

**PELAKSANAAN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS)
MODEL SIMETRIS DUA ARAH DI SEKOLAH
MENENGAH PERTAMA NEGERI I
PADEMAWU PAMEKASAN**

Muallifah dan Ali Nurhadi

Prodi Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri Madura

Email: mamaifa48@gmail.com dan www.nurhadibk@gmail.com

Abstrak

Pelaksanaan hubungan masyarakat model simetris dua arah memberikan peluang bagi penerima jasa pendidikan untuk memperoleh haknya sebagai konsumen jasa pendidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, penerapan humas model simetris dua arah dilakukan dalam bentuk berbagai program sekolah, hal ini dikarenakan melibatkan instansi luar baik instansi pemerintah ataupun non pemerintah, komunikasi yang dibangun oleh petugas humas yakni dua arah, saling memberi dan menerima, kejujuran serta keterbukaan dan tidak atas dasar kepentingan pribadi. Kedua, faktor pendukung berupa pendekatan yang dilakukan oleh petugas humas, berkenaan dengan komunikasi yang dilakukan, serta visi dan tujuan yang sama juga menjadi faktor pendukung. Ketiga, faktor penghambat berupa faktor internal dan eksternal. Kemampuan petugas humas dalam merencanakan program kegiatan, serta pendekatan dengan siapa yang dituju serta waktu kegiatan dan kesiapan instansi yang kurang. Keempat, Solusinya adalah kebijakan kepala sekolah untuk segera mengambil tindakan lain.

Kata kunci: *hubungan masyarakat, simetris dua arah, komunikasi*

Abstract

The implementation of a two-way symmetrical model of public relations provides opportunities for recipients of education services to obtain their rights as consumers of education services. This study uses a qualitative approach to the type of case study research. The results showed that: first, the application of a two-way symmetrical model of public relations was carried out in the form of various school programs, this was because it involved outside agencies both government and non-government agencies, communication established by public relations officers ie two directions, mutual giving and receiving, honesty and openness and not on the basis of personal interests. Second, supporting factors in the form of approaches taken by public relations officers, regarding the communication carried out, and the same vision and goals are also supporting factors. Third, the inhibiting factors are internal and external factors. The ability of the public relations officer in planning the program of activities, as well as the approach with whom to aim for and the lack of activity time and readiness of the agency. Fourth, the solution is the principal's policy to immediately take other actions.

Keywords: *public relations, two-way symmetrical, communication*

PENDAHULUAN

Hubungan masyarakat dalam sebuah lembaga menjadi pembahsan penting terhadap kesuksesan sebuah lembaga pendidikan. Keterlibatan masyarakat atau instansi luar terhadap proses pendidikan akan membantu sekolah untuk “*survive*” melakukan kerjasama dengan pihak lain.

Menurut Suryosubroto dalam tulisan Maria Fransiska “humas adalah suatu kegiatan yang dilakukan bersama-sama antara lembaga dan masyarakat dengan tujuan memperoleh pengertian, kepercayaan, penghargaan, hubungan harmonis, dan dukungan (*goodwill*) secara sadar dan sukarela”. Pada dasarnya hubungan masyarakat merupakan proses komunikasi untuk memperoleh saling pengertian atau itikad baik.¹

Dalam praktik manajemen, kedudukan humas ditempatkan pada posisi yang beragam, keberagaman tersebut dapat diidentifikasi sebagai bagian tersendiri, masuk dalam departemen atau bagian sumber daya memadai, bahkan lembaga pemerintahan humas ditempatkan bersama dengan urusan hukum. Status dan struktur humas dalam manajemen pada sebuah lembaga menjadi anggota tim pembuat kebijakan pada posisi minor dalam hal otoritas. Penempatan humas dalam posisi tertentu dalam manajemen mempunyai konsekuensi dalam pelaksanaan fungsi humas itu sendiri.² Keberadaan Humas justru diperlukan untuk membuka tabir penghubung antara masyarakat dengan organisasi sebagai pintu wacana memberikan argumen yang nyata dalam sebuah institusi.

Peran teknisi komunikasi menempatkan praktisi *public relations* sebagai pihak yang memproduksi informasi dan mengkomunikasikan ke pihak luar sesuai arahan manajemen. Peran ini dipandang sebagai *journalist in resident* karena menggunakan praktisi yang memiliki keahlian dan pengalaman bekerja di media.³ Komunikasi yang dibangun harus terperinci, dan sederhana serta mencakup pesan yang disampaikan, serta dalam waktu yang tepat. Seseorang yang mengirimkan pesan haruslah selalu memberikan kesempatan kepada si penerima untuk memberikan tanggapan. Arus informasi dari si penerima kepada si pengirim dinamakan “*feedback*” umpan balik.⁴ Hal ini yang menjadi alasan bahwa *the power of communication* benar-benar memberikan dampak besar terhadap kemajuan sebuah institusi. Maka dari itu, setiap orang harus dibekali bagaimana berkomunikasi yang baik dengan berbagai responden yang berbeda.

