

JURNAL KEPENDIDIKAN

<http://jurnalkependidikan.iainpurwokerto.ac.id>



Jurnal Kependidikan is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Strategi Hubungan Masyarakat dalam Pelaksanaan *Fundraising* di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor

Widya Rahmawati Al-Nur
IAIN Purwokerto
rahmawatiwidya51@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the public relations strategy in implementing fundraising in MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor. This research is descriptive qualitative. Data collection techniques used were interviews, observation, and documentation. Then the data that has been collected is then analyzed by the author using inductive data analysis techniques, namely recording, organizing data and coding. The results of this study show the public relations strategy in the implementation of fundraising MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor, namely: establishing good relations with 1) School Committees 2) Infak Movement Policy 3) Relationships with Foundations 4) Relationships with Alumni 5) Relationships with Permanent Donors 6) Cooperatives 7) Khotmil Quran Program 8) Cooperation with Book Publishers 9) Cooperation with TK / RA.

Keywords *public relation strategy, implementation, fundraising*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi hubungan masyarakat dalam pelaksanaan *fundraising* di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan teknik analisis data secara induktif, yaitu melalui pencatatan, pengorganisasian dan pengkodean data. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi hubungan masyarakat dalam pelaksanaan *fundraising* di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor melalui menjalin hubungan baik dengan: 1) Komite Sekolah, 2) Kebijakan Gerakan Infak 3) Hubungan dengan Yayasan, 4) Hubungan dengan Alumni, 5) Hubungan dengan Donatur Tetap, 6) Koperasi, 7) Program Khotmil Quran, 8) Kerjasama dengan Penerbit Buku, dan 9) Kerjasama dengan TK/RA.

Kata Kunci *strategi hubungan masyarakat, implementasi, fundraising*

A. Pendahuluan

Manajemen mutu sekolah dapat dinyatakan sebagai cara mengelola seluruh sumber daya sekolah, dengan mengarahkan semua orang yang terlibat di dalamnya untuk melaksanakan tugas sesuai standar, dengan penuh sangat berpartisipasi dalam perbaikan pelaksanaan pekerjaan sehingga menghasilkan lulusan atau jasa pendidikan sesuai kebutuhan dari pihak yang berkepentingan. Dalam kacamata pemerintah sekolah yang dikatakan bermutu harus memenuhi standar nasional pendidikan (SNP) meliputi: a). Lulusan, b). Kurikulum, c). Proses pembelajaran, d). Penilaian, e). guru dan tenaga kependidikan, f) sarana dan prasarana, g) pengelolaan, h). pembiayaan. Mutu dalam dunia pendidikan meliputi 3 tahapan berdasarkan SNP yang terdiri input, proses, dan output. (Novita, 2017: 4)

Dalam rangka mewujudkan Lembaga pendidikan yang efektif dan efisien dapat dilihat dari kualitas lulusan yang dihasilkan. Salah satu indikator bermutunya dari lulusan lembaga pendidikan adalah diterimanya dalam masyarakat. Untuk mencapai beberapa indikator keberhasilan dari mutu lulusan, lembaga pendidikan juga harus melakukan kegiatan manajemen yang sistematis dalam pelaksanaan pendidikannya. Ada beberapa komponen untuk mencapai lulusan yang bermutu. Mulai dari pemenuhansarana dan prasarana pendidikan baik fisik atau non fisik, tenaga pendidik dan kependidikan, serta yang paling dominan yaitu pembiayaan. (Novita, 2017 : 7)

Masalah tersebut ketika diteliti akar penyebabnya adalah mengenai pendanaan yang kurang stabil. Sekolah terlalu tergantung pada dana BOS (Bantuan Operasional Sekolah) dalam kegiatan pendanaan sekolah. Hal ini akan berdampak negative yang mengganggu kestabilan pendanaan sekolah manakala dana BOS tidak bisa didapatkan sesuai tanggal yang telah direncanakan. Seharusnya sekolah melalui humas sekolah untuk menjalin relasi terkait pelaksanaan *fundraising* lembaga pendidikan.

