

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Sejauh ini peneliti menemukan beberapa penelitian mengenai manajemen hubungan masyarakat dan mengenai dunia industri, beberapa penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Triana Ratih, mahasiswi STAIN Jember Tahun 2009 dengan judul “Manajemen Humas Lembaga Pendidikan Sekolah Dalam Membangun Hubungan Dengan Masyarakat di SMP Negeri 2 Sumbermanjing”.

Dalam penelitian ini memfokuskan pada pelaksanaan, upaya, dan hasil pelaksanaan program humas dalam membangun hubungan dengan masyarakat di SMP Negeri 2 Sumbermanjing, menggunakan pendekatan kualitatif, kesimpulan dalam penelitian ini menyatakan bahwa kedudukan humas di SMP Negeri 2 Sumbermanjing adalah menciptakan suasana yang kondusif dalam lingkungan pendidikan dengan cara membina komunikasi yang baik. Upaya SMP Negeri 2 Sumbermanjing dalam membangun hubungan adalah dengan menggunakan beberapa teknik dan media antara lain pemasangan spanduk dan bhakti sosial. Hasil pelaksanaan manajemen humas meliputi peningkatan secara kuantitatif dan kualitatif berupa pembangunan dibidang fisik dan peningkatan prestasi akademik dan non akademik.

2. Skripsi Fajarrotus Safa'at, Mahasiswa STAIN Jember Tahun 2014, dengan judul "Aplikasi Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di Madrasah Tsanawiyah Al-Amien Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember Tahun Ajaran 2013/2014".

Dalam penelitian ini memfokuskan tentang manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat. Kesimpulan dalam penelitian ini perencanaan yang dilakukan oleh pihak sekolah sudah berjalan dengan baik dengan adanya perencanaan awal dan perencanaan akhir. Pelaksanaan yang dilakukan oleh MTs Al-Amien sudah sesuai dengan memiliki program unggulan yang bekerjasama dengan pondok pesantren Al-Amien dan Evaluasi yang juga dilakukan setiap akhir bulan.

3. Skripsi Dyas Ulyas Sa'adah, Mahasiswa IAIN Jember Tahun 2015, dengan judul "Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Fiqih di MA. Ma'arif Ambulu Tahun Pelajaran 2014/2015" dengan fokus penelitiannya adalah bagaimana perencanaan program, pelaksanaan program, dan evaluasi program humas dalam meningkatkan minat belajar siswa di MA Ma'arif Ambulu.

Hasil penelitiannya adalah, dalam perencanaan program humas membuat program istighosah setiap bulan sekali dengan melibatkan masyarakat. Pelaksanaan program humas, waka humas memberikan arahan kepada anggotanya dan kepada guru fiqih dalam meningkatkan

minat belajar siswa. Kemudian untuk evaluasi program dilihat dari antusias siswa dalam mengikuti pelajaran fiqih.

1.1

Tabel Perbedaan dan Persamaan Penelitian

Nama	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
Triana Ratih	2009	<ul style="list-style-type: none"> Manajemen Humas Lembaga Pendidikan Sekolah dalam membangun hubungan dengan masyarakat di SMP Negeri 2 Sumbermanjing 	<ul style="list-style-type: none"> Sama-sama meneliti manajemen hubungan masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> Triana memfokuskan pada pelaksanaan, sedangkan peneliti fokus pada perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi
Fajarrotu s Safa'at	2014	<ul style="list-style-type: none"> Aplikasi Manajemen Hubungan Masyarakat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di Madrasah Tsanawiyah Al-Amien Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember Tahun Ajaran 2013/2014 	<ul style="list-style-type: none"> Sama-sama meneliti manajemen hubungan masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> Fajar memfokuskan pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, sedangkan peneliti

<p>Dyas Ulyas Sa'adah</p>	<p>2015</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Fiqih di MA. Ma'arif Ambulu Tahun Pelajaran 2014/2015 	<ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama meneliti manajemen humas 	<p>dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dyas memfokuskan manajemen humas dalam meningkatkan minat belajar siswa, sedangkan peneliti manajemen dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri
<p>Novia Badiatun Nafiah</p>	<p>2016</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Hubungan Masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di Sekolah Menengah 	<ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama meneliti tentang manajemen hubungan masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • Peneliti memfokuskan pada Perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi humas

		Kejuruan Negeri Darul Ulum Muncar Banyuwangi		dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri.
--	--	--	--	--

Dari beberapa penelitian yang disebutkan sebelumnya. Peneliti merasakan bahwa penelitian yang dilakukan dalam bidang ini belum tergambar secara menyeluruh, terasa ada celah yang memungkinkan peneliti mengadakan penelitian, sehingga ini peluang penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri Darul Ulum Muncar Banyuwangi Tahun Pelajaran 2016/2017” untuk menambah pengetahuan hal-hal yang berkaitan dengan Manajemen hubungan masyarakat, dunia usaha/dunia industri, dan fenomena-fenomena yang terdapat di SMK Negeri Darul Ulum Muncar Banyuwangi.