Komunikasi yang efektif menuntut rasa saling menghormati, percaya, terbuka, dan tanggung jawab.⁵ Tanpa adanya komunikasi yang demikian, maka akan tercipta kemacetan program pendidikan. Karena lembaga belum mengetahui secara penuh apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Apalagi tidak memberikan ruang bagi masyarakat sebagai konsumen jasa pendidikan untuk memberikan *feedback*. Sehingga seolah-olah tidak ada celah dari berbagai program pendidikan yang sudah terlaksana. Dampak

¹ Maria Fransiska, “Peran Humas dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Bopkri 1 Yogyakarta” (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 8.

² Yanuar Luqman, “Peran dan Posisi Hubungan Masyarakat sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri di Semarang,” *Jurnal Interaksi* 11, no. 1 (2013): 3.

³ Rofiq Anwar, “Peran Praktisi Public Relation dalam Organisasi-Organisasi di Yogyakarta,” *Jurnal Komunikasi Islam* 7, no. 1 (2015): 49.

⁴ George R. Terry dan Leslie W. Rue, *Dasar-Dasar Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 210.

⁵ Abdul Aziz, *Pengantar Manajemen dan Substansi Administrasi Pendidikan* (Jember: Pustaka Radja, 2017), 78.

jangka panjang dari model tersebut, masyarakat enggan mengapresiasi kegiatan yang ada, bersikap apatis atau bahkan tidak nyaman dengan adanya program yang ada akibat tidak ada keterlibatan aktif sebagai konsumen.

Model *public relations* simetris dua arah dilakukan dengan komunikasi jujur dua arah, saling memberi dan saling menerima, saling menghargai, fokus pada kesamaan pemahaman antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi. Negoisasi dan kemauan untuk melakukan adaptasi dan kompromi adalah elemen penting dalam proses ini.⁶ Model ini akan memberikan peluang bagi penerima jasa pendidikan, ataupun penerima informasi untuk memperoleh haknya sebagai konsumen jasa pendidikan, agar sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Sehingga nantinya lembaga pendidikan selalu menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat di masa yang akan datang.

SMPN I Pademawu merupakan salah satu sekolah yang terletak di Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan dengan jumlah siswa sebanyak 554 dengan jumlah siswa 317, siswi sebanyak 237. Melalui hasil survei awal yang dilakukan, diperoleh informasi bahwa SMPN I Pademawu merupakan sekolah dimana dalam pengelolaan di bidang humas cukup baik, meskipun petugas humas masih mengajar dalam proses pembelajaran, pihak humas sudah menjalin kerja sama antar sekolah dengan institusi seperti Kodim, komisi perlindungan anak indoensia (KPAI) Pamekasan, pihak puskesmas pademawu serta instansi lain seperti media massa yang mendukung terhadap publisitas seluruh kegiatan dalam setiap program sekolah. Selain itu, masyarakat turut aktif dalam memberikan respon terhadap kegiatan-kegiatan sekolah khususnya pihak Humas, seperti agenda setiap jumat yang dikemas dengan hal-hal berbeda dalam setiap minggunya. Kegiatan tersebut tidak lepas dari berbagai respon masyarakat selaku wali murid serta kerjasama dengan pihak-pihak institusi terkait.

Fokus penelitian ini Bagaimana pelaksanaan humas model simetris dua arah di SMPN I Pademawu, Apa saja faktor pendukung pelaksanaan humas model simetris dua arah, Apa faktor yang menghambat pelaksanaan humas model simetris dua arah, Apa solusi hambatan pelaksanaan humas model simetris dua arah. Tujuan dari penelitian ini yakni, Untuk mendiskripsikan pelaksanaan humas model simetris dua arah di SMPN I Pademawu, Untuk mendiskripsikan faktor pendukung pelaksanaan humas model simetris dua arah, Untuk mendiskripsikan faktor yang menghambat pelaksanaan humas model simetris dua arah, Untuk mendiskripsikan solusi hambatan pelaksanaan humas model simetris arah.

Berdasarkan hal tersebut, SMPN 1 Pademawu Pamekasan merupakan salah satu sekolah yang menerapkan model *public relations* simetris dua arah. Dalam model ini, masyarakat turun aktif memberikan keluhan-keluhan serta arahan yang bisa dijadikan evaluasi bagi sekolah untuk melaksanakan berbagai program di dalamnya. SMPN 1 Pademawu, dalam pelaksanaan manajemen Humas sebetulnya sudah memberikan peluang bagi pihak luar untuk turut serta memberikan pengayoman secara tidak langsung melalui model *public relations* yang sudah dijalankan. Dari fakta tersebut, maka judul penelitian ini berjudul “ *Pelaksanaan Humas Model Simetris Dua Arah di SMPN I Pademawu.*”

⁶ Keith Butterick, *Pengantar Public Relations* (Jakarta: Pt. Grafindo Persada, 2014), hlm. 31.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif. Maksudnya data yang diperoleh atau yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data yang diperoleh tersebut berupa wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumentasi. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif disini adalah ingin menggambarkan realita di balik fenomena yang terjadi di masyarakat tersebut secara mendalam, rinci dan tuntas.

