

## PELATIHAN *PUBLIC RELATION* PADA KEGIATAN *IN HOUSE TRAINING* GURU DAN KARYAWAN YAYASAN TSAMROATUL FUAD PEMALANG

Isyti'aroh Isyti'aroh<sup>1)</sup>; Siti Rofiqoh<sup>2)</sup>; Tri Sakti Wirotomo<sup>3)</sup>; Dwi Fijianto<sup>4)</sup>

<sup>1)-4)</sup>Program Studi Diploma Tiga Keperawatan Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

E-mail: isytiaroh74@gmail.com

### Abstract

*Public relation* merupakan bagian penting di institusi pendidikan untuk menjalin komunikasi dua arah antara pengelola dan *stake holder* internal dan eksternal. Yayasan tsamrotul fuad merupakan yayasan penyelenggara pendidikan tingkat sekolah dasar dan menengah pertama yang membutuhkan peningkatan kapasitas guru dan karyaannya. Tujuan pengabdian masyarakat adalah meningkatkan pemahaman peserta tentang *public relation* melalui *in house training*. Metode pengabdian masyarakat dengan memberikan pelatihan pada acara *in house training* dengan sub pokok bahasan pengertian, unsur-unsur *public relation*, *public relation* dalam lembaga pendidikan, ilmu, sikap dan ketrampilan yang harus dikuasai dalam menjalankan peran *public relation*, seni *public speaking*, *hospitality*, layanan pendidikan berkualitas dan seni menghadapi komplain. Jumlah peserta sebanyak 86 peserta. Evaluasi pengabdian masyarakat dilihat dari peningkatan pemahaman sebelum dan sesudah pemberian materi. Hasil pengabdian masyarakat terjadi peningkatan rata-rata pemahaman sebanyak 39%, dihitung dari perbandingan nilai pretest dan posttest. Nilai rata-rata *pretest* adalah 48 sedangkan rata-rata *posttest* adalah 87 (rentang nilai 0-100). Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat berupa *in house training public relation* dapat disimpulkan telah mampu meningkatkan pemahaman peserta tentang *public relation*

**Kata kunci:** *in house training*, komunikasi, *public relation*,

## IN HOUSE TRAINING PROGRAME WITH TOPIC *PUBLIC RELATION* FOR TEACHERS AND EMPLOYEES OF THE TSAMROATUL FUAD FOUNDATION, PEMALANG

### Abstract

*Public relations* are an important for educational institutions to build two-way communication between managers and internal external stakeholders. The purpose of community service is to increase participants' understanding of public relations with in-house training method. The community service method by providing training with the sub-topic of understanding, elements of public relations, public relations in educational institutions, knowledge, attitudes and skills that must be mastered in carrying out the role of public relations, public speaking, hospitality, service quality education and the art of handling complaints. The number of participants was 86 participants. Evaluation of community service from increasing understanding before and after in-house training. The results of community service from a comparison of pretest and posttest scores is 39%. The mean of the pretest and posttest is 48 and the mean of the posttest is 87 (score range 0-100). The conclusion is that community service has been able to increase participants' understanding of public relations

**Keywords:** *in house training*, communication, *public relation*

### 1. Pendahuluan

Pendidikan adalah salah satu lembaga yang memberikan pelayanan pada *stake holder*. Pelayanan yang diberikan institusi pendidikan tingkat dasar dan menengah terutama adalah pengajaran yang ditunjang pelayanan administrasi, fasilitas sekolah dan kesiswaan (Nuraini, 2019). nstitusi pendidikan yang baik dan berkualitas harus memperhatikan kepuasan *stake holder* internal maupun eksternal. *Stake holder* internal seperti guru, siswa, bagian administrasi dan karyawan lain yang menunjang pelayanan pendidikan. *Stake holder* eksternal antara lain wali siswa, lembaga mitra pelayanan dan alumni.