B. Kajian Teori

Adapun kajian teori yang penulis gunakan adalah segala hal yang berhubungan dengan variabel yang terdapat pada judul penelitian.

1. Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas)

a. Pengertian Manajemen Hubungan Masyarakat

Secara etimologis, kata manajemen merupakan terjemahan dari *management* (Bahasa Inggris), berasal dari kata *manage* yang

artinya mengurus, mengatur, mengelola.¹ Juga berasal dari bahasa latin, perancis dan italia yaitu *manus, mano, manage/menege dan meneggaire* bararti melatih kuda agar dapat melangkah.²

Secara terminologis, George Terry sebagaimana yang dikutip oleh Winoto mendefinisikan manajemen merupakan proses khas yang terdiri atas tindakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan serta penilaian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan melalui sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. *Management is district process of planning, organizing, actuating, controlling, performed to determine and accomplish stated objective the use of human beings and other resources.*³

Sementara itu menurut Ruslan, humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama.⁴

Sedangkan menurut Frank Jefkins, humas merupakan sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua

¹Bazar Harahap, *Kamus Professional Inggris-Indonesia Indonesia-Inggris*, (Jakarta: Erlangga, 1990), 126.

²Tim Dosen Administrasi Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 204.

³ Suhadi Winoto, *Manajemen Berbasis Sekolah* (Jember: Pena Salsabila, 2011), 5.

⁴ Jauhari, *Public Relations Membangun Citra Organisasi dengan Komunikasi* (Jember: STAIN Press, 2013), 14.

khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.⁵

Berdasarkan pengertian manajemen dan pengertian humas tersebut dapat ditarik pengertian kedua konsep tersebut yakni definisi manajemen humas. Menurut Ruslan, manajemen humas adalah suatu proses menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya.⁶

Dari uraian di atas, manajemen humas yang dimaksud peneliti adalah sebuah proses yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang dilakukan untuk mengatur hubungan antara lembaga pendidikan dengan khalayaknya.

b. Karakteristik Humas

Mencermati definisi humas pada pembahasan seelumnya, kita dapat menguraikan bahwa ada empat ciri utama humas yang disebut sebagai karakteristik humas, yaitu:

- 1) Adanya upaya komunikasi yang bersifat dua arah

Hakikat humas adalah komunikasi. Namun, tidak semua komunikasi dapat dikatakan humas. Komunikasi yang menjadi ciri kehumasan adalah komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya arus informasi timbal balik.

⁵ Morissan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional* (Jakarta: Kencana, 2010), 8.

⁶ Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, 11.

2) Sifatnya yang terencana

Humas adalah suatu kerja manajemen atau fungsi manajemen. Oleh karena itu, kerja humas haruslah menerapkan prinsip-prinsip manajemen, supaya hasil kerjanya dapat diukur.

3) Berorientasi pada Organisasi/Lembaga

Dengan mencermati orientasi tersebut, maka syarat mutlak dalam kerja humas adalah pemahaman yang tinggi terhadap visi, misi, dan budaya organisasi/lembaga. Visi, misi, dan budaya organisasi/lembaga organisasi inilah yang menjadi materi utama humas, sehingga dapat mencapai tujuan humas dan mendukung tujuan manajemen lainnya.

4) Sasarannya adalah Publik

Sasaran humas adalah publik, yakni suatu kelompok dalam masyarakat yang memiliki karakteristik kepentingan yang sama. Dalam praktik publik ini dikelompokkan menjadi dua, yakni publik internal dan publik eksternal.⁷

c. Peran Humas

Upaya menjalin kerjasama antara sekolah dengan dunia usaha/dunia industri merupakan hal yang tidak bisa dipungkiri. Untuk menjalin kerjasama ini pihak sekolah harus berusaha sebaik mungkin agar dapat menarik dunia usaha/dunia industri untuk bersedia bekerjasama dengan pihak sekolah dalam pelaksanaan pendidikan.

⁷ Frida Kusumastuti, *Dasar-dasar Hubungan Masyarakat* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2004), 15.

Dalam menjalankan upaya ini humas sekolah memegang peranan penting untuk turut mendukung terwujudnya suatu hubungan kerjasama kepada publik baik itu *intern* maupun *ekstern*.

Dari peranan yang dilaksanakan, Pejabat Humas akan melakukan fungsi-fungsi manajemen, secara garis besar aktivitas utamanya berperan sebagai berikut:

1) *Communicator*

Artinya kemampuan sebagai komunikator yang baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan.

2) *Relationship*

Kemampuan peran Humas membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.

3) *Back up Management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain, seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok organisasi.

