kelompok tentang tradisi itu dipengaruhi oleh ras, kebangsaan, adat budaya, keluhan, politik, ekonomi dan struktur kelas social. Problem dalam hal ini adalah memperoleh tradisi sebagai pola berpikir mereka dan perbuatan yang Nampak dalam kelompok masyarakat (social action group), dengan adanya informasi tentang tradisi ini, madrasah akan memperoleh pedoman untuk membangun hubungan dengan anak, orang tua dan lainnya. Proses pembinaan tersebut tidak bertentangan dengan sikap, keyakinan dan kebiasaan mereka.

b. Ciri Ciri Penduduk

Ciri-ciri penduduk meliputi :

- 1) Jenis kelamin
- 2) Latar belakang kebangsaan
- 3) Pendidikan yang sudah dicapai
- 4) Umur
- 5) Keyakin, dan
- 6) Suku budaya

Keenam cirri-ciri penduduk tersebut perlu diketahui oleh suatu lembaga madrasah dalam rangka perkembangan pendidikan dan penyusunan perencanaan humas sekolah

Volume 2 Nomor 1 2018

c. Saluran Komunikasi

Saluran komunikasi merupakan salah satu sarana efektif untuk menyampaikan apa yang diinginkan madrasah dari masyarakat. Melalui saluran komunikasi, cita-cita, dan opini mendasar dapat lebih mudah dibentuk dan direalisasikan serta dikembangkan, salah satu hal penting untuk diketahui oleh humas sekolah adalah bahasa pengantar yang digunakan oleh masyarakat, terutama bahasa pengantar orang tua/wali murid. Selanjutnya perlu juga digali saluran-saluran komunikasi tempat masyarakat mendapatkan berbagai macam informasi, baik berupa alat-alat media seperti televisi, radio, surat kabar, Telegram, Facebook, Wath apps maupun tempat atau instansi lain; seperti musholla atau masjid.

d. Kelompok Organisasi Masyarakat

Dalam masyarakat yang majemuk, akan banyak kita temukan kelompok atau organisasi yang dibentuk, baik karena karena didorong dan diperoleh dengan kesamaan minat atau tujuan. Ketika madrasah ikut serta pada kelompok tersebut maka dengan mudah bagi madrasah membentuk program dengan matang dan terstruktur. Satu hal yang menjadi perhatian oleh pengelola pendidikan ketika menjalin kerjasama dengan organisasi masyarakat adalah kerjasama untuk kentingan anak/peserta didik bukan guru. Dengan kata lain dalam hal ini tidak dibenarkan jika pengelola pendidikan melakukan kerjasam tersebut untuk kepentingan pribadi, sebab ini bisa menurunkan reputasi madrasah atau menodai pencitraan yang telah dibangun dengan baik, sehingga nantinya dapat menurunkan derat, martabat dan kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembag pendidikan.

e. Keresahan Masyarakat

Keresahan dan konflik merupakan hal yang lumrah dalam kehidupan bahakn sering hal ini sering terjadi dengan kadar skala tiba-tiba dan tidak menetu masanya, keserahan dan konflik tersebut bisa muncul oleh adanya sebab akibat, yaitu terkaid dengan; 1).pribadi sesorang, 2) perasaan dendam yang dimuncul oleh tujuh penyakit hati, 3) kesalahpahaman. 4) persaingan ekonomi dan politik, 5) rasial, dan 6) diskriminasi keagamaan. Sebagai bentuk manifestasi kadang berupa mengolok-ngolok suatu golongan, menjelekkkan nama baik, bahwa terjadinya clash kerana perbedaaan pemahaman.

f. Riwayat Usaha Masyarakat

Riwayat usaha masyarakat akan sangat membantu madrasah dalam rangka menyusun program pengembangan pendidikan, dengan adanya data tersebut, madrasah dapat mengembangkan kegiatan keterampilan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha yang dilakukan oleh masyarakat, sehingga dapat menghasilkan karya seni yang bisa dipublikasikan. Selain itu untuk menumbuhkembangkan keterampilan yang ada, maka madrasah bisa mengundang pengusaha atau pengrajin tersebut untuk berbagi ilu dan pengalaman dengan para peserta didik. Dengan demikian dapat dipahami bahwa lembaga pendidikan adalah salah satu pusat kebudayaan dalam komunitas masyarakat, karena lembaga

Volume 2 Nomor 1 2018

pendidikan merupakan tempat untuk menimba ilmu pengetahuan, keterampilan, seni moral, teknologi dan morah/adab yang diperlukan di dalam masyarakat.