Kepuasan *stake holder* menjadi tolak ukur keberhasilan dan kualitas pelayanan pendidikan. Beberapa penelitian membuktikan pentingnya kepuasan *stake holder* dalam pelayanan pendidikan. Penelitian membuktikan bahwa kualitas layanan pendidikan, budaya dan citra sekolah berpengaruh terhadap kepuasan orang tua siswa (Triwijayanti, Sanoto, & Paseleng, 2022). Demikian pula dengan penelitian lain dengan hasil kualitas pelayanan pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan orang tua siswa (Sari & Prasetya, 2020).

Upaya untuk mencapai kepuasan dalam pelayanan pendidikan tidak terlepas dari pemasaran dan upaya dalam mempengaruhi harapan *stakeholder*. Salah satu upayanya adalah dengan membangun sistem public relation yang baik. *Public relation* yang baik akan menjaga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan sehingga tetap eksis dan diminati siswa (Mukhtar, 2017).

*Public relation* adalah bidang kehumasan yang menjalankan fungsi manajemen, bertanggung jawab untuk membangun dan menjaga hubungan dengan semua *stake holder* yang relevan yang mempengaruhi proses marketing atau pemasaran. Kegiatan pada *public relation* meliputi proses pengambilan keputusan strategis, perencanaan, implementasi dan evaluasi (Sancar, 2016). Dalam bidang pendidikan *public relation* juga menjadi bagian fungsi manajemen yang tidak terpisahkan dan sangat penting.

Permasalahan yang ditemui adalah tidak semua lembaga pelayanan pendidikan mempunyai sistem *public relation* yang handal. Sistem *public relation* adalah sistem yang bekerja dalam memberikan informasi dua arah antara pengelola dan *stake holder* internal dan eksternal. Bahkan beberapa sekolah tidak mempunyai personal yang bertanggungjawab membangun *public relation* yang baik terhadap stake holdernya. Oleh karena itu pelatihan public relation bagi lembaga pendidikan merupakan kebutuhan yang seharusnya dipenuhi.

## 2. Metode

Pelaksanaan *in house training* dalam rangka pengabdian masyarakat melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, evaluasi dan rencana tindak lanjut. Tahapan pengabdian masyarakat dapat diuraikan sebagai berikut :

### 2.1. Persiapan

Tahap persiapan dilakukan dengan mempelajari surat permohonan, jadwal kegiatan dan pokok bahasan yang akan diberikan pada saat *in house training*. Pada tahap persiapan juga dilakukan persamaan persepsi tentang tujuan dan output yang diinginkan dari *in house training*. Setelah tercapai kesepahaman maka disepakati kisi-kisi materi yang akan diberikan pada *in house training*.

### 2.2. Pelaksanaan.

Pemberian materi tentang *public relation* pada tahap pelaksanaan dilakukan pada tanggal 28 Desember 2022 bertempat di SDIT Buah Hati Pematang Jawa Tengah. SDIT Buah Hati Pematang merupakan lembaga pendidikan dibawah naungan yayasan Tsamrotul Fuad Pematang.

Pelaksanaan edukasi menggunakan metoda ceramah, diskusi, dan demonstrasi tentang bagaimana menjalankan peran sebagai *public relation*. Materi yang diberikan meliputi pengertian, unsur-unsur *public relation*, *public relation* dalam lembaga pendidikan, ilmu, sikap dan ketrampilan yang harus dikuasai dalam menjalankan peran *public relation*, seni *public speaking*, *hospitality*, layanan pendidikan berkualitas dan seni menghadapi complain.

Peserta kegiatan *in house training* sejumlah 86 peserta terdiri dari perwakilan yayasan tsamrotul fuad, guru dan karyawan SDIT dan SMPIT Buah Hati yang berada pada naungan yayasan Tsamrotul Fuad.

### 2.3. Evaluasi.

Evaluasi kegiatan pelatihan dilakukan dengan membandingkan nilai *pretest* dan *posttest*. *Posttest* untuk mengukur pemahaman setelah dilakukan edukasi. Nilai *posttest* kemudian dibandingkan dengan nilai *pretest*.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pelatihan *public relation* dilaksanakan sesuai dengan rencana dengan melibatkan yayasan tsamrotul fuad,, guru dan karyawan. Secara keseluruhan peserta aktif mengikuti kegiatan. Gambaran kegiatan pada gambar 1 dan 2.