4) *Good Image Maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas *public relations* dalam melaksanakan manajemen kehumasan membangun citra atau nama baik lembaga/organisasi dan produk yang diwakilinya.⁸

d. Aktivitas Manajerial Humas

Pada dasarnya tujuan umum dari program kerja dan berbagai aktivitas dari humas (*Public Relations*) di lapangan adalah cara menciptakan hubungan harmonis antara organisasi/perusahaan yang diwakilinya dengan publiknya atau stakeholder sasaran khalayak yang terkait. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra positif (*good image*), kemauan baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling timbul pengertian (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak.⁹

Dikaitkan dengan pemahaman manajemen humas, proses dalam kegiatan komunikasi yang merupakan faktor utama yang dapat menentukan kelancaran proses manajemen dalam fungsi kehumasan dari lembaga yang diwakilinya, pada umumnya manajemen humas melalui fungsi¹⁰:

1) Perencanaan Humas

Perencanaan pada hakekatnya adalah proses pengambilan keputusan atas sejumlah alternatif mengenai sasaran dan cara-cara

⁸ Ruslan, *Manajemen Public Relation*, 27.

⁹ *Ibid.*, 147.

¹⁰ *Ibid.*, 25.

yang akan dilaksanakan dimasa yang akan datang guna untuk mencapai tujuan yang dikehendaki.¹¹ Perencanaan meliputi kegiatan menetapkan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapai, berapa lama, berapa orang yang diperlukan, dan berapa jumlah biayanya.¹²

Tujuan dari proses perencanaan program kerja adalah untuk mengelola berbagai aktivitas humas. Hal ini dapat diwujudkan dengan adanya pertukaran pendapat, pesan, dan informasi yang jelas, serta mudah dimengerti oleh kedua belah pihak yang terlibat komunikator dan komunikan.¹³

M. Linggar Anggoro dalam bukunya menyatakan ada empat alasan yang paling menonjol dilakukannya perencanaan humas. Keempat alasan tersebut adalah:

- a) Untuk menetapkan target-target operasi humas yang nantinya akan menjadi tolok ukur atas segenap hasil yang diperoleh.
- b) Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.
- c) Untuk memilih prioritas-prioritas yang paling penting guna menentukan (i) jumlah program dan (ii) waktu yang diperlukan guna melaksanakan segenap program humas yang telah diprioritaskan tersebut.

¹¹ Husaini Usman, *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), 61.

¹² Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, 11.

¹³ Ruslan, *Manajemen Public Relation*, 147.

d) Untuk menentukan kesiapan atau kelayakan pelaksanaan berbagai berbagai upaya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan jumlah dan kualitas (i) personel yang ada, (ii) daya dukung dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, kendaraan, dan sebagainya, serta (iii) anggaran dana yang tersedia.¹⁴

Melihat begitu pentingnya perencanaan, maka demi terwujudnya suatu kerjasama tentu tidak serta merta terjalin tanpa adanya suatu langkah permulaan. Direktorat Tenaga Kependidikan mengemukakan bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat dilakukan dengan prosedur sebagai berikut:

a) Menganalisis Masyarakat

Kegiatan pertama dalam perencanaan manajemen hubungan masyarakat adalah analisis lingkungan situasi dan kondisi yang berkaitan dengan sasaran masyarakat, kebutuhan dan keinginan masyarakat akan pendidikan. Hal ini sangat penting, karena pemahaman yang salah tentang kondisi masyarakat akan menyebabkan program-program yang disusun dan dikembangkan oleh sekolah dalam rangka pemberdayaan masyarakat untuk pendidikan akan kurang tepat.¹⁵ Masyarakat dalam hal ini bisa publik *intern* sekolah maupun publik *ekstern* sekolah yang dalam hal ini adalah dunia usaha/dunia industri.

¹⁴ M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 76.

¹⁵ Direktorat Tenaga Kependidikan, *Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pemberdayaan Masyarakat* (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2007), 23.

Menurut Cutlip, Center & Broom (2000) perencanaan *public relation* harus didasarkan kepada analisis lingkungan situasi dan kondisi sebagai berikut.

(1) *A searching look backward*, yaitu penelusuran masa lampau atau sejarah organisasi untuk menetapkan faktor-faktor yang memegang peranan penting dalam situasi yang sedang terjadi.

(2) *A deep look inside*, yaitu penelaahan terhadap fakta-fakta dan pendapat yang dipertimbangkan, dipandang dari sudut tujuan organisasi dan kemampuan internal organisasi.

(3) *A wide look around*, yaitu melihat kecenderungan-kecenderungan yang ada pada berbagai aspek (politik, sosial dan ekonomi) di sekeliling kita, serta situasi dan kondisi saat ini untuk rencana mendatang.

(4) *A long, long looks ahead*, (jauh memandang ke depan); tujuan dan pelaksanaan program organisasi ditentukan berdasarkan misi organisasi yang cukup realistis dan kemudahan dalam mencapai tujuan. Kesesuaian perencanaan dan program *public relation*, serta prospek organisasi dimasa mendatang.¹⁶

¹⁶ Ruslan, *Manajemen Public Relation* , 157.