Penggunaan jenis penelitian deskriptif dipilih oleh penulis untuk menggambarkan realita yang ada. peristiwa-peristiwa yang ada yang masih terjadi sampai saat sekarang atau waktu yang lalu jenis penelitian ini berbeda dengan eksperimen sebab tidak melakukan perubahan terhadap variabel variabel bebas mendeskripsikan suatu situasi alakadarnya.⁷

Jenis penelitian pada penelitian ini yakni Studi kasus adalah penggalian secara mendalam sistem berita contohnya acara aktivitas proses atau individu yang sesuai didasarkan pada pengoleksian data yang luas cakupannya luas studi kasus meliputi investigasi kasus yang bisa diartikan sebagai sebuah intensitas maupun objek studi yang dipisah dan terbatas dalam perihal tempat waktu maupun batas-batas fisik. Sangat krusial untuk dimengerti bahwasanya kasus bisa berbentuk program individu sekolah kegiatan ruang kelas maupun kelompok. Sesudah kasus dimaknai secara jelas maka peneliti melakukan penyelidikan dengan mendalam pada umumnya memakai sejumlah metode pengumpulan data misalnya observasi lapangan wawancara dan dokumentasi.⁸ Jenis penelitian ini dipilih oleh penulis karena relevan dengan topic yang diangkat oleh peneliti.

Oleh karena itu, penggunaan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus disini adalah untuk mencocokkan antara realita yang ada dalam masyarakat tersebut dengan teori yang berlaku dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata dan bukan angka-angka.⁹ Selain mencocokkan teori dengan realita yang terjadi di lapangan, penulis juga menganalisa perkembangan pelaksanaan teori tersebut sesuai dengan zaman yang berlangsung, serta kebutuhan dari lembaga yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan masyarakat ialah usaha-usaha untuk mengembangkan hubungan-hubungan yang akrab, pantas dan oleh karena itu menguntungkan untuk kedua belah pihak, seperti antara sesuatu perusahaan, industri, atau organisasi masyarakat lainnya.¹⁰ Hubungan masyarakat atau yang biasa dikenal dengan *public relation* bisa dikatakan bahwa interaksi timbal balik yang dilakukan oleh institusi/lembaga kepada pihak konsumen yang terlibat pada institusi tersebut untuk mengetahui respon masyarakat terhadap suatu institusi.

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), 121.

⁸ Alihamdan, "Jenis-jenis Penelitian dan Contohnya," 19 Juni, 2019, <https://alihamdan.id/jenis-penelitian/>.

⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 11.

¹⁰ S.K. Bonar, *Hubungan Masyarakat Modern* (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 11.

Konsep lainnya dari *public relation* adalah sebagai jembatan antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya, terutama tercapainya *mutual understanding* (saling pengertian) antara perusahaan dengan publiknya.¹¹

Humas atau public relation memiliki peran penting terhadap sebuah lembaga/institusi ketika diterapkan: Komunikasi adalah ilmu, PR bagian dari ilmu komunikasi, yakni ilmu yang sedang tumbuh dan mulai diminati. PR cukup ilmiah untuk dipelajari di negara maju sudah banyak perguruan tinggi yang mengeluarkan program diploma dan sarjana PR.

Citra adalah suatu istilah baru yang menarik, dan banyak diperbincangkan saat ini oleh masyarakat. Kita perlu memanfaatkan momentum ini, sekaligus memasyarakatkan pengertiannya dari perlunya PR. Mitra adalah istilah baru yang menarik, karena memberikan kesan saing memperhatikan. Kepentingan bersama (*mutual interest*) adalah esensi dari kegiatan PR. Ini jelas menggambarkan dua pihak (*two way communication*).¹²

Dalam dunia pendidikan, hubungan masyarakat menjadi sesuatu hal yang sangat penting keberadaannya untuk menjadi mediator antara sekolah dengan masyarakat baik dalam sekolah ataupun masyarakat luar sekolah.

Selain itu beberapa alasan yang menunjang terhadap kebutuhan sekolah dengan adanya humas, diantaranya: munculnya era media, pendidikan mendapatkan banyak serangan, ruang lingkup humas yang berhasil menjadi sangat luas.¹³ Adapun ruang lingkup tugas humas dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :

Pertama Membina Hubungan Keluar (Publik Eksternal). Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Hubungan Masyarakat Keluar (Humas Eksternal) turut menentukan keberhasilan kegiatan hubungan masyarakat suatu badan atau lembaga. Berdasarkan macam-macam khalayak ini dikenal sebagai : (a) *Press Relations*: mengatur dan memelihara hubungan dengan pers umumnya dengan mass media seperti pers, radio, film dan televisi yang utama adalah pers. (b) *Government Relations*: mengatur dan memelihara hubungan dengan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah. Lembaga atau instansi resmi yang berhubungan dengan kegiatan sekolah. (c) *Community Relations*: mengatur dan memelihara hubungan dengan masyarakat setempat. (d) *Supplier Relations*: mengatur dan memelihara hubungan dengan para *levaransir* (pemborong), kontraktor agar segala kebutuhan perusahaan dapat diterima secara teratur serta dengan harga dan syarat-syarat yang wajar. (e) *Customer Relations*: mengatur dan memelihara hubungan dengan para langganan, sehingga hubungan itu selalu dalam situasi bahwa langgananlah yang sangat membutuhkan pendidikan, bukan sebaliknya.