Pemasaran Pendidikan

Dewasa ini, persaingan dalam dunia pendidikan tidak bisa dielakkan lagi (Baharun, 2016b). maka mau tidak mau opini ini tidak dapat dihindari lagi, bahwasannya banyak lembaga pendidikan yang ditinggalkan pelanggannya sehingga dalam beberapa tahun belakangan ini sering kita dengar dengan istilah *gulung tikar*, atau dengan bahasa kerennya disebut “*merger*”. Ternyata pemasaran pendidikan yang berkembang membutuhkan administrator handal. Sebab kemampuan administrator dalam memahami pemasaran pendidikan menjadi prasyarat dalam mempertahankan pertumbuhan lembaga.

Sebagaimana kita ketahui bahwa pendidikan merupakan produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang bersifat non profit sehingga hasil dari proses pendidikan bersifat kasat mata. Untuk menegaskan lebih dalam lagi pengertian pemasaran pendidikan, maka harus menganalisis dahulu karakteristik pendidikan, misalnya posisi yang tepat harus sesuai dengan nilai dan sifat dari pendidikan itu sendiri. Oleh karena itu, pendidikan yang dapat laku dipasarkan ialah pendidikan berupa; 1) Produk sebagai hasil komoditas, 2) Produk harus memiliki standar mutu, target, kemasan dan spesifikasi, 3) memiliki sasaran yang jelas, 4) memiliki tenaga pemasaran, dan 5) memiliki jaringan, media dan relasi.

Berangkat dari beberapa komponen pemasaran di atas, maka perlu kita uraikan lebih detail lagi mengenai aspek aspek pemasaran yakni berupa asumsi akomodasi sebagai berikut :

1) *Pengertian Pemasaran pendidikan*

Pemasaran atau marketing tidak diasumsikan dalam arti yang sempit yaitu penjualan, akan tetapi marketing memiliki arti luas, intinya marketing tidak hanya berorientasi pada peningkatan laba lembaga, melainkan bagaimana menciptakan kepuasan bagi *customer* sebagai bentuk tanggung jawab *stake holders* atas mutu pendidikannya. Penerapan marketing harus terlebih dahulu memperbaiki pondasi, diantaranya perhatian pada kualitas yang ditawarkan, serta jeli melihat segmentasi dan fokus sasaran.

Konsep marketing tidak terfokus pada asal barang habis dan laku terjual tanpa memperhatikan orientasi jangka panjang yang lebih menekankan pada kepuasan konsumen. Marketing itu sendiri adalah suatu usaha bagaimana memuaskan, memenuhi *needs and wants* dari pembeli.

Demikian halnya dengan pemasaran pendidikan, beberapa ahli memberikan pengertian seperti Philip Kotler yang mengemukakan bahwa pemasaran merupakan suatu proses social dan majerial, baik oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan melalui penciptaan, penawaran dan pernyukaran produk yang bernilai dengan pihak lain. Khususnya dalam marketing

Volume 2 Nomor 1 2018

pendidikan, dijelaskan bahwa mutu dan pelayanan intelektual akan membentuk keyakinan secara menyeluruh. Hal ini Karena pendidikan bersifat lebih kompleks, yang dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab. Hasil pendidikan lebih jauh ke depan, membina kehidupan warga negara bermartabat, berkarakter, berbudaya dn berperadaban serta mendidik generasi penerus bangsa menjadi tauladan dan penerus ilmuwan dimasa yang akan datang.

Dalam membangun lembaga pendidikan kotler juga mengatakan ada dua landasan filosofi yaitu; landasan epistimologi dan politik. Landasan epistimologi yaitu lembaga pendidikan harus berusaha untuk mengerti dunia sekitar dan memahami masalah yang ada di masyarakat. Tujuan pendidikan tidak dapat di tumpang tindihkan oleh berbagai pertumbuhan kebijakan, melainkan harus berpegang teguh pada kode etik dan kebenaran yang riil. Sedangkan landsan politik adalah memikirkan kehidupan praktis untuk tujuan masa depan bangsa.