Dalam konteks ini analisis juga dapat dilakukan dengan mencari tahu informasi mengenai dunia usaha/dunia industri yang dapat dijangkau oleh SMK.¹⁷

b) Merencanakan Program

Masalah yang telah ditentukan pada langkah pertama digunakan untuk menyusun program, tujuan, tindakan, dan strategi komunikasi. Langkah kedua mencakup tindakan untuk memasukkan temuan yang diperoleh pada langkah pertama ke dalam kebijakan dan program organisasi. Langkah kedua ini merupakan proses untuk menjawab pertanyaan berdasarkan situasi yang telah dipelajari.¹⁸

Secara umum pengertian dari perencanaan program kerja *public relation* yaitu terdiri dari semua bentuk kegiatan perencanaan komunikasi baik kegiatan ke dalam maupun ke luar antara organisasi dan publiknya yang tujuannya untuk mencapai saling pengertian.¹⁹ Faktor utama dalam membuat perencanaan program yaitu:

- (1) Kegiatan yang akan dilaksanakan dituangkan dalam bentuk proposal perencanaan kerja *public relation*, termasuk *special events* seperti: *product launching*, *facility visit*, penandatanganan kerjasama.

¹⁷ Pandit Isbianti, "Peran Humas sebagai Upaya Menjalinkan Kerjasama antara SMK dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI)", <http://journal.uny.ac.id/index.php/jmp/article/view/3644/3117> (06 Juni 2016).

¹⁸ Morissan, *Manajemen Public Relations*, 108.

¹⁹ Ruslan, *Manajemen Public Relation*, 153.

(2) Perencanaan anggaran, yang merupakan faktor yang penting. Anggaran ini bisa meliputi: honorarium, biaya-biaya transportasi, akomodasi, konsumsi, promosi, iklan, publikasi, dokumentasi, dll.

(3) Perizinan dari yang berwenang.

(4) Strategi pelaksanaan suatu kegiatan.

(5) Meeting atau rapat.

(6) Perekrutan karyawan yang akan dilibatkan dalam pekerjaan termasuk job-descriptionnya.²⁰

c) Menentukan Tim

Kebersamaan (*team work*) merupakan karakteristik yang dituntut oleh MBS karena output pendidikan merupakan hasil kolektif warga sekolah, bukan hasil individual. Oleh karena itu, budaya kerjasama antara fungsi dan antar individu dalam sekolah harus menjadi kebiasaan hidup sehari-hari warga sekolah.²¹

d) Mengadakan Komunikasi

Dalam konteks ini, setelah SMK memperoleh berbagai informasi yang diperlukan mengenai dunia usaha/dunia industri, pihak SMK kemudian melakukan komunikasi dengan dunia usaha/dunia industri yang akan dibidik untuk diajak bekerjasama.

²⁰ Ibid., 159.

²¹ Rohiat, *Manajemen Sekolah Teori Dasar dan Praktik* (Bandung: PT Refika Aditama, 2008), 60.

Melalui hubungan masyarakat sekolah merintis kerjasama dengan industri atau perusahaan yang sesuai dengan standar keahlian atau keterampilan tiap-tiap program studi. Dalam hal ini sekolah membuat kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri secara tertulis tentang pelaksanaan program atau biasa disebut dengan *Memorandum of Understanding (MoU)*.²²

2) Pelaksanaan Humas

Mengkomunikasikan dan pelaksanaan (*Communication-Action*) tidak lain merupakan upaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan. Pada tahap ini informasi yang berkenaan dengan langkah-langkah yang akan dilakukan dijelaskan sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang secara efektif dapat mempengaruhi pihak-pihak yang dianggap penting dan berpotensi untuk memberikan dukungan sepenuhnya.²³ Hal ini dimaksudkan untuk membuat semua anggota organisasi agar mau bekerjasama serta bergairah untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian.²⁴

Pelaksanaan merupakan kegiatan yang dilaksanakan secara berencana, teratur dan terarah guna mencapai tujuan yang diharapkan.

²² Pandit Isbianti, "Peran Humas sebagai Upaya Menjalin Kerjasama antara SMK dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI)", <http://journal.uny.ac.id/index.php/jmp/article/view/3644/3117> (06 Juni 2016).

²³ Ruslan, *Manajemen Public Relation*, 149.

²⁴ Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi* (Bandung: Yrama Widya, 2006), 62.

Nasution didalam bukunya menjelaskan. Pelaksanaan kegiatan humas pada lembaga pendidikan untuk membina hubungan ke dalam dan ke luar ini terdiri dari dua²⁵, yaitu:

a) Pelaksanaan kegiatan humas secara internal (*public internal*)

Publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri.²⁶ Tujuan dari kegiatan internal adalah mempererat hubungan guna memperlancar tugas-tugas harian sehingga menimbulkan hubungan yang harmonis. Adapun kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan berkaitan dengan hubungan internal humas antara lain:

(1) Memberikan pengertian kepada semua warga lembaga agar memiliki keterampilan *public relation*.