Gambar 1 : Pembukaan Kegiatan Pelatihan Sebelum Pemberian Materi



Gambar 2 : Kegiatan Pemberian Materi pada Sesi Pelatihan

Hasil *pretest* dan *posttest* pengabdian masyarakat menunjukkan peningkatan pemahaman peserta pengabdian masyarakat. Rata-rata nilai *pretest* dari 86 peserta adalah 86 sedangkan rata-rata *posttest* adalah 87 (rentang nilai 0-100). Peningkatan pemahaman sebesar 39. Hasil olah data *pretest* dan *posttest* pengabdian masyarakat ada di tabel 1.

Tabel 1. Nilai Rata-Rata *Pretest* dan *Posttest* Tingkat Pemahaman Peserta Mengenai DM Sebelum dan Sesudah Edukasi

Tingkat Pemahaman	Mean	Min-mak
<i>Pretest</i>	48	20-90
<i>Posttest</i>	87	50-100

Peningkatan pemahaman peserta sangat baik setelah diberikan materi tentang *public relation*. Faktor pendukungnya adalah antusiasme peserta,, dukungan dari yayasan dan pengelola Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) dan Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu (SMPIT) juga tersedianya sarana pendukung pemberian materi. Sedangkan hambatan yang ditemui antara lain interaksi nara sumber dan peserta kurang optimal karena pesertanya cukup banyak sehingga hanya beberapa peserta yang dapat berinteraksi dengan nara sumber.

Sekolah islam adalah sekolah yang mempunyai identitas khusus. Sekolah tersebut disamping mempunyai visi mencerdaskan kehidupan bangsa juga mencetak siswanya mempunyai pemahaman agama yang baik. Oleh karena itu kegiatan *public relation* pada lembaga pendidikan islam menjadi salah satu komponen manajerial yang penting. Lembaga pendidikan islam harus mempunyai program kerja yang baik dan matang dalam menjalankan agenda *public relation* (Habib, Masnah Sihombing, Rahmadani, & Wirahayu, 2021).

*In House Training public relation* sangat penting bagi *stake holder* internal di lembaga pendidikan. *Stake holder internal* memegang peran penting dalam mengkomunikasikan kebijakan institusi, menyampaikan informasi yang berhubungan dengan kejadian di institusi. Hal ini harus dilakukan agar pelaksanaan pembelajaran dan fator yang mendukung kualitas

pembelajaran serta peran yang harus diambil oleh stake holder internal maupun eksternal dapat difahami dan dilaksanakan bersama.

Pengabdian masyarakat berupa *in house training* kehumasan atau *public relation* juga telah dilakukan dengan hasil mampu membantu peningkatan fungsi kehumasan yang sesungguhnya. Fungsi *public relation* yang sesungguhnya adalah membangun kualitas hubungan antara masyarakat dan asosiasi (Marsya, Faladhin, & Martina, 2018).

*Publik relation* bukan hanya tentang menginformasikan dengan komunikasi satu arah, tetapi komunikasi yang dibangun harus dua arah. Temuan penelitian didapatkan hasil *public relation* di institusi pendidikan masih berkuat pada pemberian informasi ke masyarakat (*public information* atau *press agency*). Peran *public relation* seharusnya diperluas menjadi peran communication fasilitator, dimana komunikasi yang terjadi adalah komunikasi dua arah, vertikal dan horizontal (Luqman, 2013).

Penelitian lain memaparkan bahwa peningkatan mutu institusi pendidikan melalui *public relation* sangat penting. Setidaknya ada peran tidak langsung dan langsung. Pada lingkup eksternal, peran tidak langsung langsung diantaranya pemberian informasi ke masyarakat melalui website, demonstrasi karya dan majalah. Peran secara langsung diantaranya rapat komite sekolah, tukar pikiran dengan pilar-pilar di masyarakat dan kunjungan tamu. Kegiatan pada lingkup internal yang dilakukan secara tidak langsung diantaranya pemberian informasi melalui sarana panflet sekolah, buletin/majalah. Sedangkan kegiatan langsung diantaranya rapat dewan guru, studi banding, mengkomunikasikan kegiatan kepada dewan guru dan siswa (Satria, Supriyanto, Timan, & Adha, 2019).