2) *Penerapan Pemasaran Pendidikan*

Dalam pemasaran pendidikan, madrasah perlu memahami elemen-elemn pokok pemasaran agar puduk jasa pendidikan dapat diterima dibenak public, elemen pokok tersebut antara lain;

- a) **Product**, suatu hal yang paling mendasar yang akan menjadi pertimbangan prreferensi bagi costumer. Produk ini adalah langkah bagi costumer untuk menawarkan kepada konsumen.
- b) **Price**, merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk. Apabila mutu produk bagus, maka calon siswa berani membayar lebih tinggi bahkan dua kalipat dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan. Orang tua siswa berani membayar dengan harga mahal, apabila mutu pendidikan memiliki daya saing yang kuat (Baharun, 2016a).
- c) **Place**, mengenal tempat atau lokasi sekolah, hal itu mempunyai peran signifikan karena lingkungan akan melihat dengan nyata keberadaan sekolah disamping itu tempat juga menjadi kebutuhan primer siswa dalam menjalankan program pembelajaran maupun kegiatan lainnya. Tempat juga sebagai bahan pertimbngan dalam menentukan pilihan.
- d) **Promotion**, lagi lagi ini, promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas yang berguna untuk menyebarkan informasi, membujuk pelanggan untuk dapat membeli dan loyal pada produkyang ditawarkan.
- e) **People**, ini menyangkut peran pemimpin dan civitas akademika yang ada dilembaga pendidikan, dalam hali ini peoplebereran sebagai salah satu pelaksana yang akan meningkatkan citra lembaga, dalam artian semakin berkulaitas people didalamnya dalam pelayanan maka akan meningkatkanjumlah pelanggan.
- f) **Physical evidence**, sarana prasarana adalah salah satu faktor pendukung dalam memporomsikann dan memasarkan produk yang ditawarkan constumer kepada

Volume 2 Nomor 1 2018

pelanggan pendidikan, juga sebagai proses penyampaian jasa pendidikan sehingga tercapainya suatu janji visi misi lembaga kepada pelanggan.

- g) **Process**, proses adalah penyampaian jasa pendidikan yang merupakan inti dari seluruh pendidikan. Kualitas dari seluruh elemen yang menunjang akan menjadi hal yang menentukan keberhasilan proses pembelajaran, sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan. Kemudian citra yang terbentuk akan menjadi *circle* dalam merekrut pelanggan pendidikan menjadi lebih percaya dan bertahan.

3) Langkah Langkah Strategis Pemasaran Pendidikan

Agar produk jasa madrasah dapat diterima dimasyarakat luas, maka madrasah perlu memahami beberapa langkah –langkah strategis. Diantaranya adalah;

- a) **Identifikasi pasar**, yaitu sebuah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui kondisi dan ekspektasi pasar termasuk atribut-atribut pendidikan yang menjadi kepentingan pelanggan.
- b) **Segmentasi pasar dan positioning**, yaitu membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan berdasarkan kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda. Sedangkan *positioning* adalah karakteristik dan pembedaan produk yang nyata yang memudahkan konsumen untuk membedakan produk jasa antara satu lembaga dengan instansi lainnya.
- c) **Diferensiasi produk**, yaitu melakukan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar. Strategi ini memberikan penawaran yang diberikan oleh kompetitor lembaga.
- d) **Komunikasi pemasaran**, merupakan publikasi prestasi oleh media independen, seperti berita dalam media masa, atau ners.

Kesimpulan

Akhir kata dari semua pemarkan tersebut dapat ditegaskan bahwa sebuah lembaga pendidikan Islam harus dikelola dengan manajemen yang baik dan dikenalkan dengan masyarakat luas dengan cara-cara inovatif, sigap dan modern. Pencitraan lembaga pendidikan Islam tidak terlepas dari adanya “peran serta” berupa dukungan penuh, keyakinan dan harapan dari masyarakat. Madrasah dan masyarakat memiliki hubungan timbal balik untuk menjaga kelestarian dan kemajuan masyarakat itu sendiri. Madrasah akan menjadi mandiri dan memiliki kesan yang baik dan kuat jika keberadaannya diakui dan didukung oleh masyarakat luas. Dari asumsi inilah perlunya peran kebersamaan yang seirama dan senada antar seluruh warga lembaga pendidikan Islam dan masyarakat luas untuk menjaga citra lembaga sehingga nantinya lembaga pendidikan Islam tetap eksis dan berkembang sesuai harapan dan menjadipilihan utama segenap konsumen atau pelanggan pendidikan.