(2) Menciptakan komunikasi yang terarah dan efektif di lingkungan kantor serta unit kerja.

(3) Untuk mewujudkan komunikasi tersebut adalah dengan mencantumkan semua informasi pada papan “informasi”.

(4) Memonitor opini publik internal yang berkembang terhadap kebijakan lembaga. Hal ini dapat dilakukan baik secara formal lewat lembaga maupun secara informal atau melalui kritikan dan saran opini di media massa.²⁷

b) Pelaksanaan kegiatan humas secara eksternal

²⁵ Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, 96.

²⁶ Ruslan, *Manajemen Public Relation*, 23.

²⁷ Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, 97.

Public eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.²⁸ Pelaksanaan kegiatan humas secara *eksternal* dilaksanakan dengan tujuan mempererat hubungan dengan masyarakat, atau instansi di luar lembaga. Ini dimaksudkan untuk menciptakan citra yang positif tentang lembaga pendidikan, sehingga masyarakat akan memberikan kepercayaan dan dukungan terhadap program yang dicanangkan.²⁹

Bentuk-bentuk hubungan sekolah dengan *publik eksternal* meliputi:

(1) Hubungan sekolah dengan orang tua siswa dan warga masyarakat.

(2) Hubungan Sekolah dengan Alumni. Dari para alumni, sekolah memperoleh masukan tentang kekurangan sekolah yang perlu dibenahi, upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk perbaikan.

(3) Hubungan dengan Dunia Usaha/Dunia Industri:

(a) Mengundang tokoh yang berhasil untuk datang ke sekolah.

(b) Mengirim para anak didik ke dunia usaha/dunia kerja.

Tentu saja ini menguntungkan kedua belah pihak.

²⁸ Ruslan, *Manajemen Public Relation*, 23.

²⁹ Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, 97.

Dunia usaha/dunia kerja memperoleh tenaga yang terdidik sedangkan para siswa mendapatkan pengalaman kerja yang berharga.³⁰

Dalam keputusan Menteri Pendidikan dan kebudayaan tentang Sekolah Menengah Kejuruan BAB XIV Pasal 32 tentang Kerjasama dengan Dunia Kerja menyebutkan:

- (a) SMK dapat mengadakan kerjasama dengan dunia kerja.
- (b) Kerjasama dengan dunia kerja bertujuan meningkatkan kesesuaian program SMK dengan kebutuhan dunia kerja.
- (c) Kerjasama dengan dunia kerja diusahakan dengan azas saling menguntungkan.

Pasal 33

Kerjasama sebagaimana dimaksud dalam pasal 32 meliputi kegiatan:

1. Saling memberi informasi tentang perkembangan ilmu pengetahuan teknologi dan kesenian;
2. Saling memberi informasi tentang kebutuhan dan tersedianya tenaga kerja;

³⁰ Suharsimi Arikunto dan Lia Yuliana, *Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Aditya Media Yogyakarta, 2009), 362.

3. Saling mendayagunakan sumber daya kedua belah pihak;
 4. Tukar menukar kesempatan untuk memahirkan dan memutahirkan kemampuan staff;
 5. Kerjasama unit produksi dan promosi;
 6. Pengalaman kerja lapangan bagi siswa dan magang bagi guru;
 7. Evaluasi kurikulum dan hasil belajar;
 8. Sertifikasi keahlian kejuruan.³¹
- (4) Hubungan dengan instansi lain
- (a) Hubungan dengan sekolah lain. Hubungan kerjasama ini dapat juga dibina melalui Kelompok Kerja Kepala Madrasah.
 - (b) Hubungan dengan Lembaga/Badan-badan Pemerintahan Swasta.³²

Kegiatan yang dilakukan dalam pelaksanaan eksternal humas ini antara lain:

- (1) Memperkenalkan kegiatan yang akan dan sedang diselenggarakan lembaga pendidikan kepada masyarakat.
- (2) Mensosialisasikan kepada masyarakat secara intensif tentang kebijakan yang berkaitan dengan akademis, keuangan, dan sebagainya.

³¹ *Petunjuk Pelaksanaan Sistem Pendidikan Nasional 1992-1993*, 60.

³² Arikunto, *Manajemen Pendidikan*, 363.

Cara yang dilakukan untuk kedua kegiatan tersebut antara lain:

- (a) Menulis semua kegiatan yang ada di lingkungan lembaga pendidikan .
- (b) Menerbitkan “warta, jurnal atau buletin” setiap bulannya dengan berita-berita kegiatan aktual di lingkungan lembaga pendidikan melalui media internet (dalam hal ini bekerjasama dengan unit kerja yang dapat diakses).
- (c) Mengadakan jumpa pers bila diperlukan untuk menyampaikan kebijakan baru lembaga pendidikan atau menyampaikan informasi lain yang perlu diketahui oleh masyarakat luas.
- (d) Mempertahankan nama baik lembaga pendidikan dengan mempersiapkan bahan informasi yang jujur dan obyektif.
- (e) Memonitor sikap masyarakat, kebutuhan, dan kepentingan masyarakat.³³

3) Evaluasi Humas

Evaluasi adalah tahap terakhir setelah tahap-tahap penelitian, perencanaan dan penggiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi.³⁴

Evaluasi dalam suatu organisasi pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam upaya untuk mengetahui berbagai hal yang berkaitan dengan perkembangan, kemajuan, dan

³³ Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, 97.