*Public relation* juga membutuhkan media penyampai informasi agar menjadi lebih komunikatif dan pesan serta tujuan informasi tersampaikan dengan benar dan baik. Peningkatan kemampuan *public relation* sangat diperlukan, sebagaimana yang telah dilakukan melalui praktek desain photoshop dan twibbonize dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan dalam menyusun teks pesan persuasive dalam media promosi sekolah, klasifikasi media promosi dan peningkatan kompetensi guru dalam mengaplikasikan software photoshop dan twibbonize (Rahmasari, 2022).

#### **4. Simpulan dan Saran**

Pengabdian masyarakat berupa pelatihan *public relation* telah mampu meningkatkan pemahaman peserta tentang *public relation*. Saran bagi institusi pendidikan agar melakukan pelatihan *public relation* bagi stake holder internal terutama pengelola pendidikan dan guru atau dosen sehingga terbangun komunikasi yang baik dengan masyarakat dan dapat meningkatkan kualitas pendidikan.

#### **5. Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih disampaikan kepada pimpinan FIKES UMPP dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan. Terimakasih juga diucapkan pada seluruh jajaran yayasan Tsamrotul Fuad yang telah mendukung kegiatan pelatihan.

#### **Daftar Pustaka**

- Habib, M., Masnah Sihombing, U., Rahmadani, U., & Wirahayu. (2021). Pentingnya Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Islam. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 269–275.
- Luqman, Y. (2013). Peran dan Posisi Hubungan Masyarakat Sebagai Fungsi Manajemen Perguruan Tinggi Negeri di Semarang. *Jurnal Interaksi, Ilmu Komunikasi UNDIP*, 2(1), 1–10.

- Marsya, U., Faladhin, J., & Martina, D. (2018). Pelatihan Manajemen Kehumasan Sekolah Bagi Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Negeri 4 Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 2(2), 21–27. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v2i2.827>
- Mukhtar, M. (2017). Pemasaran Dan Upaya Dalam Mempengaruhi Harapan Stakeholder Dalam Lembaga Pendidikan Islam. *Tarbawi: Jurnal Pendidikan Islam*, 14(2). <https://doi.org/10.34001/tarbawi.v14i2.621>
- Nuraini. (2019). Bentuk Layanan Jasa Pendidikan. Retrieved from <http://www.jejakpendidikan.com/2019/08/bentuk-layanan-jasa-pendidikan.html>
- Rahmasari, E. A. (2022). Pengelolaan Media Komunikasi Sekolah dalam Menjalinkan Hubungan dengan Stakeholders pada RA Al Hikmah. *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 129. <https://doi.org/10.33633/ja.v5i1.405>
- Sancar, G. A. (2016). What is Public Relations? An Analysis of Turkish Public Relations Job Advertisements Discourses. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, (September), 171–191.
- Sari, T. N., & Prasetya, M. N. (2020). Dapatkah Kepemimpinan Kepala Sekolah, Motivasi Guru dan Kualitas Pelayanan Pendidikan Mempengaruhi Kepuasan Orang Tua Siswa. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 87–97. <https://doi.org/10.30596/edutech.v6i1.4399>
- Satria, R., Supriyanto, A., Timan, A., & Adha, M. A. (2019). Peningkatan mutu sekolah melalui manajemen hubungan masyarakat. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 7(2), 199–207. <https://doi.org/10.21831/amp.v7i2.26018>
- Triwijayanti, N., Sanoto, H., & Paseleng, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan, Budaya Sekolah, Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Orang Tua. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 12(1), 74–80. <https://doi.org/10.24246/j.js.2022.v12.i1.p74-80>