Volume 2 Nomor 1 2018

Analisis Membangun Pencitraan Public Opinion Dalam Lembaga Pendidikan Islam

Dalam membangun citra pada lembaga pendidikan Islam maka perlu adanya manajemen hubungan Masyarakat, sebagai suatu jasa yang berperan penting demi berkembangannya suatu lembaga pendidikan Islam, disamping menjalankan perannya atas program-program lembaga, lembaga perlu mengadakan *public opinion* atau kita kenal dengan *opini publik* atau pemasaran dan pengenalan suatu produk lembaga kepada khalayak ramai dan masyarakat luas (Fauzi, 2015b). Kembali kepada pencitraan bahwasannya lembaga akan menjadi berkembaang dan besar apabila didalamnya di atur sedemikian rupa mengenai perannya, layanan dan kualitas lembaga, sehingga akan ada banyak konsumen atau pelanggan pendidikan yang menjadi donatur berkembangnya lembaga pendidikan Islam. Yang demikian itu semata-mata tidak terlepas dari dukungan dan peran masyarakat dalam menyakini konsumen terhadap lembaga yang dimaksud.

Volume 2 Nomor 1 2018

DAFTAR PUSTAKA

- Baharun, H., & Mundiri, A. (2011). Metodologi Studi Islam: Percikan Pemikiran Tokoh Dalam Membumikan Agama. *Jogjakarta: Ar-Ruzz Media*.
- Baharun, H. (2012). DESENTRALISASI DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PENGEMBANGAN SISTEM PENDIDIKAN ISLAM. *Jurnal At-Tajdid, 1(2)*.
- 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). Manajemen Kinerja Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Pada Lembaga Pendidikan Islam. *At-Tajdid: Jurnal Ilmu Tarbiyah, 5(2)*, 243–262.
- Baharun, H. (2017). *Pengembangan Kurikulum: Teori dan Praktik (Konsep, Prinsip, Model, Pendekatan dan Langkah-langkah Pengembangan Kurikulum PAI)*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Deskriptif, S., Masyarakat, P., & Bandara, K. (2013). Pembentukan Opini Publik Tentang Citra, *1(2)*, 341–354.
- Fauzi, A. (2015a). Membangun Epistemologi Pendidikan Islam Melalui Kepemimpinan Spiritual: Suatu Telaah Diskursif. *Empirisma STAIN Kediri, 24(2)*, 155–167.
- Fauzi, A. (2015b). 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.
- Humas, S., Meningkatkan, D., Kurnia, I. H., & Santoso, D. (2013). REPUTASI SEKOLAH (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta), *1(2)*.
- Indrioko, E. (2010). DALAM LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM, 265–274.
- Mundiri, A. (2015). KOMITMEN ORGANISASIONAL SUMBER DAYA MANUSIA DALAM MENINGKATKAN MUTU PENDIDIKAN PESANTREN. *Pedagogik, 3(1)*, 88–105.
- 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.
- Mylrea, P. (2015). Public Relations. *The Marketing Century*, 183–201. <https://doi.org/10.1002/9781119208501.ch9>
- Pembentukan Opini Publik Tentang Citra Polisi Sebagai Dampak Berita Tindak Kriminal Polisi di Media Massa SUMMARY SKRIPSI Penyusun Nama NIM : Tika Primasiwi. (2011).
- Pengembangan, L. (n.d.). *Pengembangan Kurikulum: Teori dan Praktik i ii Pengembangan Kurikulum : Teori dan Praktik*.
- rahmawati, yuke. (2014). Manajemen Public Relations Dalam Bisnis Islam *. *Jurnal Filsafat Dan Budaya Hukum, (95)*, 181–194.