³⁴ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 307.

kemunduran suatu program yang dijalankan dalam organisasi pendidikan. Artinya, evaluasi program yang dijalankan tersebut guna menindaklanjuti sebagai langkah improvisasi pendidikan menuju ke arah yang lebih baik dan maju.

Evaluasi ini mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana. Pelaksanaan dievaluasi dan penyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan diperbaiki supaya tujuan-tujuan dapat tercapai dengan baik.³⁵

Pada tahapan ini, humas mengadakan penilaian terhadap hasil-hasil dari program-program kerja atau aktivitas humas yang telah dilaksanakan. Termasuk mengevaluasi keefektivitasan dari teknik-teknik manajemen dan komunikasi yang telah dipergunakan.³⁶

Suatu evaluasi tidak dapat dikatakan lengkap tanpa memberikan penilaian atas masing-masing tingkatan sebagai berikut:

a) Evaluasi Tahap Persiapan

Pada tahapan ini dilakukan suatu tinjauan mengenai seberapa baik suatu program dapat memenuhi permintaan atau kebutuhan situasi. Tinjauan kritis mengenai apa yang telah dikatakan dan apa yang dilakukan pada masa lalu memberikan petunjuk bagi upaya perbaikan program humas dimasa depan.

³⁵ George R. Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen*, ed. J. Smith D.F.M (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000), 18.

³⁶ Ruslan, *Manajemen Public Relation*, 149.

Evaluasi terhadap tahap persiapan program humas mencakup suatu penilaian yang bersifat subjektif dan objektif yang meliputi: kecukupan dalam pengumpulan latar belakang masalah, pengaturan materi program dan isi materi program, dan pengemasan serta presentasi materi program.³⁷

b) Evaluasi Tahap Pelaksanaan

Dalam mengevaluasi tahap implementasi ini, praktisi humas mengumpulkan bukti-bukti kegiatan. Catatan atas segala kegiatan pada tahap implementasi program sangat penting guna membantu melaksanakan riset evaluasi pada tahap ini. Tanpa dokumentasi yang lengkap, maka praktisi humas tidak akan mengetahui apa yang sudah berjalan dengan baik, apa yang masih menjadi kelemahan, apa yang salah, dan mengapa hal itu terjadi. Segala catatan itu menjadi bukti bahwa program bersangkutan telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang ditetapkan. Tahap selanjutnya adalah menentukan seberapa banyak orang yang menjadi khalayak sasaran telah dapat menerima pesan yang dikirimkan.³⁸

c) Evaluasi terhadap Dampak

Pengukuran efek mencatat seberapa jauh hasil yang telah dicapai untuk masing-masing target khalayak maupun keseluruhannya sebagaimana yang dinyatakan dalam tujuan

³⁷ Morissan, *Manajemen Public Relations*, 233.

³⁸ *Ibid.*, 240.

program. Kriteria khusus untuk mengevaluasi efek program haruslah secara jelas dinyatakan dalam tujuan yang akan memandu persiapan program dan pelaksanaannya.

Pada dasarnya, kita mengenal adanya dua macam bentuk hasil dari program humas yakni hasil kualitatif dan hasil kuantitatif. Hasil kualitatif tidak bisa diukur secara statistik melainkan harus diukur melalui pengalaman dan perbandingan nyata. Contoh hasil kualitatif adalah meningkatnya bobot dan kualitas para pegawai. Sedangkan hasil kuantitatif adalah suatu hasil yang bisa diukur secara statistik berdasarkan angka-angka. Misalnya, terdapat peningkatan pemahaman khalayak terhadap organisasi atau perusahaan yang diukur berdasarkan persentase penurunan jumlah keluhan para pelanggan.³⁹

2. Konsep Dunia Usaha atau Dunia Industri

a. Pengertian Usaha

Dunia usaha sering disebut dengan istilah perusahaan, adalah suatu unit kegiatan produksi yang mengolah sumber-sumber ekonomi atau faktor-faktor produksi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.

³⁹ Ibid., 246.

Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan sarana atau alat manajemen. Alat manajemen dapat dikelompokkan kedalam 6M, yaitu:

- a) Men (manusia). Manusia merupakan faktor utama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Saat ini tenaga kerja manusia tidak hanya sebagai faktor produksi, tetapi sudah dianggap sebagai mitra perusahaan sehingga harus dikelola dengan sebaik-baiknya.
- b) Money (uang).
- c) Materials.
- d) Machine.
- e) Methods. Agar suatu kegiatan lebih berdaya guna dan berhasil guna, manusia dihadapkan pada berbagai alternatif metode atau cara untuk melakukan pekerjaan. Pemilihan cara yang tepat memungkinkan proses produksi berjalan lebih efektif dan efisien.
- f) Market (pasar).

