

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Manajemen *public relations* dalam pengembangan perilaku organisasi di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 3 Medan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Pelaksanaan fungsi manajemen *public relations* dalam pengembangan perilaku di MAN 3 ditemukan adanya pembagian tugas dan koordinasi semua komponen madrasah , tugas dan fungsi dari komponen yang membidangi untuk *public relations* adalah wakil kepala madrasah bidang humas, sedangkan untuk melaksanakan tugas di lapangan tidak bisa berdiri sendiri, koordinasi dengan wakil madrasah bidang kurikulum dan wakil madrasah bidang kesiswaan, koordinasi dengan seluruh komponen dan komite madrasah. Kegiatan aktivitas perencanaan *public relations* mulai tahap awal, proses sampai akhir, mengembangkan aktivitas pelaksanaan *public relations* berlangsung , Pelaksanaan disesuaikan dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Memastikan pelaksanaan sesuai dengan perencanaan maka kepala madrasah dan pengelola humas melaksanakan pemantauan langsung berjalannya *public relations* dengan melakukan monitoring evaluasi program, Dalam proses pengambilan keputusan/ kebijakan kepala madrasah selalu menginginkan melalui proses musyawarah, namun proses musyawarah ini bersifat *bottom up*. Artinya kepala madrasah memberikan kesempatan kepada semua anggota bawahannya untuk melakukan musyawarah, setelah itu hasil musyawarah tersebut baru dilaporkan kepada kepala madrasah dan leadership *public relations* yang *partisipatif*, reporting program *public relations*, pelaporan *public relations* dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada publik terhadap pelaksanaan kegiatan. Laporan yang diberikan kepada masyarakat bisa berbentuk dokumen, foto, video

yang disampaikan baik melalui papan pengumuman maupun di upload di platform digital dan media sosial. Laporan ini juga bertujuan untuk menjaga hubungan dengan masyarakat *dan supervisi public yang aktif*, *Supervisi public relations* dilakukan secara bersama-sama ditanggungjawab oleh kepala madrasah. Supervisi ini dilakukan sebagai bentuk komitmen untuk melakukan pengawasan mutu dalam pelaksanaan program dengan baik.

2. Merealisasikan manajemen *public relations* di MAN 3 Medan dilakukan dengan membangun dan mempertahankan hubungan baik secara internal dan eksternal, dengan menunjuk orang-orang yang akan melakukan pekerjaan humas sebagai komitmen terhadap pelayanan pelanggan. Pihak-pihak yang bertanggung jawab dalam pengelolaan *public relations* dikomandoi oleh wakil kepala madrasah bidang Humas. Sedangkan dari pihak eksternal madrasah secara aktif membangun kerja sama dengan orang tua siswa yang diwakili komite madrasah serta peran serta alumni khususnya yang berprofesi sebagai jurnalis. *Stakeholders public relations* di Madrasah saling bahu membahu meningkatkan kinerja kehumasan dan pelayanan masyarakat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan yang ditetapkan partisipasi *stakeholders public relations*, Langkah berikutnya ialah mengungkapkan kekurangan dan kelebihan (terlalu luas) kegiatan yang telah direncanakan oleh Waka. bidang humas dan *teamwork* dalam momen musyawarah untuk disepakati secara bersama. Hasil musyawarah tersebut kemudian diserahkan kepada masing-masing kepala madrasah secara keseluruhan untuk dapat dilaksanakan. Dalam tahap merencanakan kegiatan program *public relations* ini memakai jenis keputusan terprogram karena perencanaan *public relations* dalam menentukan keputusan bersifat rutin dan berulang setiap tahun(kontinu), dan memiliki prosedur baku yakni pengeluaran surat keputusan (SK) dari masing-masing kepala madrasah pada,

menggunakan analisis SWOT *public relations* untuk mengetahui tindak lanjut, adanya *kolaborasi public relations* serta penggunaan multi media *public relations*, dilaksanakan dengan menggunakan berbagai macam media. Media yang digunakan terdiri dari media mass, media cetak, media elektronik, dan media sosial. merupakan salah satu alat utama dalam praktik *public relations* yang memainkan peran penting dalam membangun citra dan reputasi lembaga pendidikan berciri khas agama di depan public. Dalam konteks ini, artikel ini akan menjelaskan bagaimana media digunakan sebagai alat publikasi dalam *public relations*, strategi dibuat juga harus efektif untuk digunakan, serta tantangan yang mungkin dihadapi dalam proses pelaksanaan *public relations*. Cara merealisasikan *public relations* dengan banyak memanfaatkan digital agar penyampaian pesan bisa lebih cepat, tepat sasaran, lebih efektif dan efisien dari segi pembiayaan.