Kedua Membina hubungan ke dalam (publik internal). Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Tujuan hubungan masyarakat ke dalam ialah pada hakikatnya untuk meningkatkan kegairahan bekerja para, guru, tenaga akademik, karyawan lembaga atau instansi yang

¹¹ Elvinaro Ardianto, *Public Relations Praktis* (Bandung: Widya Padjadjaran, 2009), 3.

¹² Ardianto, *Public Relations Praktis*.

¹³ P. Isbianti, "Peran Humas Sebagai Upaya Menjalin Kerja Sama Antara Smk Dengan Dunia Usaha/Duniaindustri (Du/Di)," *Jurnal Manajemen Pendidikan* 6, no. 2 (2010): 41–54.

bersangkutan. Sebagai garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut, *Internal public* meliputi: (a) *Employee Relations*: memelihara hubungan khusus antara manajemen dengan guru dalam kepegawaian secara formal. Misalnya mengenai penempatan, pemindahan, kenaikan pangkat, pemberhentian, pensiun dan sebagainya. (b) *Human Relations*. Memelihara hubungan khusus antara sesama warga dalam sekolah secara informal, sebagai manusia (secara manusiawi). Pergaulan antara manusia, bukan sebagai hubungan manusia secara formal. (c) *Labour Relations*: memelihara hubungan antara kepala sekolah dengan komite serta turut menyelesaikan masalah-masalah yang timbul. Mengadakan tindakan-tindakan preventif mencegah kesulitan-kesulitan yang timbul, karenanya turut melancarkan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak. (c) *Stockholder Relations, Industrial Relations*: sesuai dengan sifat dan kebutuhan sekolah yaitu mengadakan hubungan dengan para pemegang saham.

Ruang Lingkup bidang kerja Humas di sekolah ini dapat dikelompokkan dalam beberapa bidang yang meliputi: koordinasi dengan Kepala sekolah dan unsur pimpinan lain, kerjasama dengan BP/BK dalam menangani masalah kemampuan, minat dan kekeluargaan, kerjasama dengan warga sekolah, kerjasama dengan tokoh masyarakat, kerja sama dengan aparat pemerintahan Kelurahan, menjalin silaturahmi antar Alumni, kerjasama dengan perguruan tinggi tentang kemajuan pendidikan, mengembangkan persaudaraan dengan lingkungan yang harmonis, Menjalinkan kerjasama dengan Kantin sekolah, pengurus OSIS tentang kebersihan lingkungan.

Disamping hal-hal tersebut diatas waka/PP Humas melaksanakan kegiatan-kegiatan sebagai berikut; melakukan Koordinasi secara Kontinue dengan semua unsur pimpinan dan Tata Usaha, menerima tamu umum yang berkaitan dengan tugas kehumasan, penyampaian informasi terkait dengan Sertifikasi, Libur Sekolah dan informasi-informasi lain yang ada kaitannya dengan guru dan persekolahan, menuliskan berbagai informasi dipapan pengumuman guru kaitannya dengan rapat dinas, rapat awal tahun, rapat kelulusan, rapat akhir tahun dan kenaikan kelas, mempersiapkan agenda rapat, dan menyampaikan guru yang tidak hadir pada saat belajar kepada guru piket, mempersiapkan pertemuan-pertemuan dengan pengurus komite, jika ada hal yang perlu dibicarakan, melakukan Home visit bersama BP/BK, Wali Kelas, jika ada siswa yang sakit, atau siswa yang jarang masuk sekolah.¹⁴

Adapun macam-macam model humas adalah sebagai berikut:

1. Model Agen Pemberitaan (*Press Agency Model*)

Press Agency disebut juga dengan Agen Pemberitaan yakni sebuah model dimana informasi bergerak satu arah dari organisasi menuju public. Model seperti ini kerap digunakan disebuah organisasi atau perusahaan yang mana tujuan dari organisasi atau perusahaan tersebut memahami audience atau masyarakat. Dari beberapa asumsi model ini adalah bentuk model paling tua dari public relations, sepemahaman dengan pengertiannya, *press agency* diartikan sama dengan hal – hal seperti Publisitas dan promosi.¹⁵

Model Press Agency kerap banyak digunakan dalam urusan pengembangan-pengembangan perusahaan, untuk menciptakan citra baik nama perusahaan atau organisasi mereka dan menarik perhatian para konsumen atau masyarakat termasuk

¹⁴ Isbianti.

¹⁵ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 12.

dalam menggunakan taktik. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan hampir semuanya mengarah ke taktik propaganda, dimana seseorang atau sekelompok kumpulan berusaha mempengaruhi atau mempersuasi orang lainnya dengan berbagai cara, misalnya jika dalam sebuah perusahaan ingin menampilkan produk barunya maka ia akan menampilkan menggunakan iklan dan mendesain berbagai cara agar iklan tersebut menarik perhatian konsumen seperti dengan menyewa bintang iklan ternama atau dengan menawarkan sejumlah hadiah, *doorprize*, promo dan sebagainya.¹⁶

Hal-hal semacam ini merupakan taktik yang digunakan dalam sebuah perusahaan untuk mempengaruhi orang – orang disekitarnya, terkadang dalam sebuah taktik yang digunakan tidak etis melainkan beberapa diantaranya menggunakan semacam pencitraan yang berlebihan demi mengangkat nama baik perusahaannya ataupun organisasi, terlepas dalam menggunakannya dengan berbagai cara. Lattimore dan Baskin menyebutkan semakin keras mereka bersuara, semakin banyak perhatian yang akan mereka peroleh, terlepas salah atau benar sehingga akan semakin baik mereka melakukan pekerjaan.