Macam-macam Badan Usaha, yaitu:

- a) Badan Usaha pertanian, yaitu badan usaha yang bergerak dibidang pengolahan tanah, misalnya pertanian, perkebunan dan perikanan.
- b) Badan Usaha perdagangan, yaitu badan usaha yang bergerak dibidang pembelian barang-barang untuk dijual kembali, tanpa mengubah sifat dan bentuk barang tersebut.

- c) Badan Usaha Industri, yaitu badan usaha yang bergerak dibidang pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi/setengah jadi.
- d) Badan Usaha ekstraktif, yaitu badan usaha yang usahanya menggali, mengambil atau mengumpulkan kekayaan alam yang sudah tersedia, seperti penambangan pasir, penebangan hutan.
- e) Badan Usaha jasa, badan usaha yang usahanya memberikan atau menyewakan jasa kepada orang atau badan lain, misalnya perusahaan transportasi, asuransi, dan bank.⁴⁰

b. Pengertian Industri

Industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan.⁴¹

Industri adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi penggunaannya, tidak termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.⁴²

Pada literatur lain juga ditemukan definisi industri adalah Badan atau kegiatan yang bertujuan untuk mengolah bahan mentah menjadi suatu komoditi atau proses menambah nilai guna suatu barang.⁴³ Istilah industri biasanya menimbulkan gambaran dalam pikiran akan adanya pabrik-pabrik, perusahaan-perusahaan yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi dengan menggunakan

⁴⁰ Suryani, *Manajemen Agribisnis*, 12-13

⁴¹ Meity Taqdir Qodratillah dkk, *Kamus Bahasa Indonesia Untuk Pelajar* (Jakarta: badan pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), 174.

⁴² Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian.

⁴³ Juliana Ifnul Mubarak, *Kamus Istilah Ekonomi* (Bandung: Yrama Widya, 2012), 99.

alat-alat seperti mesin dan lain-lain, yang dilayani oleh karyawan dengan kecakapan tertentu. Ada yang mengatakan bahwa industri adalah suatu konsep barat, sebagai usaha untuk mengejar: keuntungan, prestasi, dan pendapatan yang besar. Usaha-usaha ini pada akhirnya akan membawa pertumbuhan ekonomi. Di negara Barat, semua itu dapat dicapai berkat adanya usaha-usaha yang menekankan pada prinsip-prinsip dasar seperti:

- a) Efisiensi
- b) Prestasi
- c) Pendekatan yang rasional
- d) Manajemen
- e) Hubungan-hubungan yang formal, dan sebagainya.⁴⁴

Berdasarkan bahan dan produk yang dihasilkan, industri dibedakan menjadi empat, yaitu:

- a) Aneka Industri

Industri ini menggunakan bahan yang beraneka ragam dengan produk yang beraneka ragam pula. Industri ini meliputi produk-produk kebutuhan rumah tangga. Contohnya industri pangan dan industri sandang.

- b) Industri Kimia Dasar

Industri ini bahan olahannya menggunakan bahan kimia.

Hasil olahan dapat berupa barang jadi atau bahan industri lain.

⁴⁴ Basu Swastha DH dan Ibnu Sukotjo W, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), 10-11.

Contohnya Petrokimia Gresik selain memproduksi ZA, Urea, TSP, TSP plus, dan fosfat alam, juga menghasilkan produk bahan kimia, seperti asam sulfat, amoniak, nitrogen, oksigen, CO₂ padat dan cair.

c) Industri Logam Dasar

Industri ini mengolah logam dan produk dasar. Contohnya industri baja, besi, alumunium, dan kapal terbang.

d) Industri Kecil

Jenis industri ini menggunakan bahan industrinya sedikit, modal kecil, dan menggunakan alat-alat sederhana. Sebagian besar industri ini menggunakan keterampilan tenaga dan jumlah tenaga kerja yang sedikit.

e) Industri Ekstraktif

Industri yang mengolah atau menggunakan sumber alam yang tidak dapat diganti: seperti pertambangan batubara dan perikanan.⁴⁵

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan industri, salah satunya adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia dikelompokkan menurut jenis keahlian yang dimilikinya.