3. Implementasi manajemen *public relations* perlu dilaksanakan dalam hal untuk fasilitator komunikasi *public relations* yang dapat menjadi jembatan untuk menerima dan memberikan informasi bagi internal madrasah maupun eksternal, mediator antara madrasah dan publik, sebagai etalase untuk publikasi dan informasi bagi internal madrasah dan stakeholders, sehingga terbentuk sistem silaturahmi simbiosis Mutualisme prima. Tujuan yang ingin dicapai mengembangkan kegiatan Humas adalah meningkatkan pemahaman masyarakat tentang tujuan serta sasaran yang ingin direalisasikan sekolah, meningkatkan pemahaman sekolah tentang keadaan serta aspirasi masyarakat tersebut terhadap sekolah, meningkatkan usaha orang tua siswa dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik serta meningkatkan kuantitas serta kualitas bantuan orang tua siswa dalam kegiatan pendidikan sekolah, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya peran serta mereka dalam memajukan pendidikan di sekolah dalam era pembangunan, terpeliharanya kepercayaan masyarakat terhadap sekolah serta apa yang dilakukan oleh sekolah, pertanggungjawaban

sekolah atas harapan yang dibebankan masyarakat kepada sekolah, dukungan serta bantuan dari masyarakat dalam memperoleh sumber-sumber yang diperlukan untuk meneruskan dan meningkatkan program sekolah. Madrasah, masyarakat, dan lingkungan yang merupakan sasaran dari manajemen *public relations* dalam mengembangkan perilaku organisasi di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 3 Medan. Menjelaskan Tri pusat pendidikan adalah lembaga pendidikan yang mendorong terjadinya proses pembelajaran yang mencakup tiga tempat yakni lembaga pendidikan keluarga (rumah tangga), lembaga pendidikan sekolah, dan lembaga pendidikan masyarakat. penanggung jawab pendidikan ini dituntut melakukan kerjasama di antara mereka baik secara langsung atau tidak langsung dengan kegiatan yang sama secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Dengan kata lain perbuatan pendidikan yang dilakukan orangtua terhadap anak juga dilakukan oleh sekolah dengan memperkuatnya serta dikontrol masyarakat sebagai lingkungan sosial anak. Memberdayakan masyarakat lingkungan sekitar sekolah diharapkan tercapainya tujuan hubungan sekolah dengan masyarakat, yaitu meningkatkan kinerja sekolah dan terlaksananya proses pendidikan di sekolah secara produktif, efektif, dan efisien sehingga menghasilkan lulusan yang produktif dan berkualitas. Lulusan yang berkualitas ini tampak dari penguasaan peserta didik terhadap berbagai kompetensi dasar yang dapat dijadikan bekal untuk kerja di dunia usaha, melanjutkan pendidikan yang lebih tinggi, hidup di masyarakat secara layak, dan belajar untuk terus meningkatkan diri sesuai dengan asas belajar sepanjang hayat (*life long Education*).

B. Rekomendasi

Penelitian ini secara teori menemukan konsep tentang manajemen *public relations* dalam membangun hubungan (internal) memiliki hubungan yang harmonis dengan warga sekolah maupun (eksternal) dengan atasan atau masyarakat yang berpengaruh dalam memajukan madrasah. Dengan adanya kerjasama dan hubungan baik antara madrasah dan masyarakat maka akan terjalin harmonisasi antara keduanya. Penelitian manajemen *public relations* dalam pengembangan perilaku organisasi ini yaitu berangkat dari teori model *public relations* Alison Theaker yang telah disepakati oleh Aliansi Global Asosiasi Public Relations yang menyatakan bahwa adanya dampak hubungan di dalam karakteristik *public relations* terhadap perilaku organisasi.