2. Model Informasi Publik (*Public Information Model*)

Model ini bertujuan memberi informasi bukan untuk publisitas atau promosi. Dalam konteks komunikasi penyampaian berita tetap berjalan satu arah sama dengan model press agency, dimana sebuah subjek berusaha menyampaikan pesan yang dimengerti dan masyarakat mengkomunikasikannya dengan secara tidak wajib menanggapi umpan balik. Dalam hal ini humas bertindak sebagai *journalist in residence*, artinya bertindak sebagai wartawan dalam menyebarkan informasi kepada *public* dan mengendalikan berita atau informasinya kepada media massa.

Bentuk ini lebih baik dan mengandung lebih banyak kebenaran karena penyebarannya melalui *news letter*, brosur dan surat langsung (*direct mail*).¹⁷

Contoh: prestasi yang dihasilkan oleh peserta didik di publish di media sekolah atau website sekolah dalam rangka mempromosikan prestasi yang sudah dicapai oleh peserta didik.

3. Model Asimetris Dua Arah (*Two way assimetic model*)

Menurut Grunig dan Hunt model ini diasosiasikan dengan praktik yang dilakukan Edwar Bernays pada pertengahan 1920 hingga 1950. Dalam model asimetris dua arah, praktisi humas berperan sebagai mediator antara organisasi dan public mereka. Menurut Lattimore, model ini menerapkan metode riset ilmu sosial untuk meningkatkan efektivitas persuasi dari pesan yang disampaikan.¹⁸

Praktisi humas dengan model ini menggunakan survey, wawancara dan *focus group* untuk mengatur serta menilai *public* sehingga mereka bisa merancang program humas yang bisa memperoleh dukungan dari public. Walaupun timbal balik (*feedback*) dari semua itu dipertimbangkan ke dalam proses pembuatan program, namun organisasi dengan model ini lebih tertarik mengenai cara public menyesuaikan diri dengan mereka ketimbang sebaliknya, organisasi yang menyesuaikan dengan kepentingan *public*.

Grunig menjelaskan bahwa model ini merupakan cara humas untuk mengubah sikap public dengan tujuan atau sasaran organisasi. Menurut Wilcox dalam

¹⁶ Soemirat dan Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*.

¹⁷ Soemirat dan Ardianto.

¹⁸ Soemirat dan Ardianto.

Prasetyoningrum menjelaskan bahwa riset yang digunakan dalam model ini adalah formatif dan *evaluative*. Formatif, untuk membantu merencanakan suatu aktivitas dan memilih sasaran – sasaran dan *evaluative* jika sasaran tersebut telah dicapai. Mathee menjelaskan *feedback* yang didapat dari riset semata – mata digunakan untuk menentukan pesan – pesan *persuasive* yang lebih baik. Persuasi ini dianggap sebagai tujuan utama dan dijalankan melalui komunikasi dua arah dengan efek yang tidak seimbang (*imbalanced effect*). Dalam model ini kebanyakan dipraktikkan pada *competitive business* dan *agencies* yang memiliki tujuan untuk mengajak dan mendapatkan dukungan dari *public*.¹⁹

Dalam model ini masyarakat justru tidak dilibatkan dalam kebutuhan yang ingin mereka raih serta hal yang harus dipenuhi oleh lembaga kepada dirinya. Akan tetapi, institusi lebih mengedepankan untuk membangun citra masyarakat tanpa melihat kondisi masyarakatnya.

4. Model Simetris Dua Arah (*Two way Simetic Model*)

Model ini menggambarkan sebuah pedoman *Public Relations* di mana organisasi dan publik saling menyesuaikan diri. Fokus pada penggunaan metode riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi dari pada persuasi satu arah. Tiga model pertama merefleksikan sebuah praktik *public relations* yang berusaha mencapai tujuan organisasi melalui persuasi. Kemudian model keempat berfokus pada usaha menyeimbangkan kepentingan pribadi dengan kepentingan publik atau kelompok lainnya.²⁰

Menurut hemat penulis, model ini merupakan satu kesatuan utuh yang dicapai oleh sebuah lembaga ketika kampu menerapkannya. Masyarakat, ataupun kerjsama dengan instansi lain diharapkan sama-sama memberikan dampak yang nyata terhadap keberlangsungan sebuah institusi. Disamping itu, sebagai penyedia jasa. Masyarakat sebagai konsumen berhak memberikan masukan atas segala kebutuhan yang ingin mereka capai selama menjadi konsumen. Melalui model ini, sebuah lembaga tidak hanya mementingkan kepentingan institusinya tersebut, melainkan kepentingan masyarakat juga dipenuhi dalam rangka memberikan pelayanan yang baik kepada pihak terkait.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak humas, kepala sekolah, siswa serta instansi terkait yang bekerjasama dengan SMPN I Pademawu dan masyarakat sekitar. Model humas simetris dua arah merupakan salah satu model yang terbaru serta pelaksanaan komunikasi di dalamnya saling terbuka, memberikan kepercayaan satu sama lain. Di SMPN I Pademawu, juga menerapkan Humas model simetris arah. Hal tersebut dibahas dalam term ini sebagai berikut:

1. Pelaksanaan Humas Model Simetris dua arah di SMPN 1 Pademawu

Setiap lembaga pendidikan/madrasah pasti memiliki cara tersendiri agar sekolah yang dikelola mengalami perubahan yang signifikan terhadap perkembangan sekolah tersebut. Salah satu hal yang berperan penting terhadap keberlangsungan proses pendidikan yakni kerjsama dengan instansi yang lain. *Feedback* yang diberikan terhadap masyarakat kepada lembaga. Karena hal ini merupakan salah satu bentuk

¹⁹ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 59.

²⁰ Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*.

apresiasi terhadap kinerja lembaga serta mengetahui peningkatan sebuah lembaga pendidikan.

Selain kerjasama dengan instansi yang lain diluar sekolah. Hubungan internal menjadi pon penting terhadap kemajuan lembaga. Tidak terbatas pada bawahan dan atasan, karena lembaga pendidikan bukanlah perusahaan yang mengutamakan untung/profit secara uang. Melainkan kualitas anak didik, serta perkembangan sekolah itu sendiri. Maka dari itu, petugas humas selalu berusaha untuk memberikan hal terbaik agar bisa bersinergi untuk kemajuan sekolah.

Pola komunikasi menjadi salah satu hal penting yang harus diprioritaskan dalam menjalankan berbagai program sekolah. Di pihak internal, humas melaksanakan pengajian keluarga besar SMPN I Pademawu yang menjadi salah satu cara agar meningkatkan loyalitas, soliditas antar tenaga pendidik dan tenaga pendidikan di dalamnya. Kegiatan ini merupakan salah satu contoh model humas simetris dua arah.

Penerapan humas model simetris dua arah dilakukan dengan komunikasi jujur dua arah, saling memberi, saling menerima, saling menghargai.²¹

Dapat kita pahami bahwa kerjasama yang terjalin dengan berbagai pihak instansi luar seperti KPAI, pegadaian *syariah*, BLH, Polsek, Puskesmas, masyarakat setempat merupakan kerjasama yang tidak merugikan serta tidak mementingkan profit yang dikedepankan. Melainkan terciptanya hubungan untuk saling membantu sama lain, memberikan pengaruh dan dampak yang lebih baik terhadap sesama.

Tidak hanya itu, publikasi di internet juga menjadi hal penting untuk melaksanakan humas model simetris dua arah. Dilansir dari Kompas edisi 10 Februari 2020 bahwa pertumbuhan internet pada tahun 2017 sebanyak 64,8%, pada tahun 2018 mengalami peningkatan 10,12%. Sejak tahun 2019, masyarakat sudah mengandalkan media sosial untuk kebutuhan informasi dan pemberitaan yang lain.²²

Berdasarkan hal tersebut, selain komunikasi secara langsung dengan komunikan yang dituju, humas juga berupaya untuk melakukan publikasi di internet, meskipun publikasi dilakukan oleh operator sekolah akan tetapi seluruh informasi berbagai kegiatan tidak lepas dari komunikasi dengan petugas humas.

2. Faktor Pendukung Pelaksanaan Humas Model Simetris Dua Arah

Faktor pendukung pelaksanaan humas model simetris dua arah tidak lepas dari perencanaan yang dilakukan oleh petugas humas. Perencanaan yang dimaksud yakni pendekatan. Pendekatan dengan instansi luar menjadi hal yang urgen dalam pelaksanaan humas. Hal ini karena pendekatan yang dilakukan oleh petugas humas memberikan informasi yang cukup luas untuk mengetahui latar belakang instansi yang akan menjalin kerjasama dengan pihak lembaga pendidikan. Sehingga kerjasama yang terjalin tercipta keterbukaan, kekeluargaan, saling mendukung satu sama lain.

Faktor pendukung lainnya yakni, instansi yang dituju memiliki tujuan yang sama dalam program sekolah yang menjadi bahan pertimbangan untuk diadakan.

²¹ Kieth Butterick, Pengantar Public Relations Teori dan Praktik (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), 33.

²² Dilansir dari kompas edisi 10 Februari 2020.

3. Faktor yang Menghambat Pelaksanaan Humas Model Simetris Dua Arah di SMPN I Pademawu

Faktor-faktor yang menghambat pelaksanaan humas model simetris dua arah meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Kedua faktor tersebut tidak lepas dari faktor dari pihak internal ataupun eksternal yang terjalin antar hubungan baik dengan pihak internal, ataupun dengan instansi luar. Faktor penghambat, bergantung terhadap program yang dilakukan.

Faktor internal biasanya permasalahan yang terjadi antar karyawan dalam lembaga pendidikan, jadwal program setiap jumat kadang tak menentu dan tidak sesuai dengan rencana menjadi salah satu faktor penghambat pelaksanaan humas model simetris dua arah.