Ada negara, ataupun daerah yang memiliki tenaga kerja yang tersedia dalam jumlah yang besar, namun tidak terampil dan ahli. Kemudian, ada negara yang memiliki banyak tenaga kerja terampil, tetapi tidak ahli. Sebaliknya, ada negara yang memiliki banyak tenaga ahli, tetapi

⁴⁵ Mubarok, *Kamus Istilah Ekonomi*, 99-100.

sedikit memiliki tenaga kerja murah dan terampil. Perbedaan ini yang pada gilirannya menyebabkan industri yang dikembangkan di tempat-tempat tersebut menjadi berbeda-beda.⁴⁶

Dunia usaha/dunia industri merupakan salah satu elemen yang penting dalam dunia ketenagakerjaan. Hal ini tidak bisa dipungkiri karena dunia usaha atau dunia industri merupakan salah satu penyerap tenaga kerja yang cukup dominan sehingga diperlukan adanya penyesuaian antara dunia usaha atau dunia industri dengan dunia pendidikan sebagai sumber penghasil tenaga kerja.⁴⁷

Dunia usaha/dunia industri yang dimaksud peneliti adalah lapangan kerja bagi siswa maupun masyarakat yang sudah mempunyai keterampilan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

3. Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menjalin Kerjasama dengan Dunia Usaha/Dunia Industri

Dunia usaha/dunia industri sebagai pemakai lulusan dari dunia pendidikan sudah selayaknya turut bertanggungjawab terhadap mutu proses dan lulusan dunia pendidikan. Kerjasama antara DU/DI dan sekolah merupakan jalinan kerjasama yang dilakukan untuk memperoleh masukan atau keuntungan bagi kedua belah pihak. Misalkan pada DU/DI, dengan adanya kerjasama ini dapat meningkatkan SDM dan mengurangi

⁴⁶ Muhammad Teguh, *Ekonomi Industri* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 235.

⁴⁷ Liana Feruca dan Meylia Elizabeth Ranu, "Dukungan Humas SMK Negeri 1 Magetan Terhadap Kemitraan dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI)", <http://www.e-jurnal.com/2016/05/dukungan-humas-smk-negeri-1.html> (15 Juni 2016).

pengangguran. Pada pihak sekolah dapat meningkatkan kualitas lulusan yang siap didik untuk memasuki dunia kerja.⁴⁸

Para pebisnis juga mengakui pertanggungjawabannya terhadap sekolah dan perguruan tinggi, baik sebagai karyawan terdidik dan pengetahuan ilmiah, maupun sebagai faktor penting dalam menentukan iklim bisnis yang menyenangkan.⁴⁹

Sebagaimana dijelaskan oleh Slamet PH (1994:5) yang dikutip oleh Isbianti, peran dunia usaha/dunia industri dalam pelaksanaan pendidikan kejuruan dijelaskan sebagai berikut:

a. Sebagai Aktivis

Sebagai aktivis, industri dituntut secara aktif memperbaiki pendidikan kejuruan melalui perannya sebagai tutor, *role model*, penyumbang peralatan (fasilitas) dan sebagainya. Industri sudah merupakan bagian dari Sistem Pendidikan Nasional sehingga industri dapat diberi wewenang untuk mewarnai isi dan proses pendidikan kejuruan. Industri dapat memberikan inspirasi kepada kepala sekolah untuk mengadakan improvisasi dalam kegiatan belajar mengajar agar selaras dengan perkembangan yang tersedia di dunia kerja.

b. Sebagai Edukator

Sebagai *educator* dunia usaha/dunia industri dituntut untuk memberikan pendidikan sebagai pelajaran jangka panjang. Tidak

⁴⁸ Dewi Kurniasari dan Gatot Isnani, "Analisis Pelaksanaan Kerjasama SMK dengan Dunia Usaha", <http://journal.um.ac.id/index.php/jpbm/article/view/5025/1789> (12 Juni 2016).

⁴⁹ Frazier Moore, *HUMAS Membangun Citra Dengan Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 441.

semua pelajaran diberikan di sekolah. Sebagai pelajaran yang melengkapi kemampuan profesional pendidik dan peserta didik SMK diperoleh di dunia usaha/dunia industri. Contoh pelajaran yang banyak diberikan melalui dunia usaha/dunia industri selain keterampilan adalah peningkata etos kerja dan disiplin kerja.⁵⁰

Untuk bisa mewujudkan program yang telah ditetapkan dari proses perintisan kerjasama hingga ditandatanganinya kontrak kerjasama tentu saja tidak terlepas dari adanya peran humas. Maka dari itu, dari peranan yang dilaksanakan. Pejabat Humas akan melakukan fungsi-fungsi manajemen, secara garis besar aktivitas utamanya berperan sebagai *Relationship* yakni kemampuan humas membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik *internal* dan *eksternal*. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antara kedua belah pihak tersebut.⁵¹

Dari uraian diatas, manajemen hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi humas dalam menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri untuk meningkatkan keterampilan peserta didik dan warga sekolah dalam bentuk penyelenggaraan pendidikan dan latihan sehingga mereka dapat mengenal dan memahami bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya sebagai aplikasi dari teori yang telah dipelajari di sekolah.

⁵⁰ Pandit Isbianti, "Peran Humas sebagai Upaya Menjalين Kerjasama antara SMK dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI)",(06 Juni 2016).

⁵¹ Ruslan, *Manajemen Public Relation*, 27.