Konsep teori manajemen *public relations* sebelumnya lebih pada perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi mulai dari konferensi pers, pembuatan brosur, penyelenggaraan acara *open house* hingga kampanye melalui media. Sedangkan temuan penelitian ini terdapat beberapa kegiatan dalam manajemen *public relations* yakni perencanaan komunikasi kelompok kecil, sistem organisasi *public relations*, penyelenggaraan *special event* (kegiatan khusus *public relations*: promosi, seminar, pameran, *school visit*, *home visit*, *group discussion*, sosial kemasyarakatan, jaringan dan kemitraan), penggunaan media: (media cetak, media audio, media audiovisual, media internet (Online), dan evaluasi program *public relation*. Konsep dari manajemen *public relations* tidak terlepas dari pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen yang ada, yakni kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian/ evaluasi. Dalam praktiknya, manajemen *public relations* dalam pendidikan merupakan seluruh proses kegiatan madrasah dalam berkomunikasi yang direncanakan dan diusahakan secara sengaja dan bersungguh-sungguh, serta pembinaan secara berkelanjutan untuk mendapatkan simpati dan diterima oleh masyarakat pada umumnya, khususnya masyarakat yang berkepentingan

langsung dengan sekolah.

Perilaku organisasi dalam penelitian ini adalah tindakan orang-orang yang ada di dalam madrasah mempengaruhi masyarakat pengguna madrasah agar memberikan respon, kepedulian, perhatian, dan partisipasi masyarakat kepada madrasah dalam mencapai tujuan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya keterlibatan perilaku organisasi dalam kegiatan manajemen *public relations* pada Madrasah Aliyah Negeri 3 Medan, di dalam proses manajemen *public relations* tersebut adanya proses orientasi (peninjauan untuk menentukan sikap) yang mana organisasi tersebut akan meningkatkan atau menciptakan organisasi yang efektif yakni pencapaian tujuan sesuai dengan yang direncanakan organisasi. Dari hasil penelitian ini, maka beberapa pendekatan tersebut telah mampu diciptakan oleh lembaga (madrasah), jadi manajemen *public relations* telah membentuk perilaku organisasi dengan terciptanya organisasi yang efektif. Terdapat implikasi positif setelah dilaksanakannya manajemen *public relations* dalam pengembangan perilaku organisasi pada MAN 3 Medan yaitu mempertahankan daya tarik madrasah melalui kegiatan *public relations*, adanya peningkatan kualitas atau mutu kegiatan pada tahap selanjutnya terutama kegiatan-kegiatan yang rutinitas, menjaga hubungan silaturahmi, meningkatnya partisipasi masyarakat terhadap madrasah: meningkatnya jumlah siswa setiap tahun, adanya penilaian/ pencitraan yang baik dari masyarakat.

C. Saran

Peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak yang terkait, yaitu kepada :

1. Kanwil Kementerian Agama serta jajaran dalam hal ini bidang pendidikan madrasah (Penmad) untuk membentuk kepala seksi yang membidangi Humas
2. Balai Diklat Keagamaan (BDK) untuk memberikan pendidikan dan pelatihan kepada Wakil Kepala Madrasah bidang Humas

3. Kementerian Agama kab/kota membentuk seksi atau tim Humas khusus bidang pendidikan
4. Pengawas pendidikan di Kementerian Agama untuk melakukan pengawasan, bimbingan serta monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan Humas di lingkungan pendidikan
5. Kepada kepala madrasah untuk lebih banyak berperan aktif dalam pengembangan perilaku organisasi dan menumbuhkan rasa tanggungjawab masyarakat terhadap pengelolaan lembaga dengan cara memberikan ruang yang luas akan partisipasi masyarakat tersebut terutama dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi akhir tiap semester khususnya pada kegiatan *public relations*.
6. Bagi praktisi *public relations* untuk lebih banyak melakukan studi banding ke lembaga lain untuk memperkaya wawasan serta pengalaman dalam upaya pengembangan program yang sudah ada ataupun yang belum ada. Sehingga program-program yang terdapat di lembaga lain dapat diadopsi ke madrasah dengan menyesuaikan kondisi dan potensi yang ada.

D. Keterbatasan Penelitian

Semoga Disertasi ini bermanfaat, menjadi bahan kajian teoritis dan praktis bagi peneliti selanjutnya, dapat diterapkan di madrasah untuk mempertahankan daya tarik madrasah melalui kegiatan *public relations*, meningkatkan kualitas atau mutu kegiatan pada tahap selanjutnya, menjaga hubungan silaturahmi, meningkatnya partisipasi masyarakat terhadap madrasah dan menjadi teladan bagi madrasah lainnya dan bermanfaat dunia dan akhirat.