Kejadian tersebut dapat kita pahami bahwa merumuskan perencanaan dengan melihat berbagai kemungkinan yang terjadi. Proses perencanaan harus disertai dengan berbagai pertimbangan lain untuk mengetahui berbagai alternatif yang bisa diambil. Selain merumuskan hal tersebut, petugas humas harus mengetahui tujuan berbagai program yang dilakukan, mengetahui komunikasi yang dituju.²³

Faktor eksternal biasanya kurangnya akses untuk komunikasi dengan instansi yang diperlukan pada saat ada program yang ingin dilaksanakan. Kurangnya dorongan yang diberikan oleh kepala sekolah juga menjadi faktor penghambat pelaksanaan humas model simetris dua arah.

Komunitas dalam *public relation* adalah kelompok-kelompok para pegawai di dalam perusahaan dan lembaga, institusi, organisasi dan golongan sosial yang ada di luar perusahaan. Ke dalam perusahaan, *public relation* berkewajiban mengatur hubungan antar kelompok pegawai di satu pihak dengan lembaga perusahaannya di pihak lain. Demikian pula terhadap kelompok lain diluar perusahaan, seperti lembaga pemerintahan, instansi swasta, dan masyarakat, *public relation* harus bisa menjalin hubungan yang baik.²⁴

4. Solusi Hambatan Pelaksanaan Humas Model Simetris Dua Arah di SMPN I Pademawu

Kepala sekolah memiliki otoritas kebijakan tertinggi di sekolah. Sehingga segala permasalahan yang terjadi di sekolah pada akhirnya muara masalah yakni kepada kebijakan kepala sekolah. Sebagaimana diungkapkan dalam pasal 12 ayat 1 PP 28 tahun 1990 bahwa: “kepala sekolah bertanggung jawab atas penyelenggaraan kegiatan pendidikan, administrasi sekolah, pembinaan tenaga kependidikan lainnya dan pendayagunaan serta pemeliharaan sarana dan prasarana”.

Dapat kita pahami bahwa kepala sekolah merupakan ujung tombak kemajuan sebuah lembaga pendidikan dalam proses pelaksanaan pembelajaran, mulai dari perencanaan sampai evaluasi. Kepala sekolah sebagai penentu kebijakan di sekolah juga harus memfungsikan perannya secara maksimal, pernyataan Kartini Kartono²⁵ dalam tulisan menyebutkan bahwa fungsi kepemimpinan adalah memandu,

²³ Coulson dan Thomas, *Petunjuk Praktis Ilmu Hubungan Masyarakat* (Jakarta: PT. Intermasa, 1989), 28.

²⁴ Ridho Aldhily, *101 Amazing Public Relation Ideas* (Bantul: Quadrant, 2017), 21.

²⁵ Eka Daryanto dan Astri Novia Siregar, “Implementasi Kebijakan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Profesionalisme Guru di SMAN 3 Medan,” *Jurnal Educandum* X, no. 1 (2017): 29.

menuntun, membimbing, memberi atau membangun motivasi kerja, mengemudikan organisasi, menjalin jaringan komunikasi yang lebih baik.

Disamping itu, kepala sekolah memiliki relasi yang lebih besar dalam menjalani kerjasama. Sehingga kesulitan akses untuk kejasama bisa ditangani oleh kepala sekolah melalui arahan dan instruksi yang diperlukan.

Tidak hanya kepala sekolah, bawahan juga menjadi solusi dari penghambat yang ada. Ketika masalah internal terletak pada pesimisme kepada sekolah ketika menjalankan suatu program akibat berbagai keterbatasan yang dimiliki sekolah. Para karyawan berperan penting untuk menunjukkan semangat serta loyalitas lebih, saling bekerjasama untuk mewujudkan program tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, komunikasi dua arah tidak hanya terjalin dari atasan kepada bawahan, akan tetapi keduanya memiliki peran penting untuk terus melakukan komunikasi secara massif untuk tercipta budaya yang saling kerjasama serta tidak menghambat segala kegiatan.

Tidak hanya itu, komunikasi dua arah antara kepala sekolah dengan bawahan harus terjalin dengan baik. Kondisi ini akan membuat semangat kerja para bawahan terus meningkat. Notosemito dalam tulisan Prastiwi mengemukakan bahwa faktor-faktor yang dapat menimbulkan semangat kerja karyawan adalah adanya suasana hubungan sosial yang menyenangkan dapat diwujudkan dengan adanya interaksi dan komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan.²⁶

Mengetahui tujuan berbagai program yang dilaksanakan akan memberikan dampak terhadap pelaksanaan program yang dilakukan. Pendekatan yang dilakukan oleh petugas humas dimaksudkan sebagai upaya untuk memahami dan mengenal lebih dekat komunikasi.

KESIMPULAN

Dari paparan dan hasil temuan peneliti yang sudah dibahas pada bab sebelumnya yang berkaitan dengan penerapan humas model simetris dua arah di SMPN I Pademawu, dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Penerapan humas model simetris dua arah dilakukan dalam bentuk berbagai program sekolah, hal ini dikarenakan melibatkan instansi luar baik instansi pemerintah ataupun non pemerintah, komunikasi yang dibangun oleh petugas humas di SMPN I Pademawu yakni dua arah, saling memberi dan menerima, kejujuran serta keterbukaan dan tidak atas dasar kepentingan pribadi. Selain itu, komunikasi dengan pihak internal sekolah bersama seluruh keluarga besar SMPN I Pademawu turut baik. Dengan adanya pengajian keluarga besar SMPN I Pademawu merupakan bentuk komunikasi dua arah yang diterapkan oleh SMPN I Pademawu. (2) Faktor pendukung pelaksanaan humas model simetris dua arah yakni pendekatan yang dilakukan oleh petugas humas, berkenaan dengan komunikasi yang dilakukan. Selanjutnya, visi serta tujuan yang sama juga menjadi faktor pendukung. (3) Faktor yang menghambat pelaksanaan humas model simetris dua arah yakni faktor internal dan faktor eksternal. Kemampuan petugas humas dalam merencanakan program kegiatan, serta pendekatan dengan siapa yang dituju merupakan faktor yang bisa menghambat pelaksanaan humas model simetris dua arah. Disamping itu, waktu

²⁶ Prastiwi dan Reny Yuniasari, "Hubungan Antara Model Komunikasi Dua Arah Antara Atasan dan Bawahan dengan Motivasi Kerja pada Bintara Polresta Yogyakarta," *Jurnal Psikologi Integratif* 2, no. 2 (2014): 11.

kegiatan serta kesiapan instansi juga berpengaruh. (4) Solusi dari beberapa faktor yang menghambat pelaksanaan humas model simetris dua arah yakni kebijakan kepala sekolah untuk segera mengambil tindakan lain, selain itu tugas humas harus bisa menganalisa beberapa kemungkinan yang akan terjadi dalam melaksanakan program. sehingga planning yang harus dimiliki tidak hanya satu.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, tentunya ada beberapa hal yang dipandang perlu untuk disampaikan dalam tulisan skripsi ini, antara lain: (a) Pihak SMPN I Pademawu perlu adanya peningkatan program sekolah yang melibatkan peran humas begtu urgen. Hal ini akan dapat memberikan pengalaman yang cukup besar untuk meminimalisir terjadinya kesalahan-kesalahan yang tidak terduga. (b) Pihak IAIN Madura perlu adanya peningkatan kompetensi humas untuk terus menjalin kerjasama dengan berbagai pihak lembaga pendidikan, agar tercipta hubungan kerjasama dalam peningkatan pendidikan yang akan berdampak terhadap program kerja humas. (c) Bagi penulis tentunya penelitian ini merupakan hasil kerjasama dengan berbagai pihak, serta jauh dari kata sempurna, seluruh elemen dan temuan di lapangan tidak lain merupakan hasil keterbatasan keilmuan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldhily, Ridho. *101 Amazing Public Relation Ideas*. Bantul: Quadrant, 2017.
- Alihamdan. "Jenis-jenis Penelitian dan Contohnya." 19 Juni, 2019. <https://alihamdan.id/jenis-penelitian/>.
- Anwar, Rofiq. "Peran Praktisi Public Relation dalam Organisasi-Organisasi di Yogyakarta." *Jurnal Komunikasi Islam* 7, no. 1 (2015).
- Ardianto, Elvinaro. *Public Relations Praktis*. Bandung: Widya Padjadjaran, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013.
- Aziz, Abdul. *Pengantar Manajemen dan Substansi Administrasi Pendidikan*. Jember: Pustaka Radja, 2017.
- Bonar, S.K. *Hubungan Masyarakat Modern*. Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Butterick, Kieth. *Pengantar Public Relations Teori dan Praktik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Coulson, dan Thomas. *Petunjuk Praktis Ilmu Hubungan Masyarakat*. Jakarta: PT. Intermedia, 1989.
- Daryanto, Eka, dan Astri Novia Siregar. "Implementasi Kebijakan Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Profesionalisme Guru di SMAN 3 Medan." *Jurnal EducanduM* X, no. 1 (2017).
- Fransiska, Maria. "Peran Humas dalam Membangun Citra Sekolah Menengah Kejuruan Bopkri 1 Yogyakarta." Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.

- Isbianti, P. "Peran Humas Sebagai Upaya Menjalin Kerja Sama Antara Smk Dengan Dunia Usaha/Duniaindustri (Du/Di)." *Jurnal Manajemen Pendidikan* 6, no. 2 (2010): 41–54.
- Luqman, Yanuar. "Peran dan Posisi Hubungan Masyarakat sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri di Semarang." *Jurnal Interaksi* 11, no. 1 (2013).
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Prastiwi, dan Reny Yuniasari. "Hubungan Antara Model Komunikasi Dua Arah Antara Atasan dan Bawahan dengan Motivasi Kerja pada Bintara Polresta Yogyakarta." *Jurnal Psikologi Integratif* 2, no. 2 (2014).
- Ruslan, Rosady. *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Soemirat, Soleh, dan Elvinaro Ardianto. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008.
- Terry, George R., dan Leslie W. Rue. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.