Perlu dipahami terlebih dahulu mengenai keberadaan hubungan masyarakat atau humas dalam lembaga pendidikan khususnya sekolah. Humas adalah segala bentuk kontak dan hubungan yang diadakan oleh suatu organisasi dengan semua bentuk “publik” baik internal maupun eksternal, hubungan ini adalah meliputi semua bentuk komunikasi. Harus diingatpula, bahwa untuk terbentuknya suatu komunikasi harus terdapat unsur menerima dan memberi atau dialog-dialog dengan pihak-pihak yang berhubungan, dan unsur- unsur yang ada di dalamnya (humas) adalah: 1) fungsi manajemen, 2) fungsi komunikasi, 3) fungsi penelitian dan penilaian, 4) suatu fungsi yang dirancang untuk meningkatkan saling pengertian, keserasian, dan masukan yang demokratis ke dalam suatu proses pengambilan keputusan. (Rahmat, 2016 : 13) Di sekolah humas ini merupakan salah satu komponen penting dalam membangun hubungan baik dengan semua elemen, termasuk menjalin hubungan baik dengan

lembaga pendidikan dibawahnya. Hal ini menunjang berjalannya kegiatan termasuk pada masalah pembiayaan kegiatan sekolah. Oleh karena itu dengan adanya humas maka kegiatan *fundraising* dapat dilakukan lebih massif.

Adapun yang dimaksud dengan *fundraising* adalah kegiatan pendanaan yang mempunyai pengaruh dalam keberlanjutan sebuah organisasi pelayanan sosial.(Rachmasari, 2016 : 53) Demikian halnya dengan lembaga sekolah, kegiatan *fundraising* ini mempunyai banyak manfaat untuk menjalin kerjasama dan membantu pendanaan kegiatan sekolah guna mengantisipasi pendanaan dari sumber dana utama yakni dana BOS.Dengan adanya kegiatan tersebut dapat menopang ketidak mampuan pendanaan dalam bidang tertentu dan membangun hubungan baik dengan lembaga atau perorangan.

Hal ini yang dilakukan Madrasah Ibtidaiyah Diponegoro 1 Purwokerto Loryang secara sarana dan prasarana minim, mulai dari ruang kelas yang kurang sehingga harus menyewa gedung untuk menampung siswa yang jumlahnya gemuk dan lahan Madrasah yang sempit serta minimnya alat peraga atau media pembelajaran.Selain itu belum adanya perencanaan yang sistematis mengenai pemenuhan sarana dan prasarana juga penyebab permasalahan pendanaan. Serta kurangnya kompetensi *fundraising* Kepala Madrasah/dewan guru, belum maksimalnya hubungan wali murid dengan Madrasah dalam hal peningkatan *fundraising*.

Terdapat sisi yang menarik mengenai MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor. Terhitung mulai dari tahun 2012 sampai sekarang, dengan kondisi MI Diponegoro yang minim sarana dan prasarana terlihat mulai berkembang dengan peningkatan siswa yang signifikan. Data menunjukkan penambahan rombel perkelas yang tadinya hanya satu rombel dengan jumlah siswa 15 – 25 pertahunnya. Sekarang sudah menjadi 2 rombel pertahunnya dengan jumlah siswa perkelas 32, kemudian mulai terpenuhinya sarana dan prasarana pendidikan di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor dengan dibangunnya lokal kelas baru. Hal ini tidak lepas dari penataan kembali manajemen di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor tersebut, terutama yang peneliti fokuskan pada pelaksanaan pendanaan/ *fundraising* MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor.Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai strategi hubungan masyarakat dalam hal pelaksanaan *fundraising* di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor.

B. Landasan Teologis Pelaksanaan *Fundraising*

Landasan teologis mengenai penelitian strategi humas dalam meningkatkan *fundraising* penulis menggunakan dasar al-Qur'an surat Al-maidah ayat 2 yang artinya :

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”

Dalam ayat tersebut menunjukkan bahwa pentingnya tolong menolong dalam hal kebaikan ketika kita kaitkan dalam kegiatan humas terutama *fundraising* ini relevan, karena tujuan dari strategi humas dalam meningkatkan *fundraising* ini kegiatan yang positif dan bertujuan untuk meningkatkan lembaga pendidikan/ majelis ilmu.

C. Landasan Konseptual

1. Konsep Strategi Hubungan Masyarakat (Humas)

a. Strategi Humas

Strategi humas (*public relation*) adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas. (Rosyadi, 2003 : 110). Menurut Yasri yang dikutip Saiful Annur bahwa “Strategi diperlukan karena organisasi selalu mengalami perubahan yang membutuhkan penyesuaian tas kegiatannya. Dengan demikian pilihan strategi yang tepat ada organisasi akan menentukan dalam mencapai tujuan yang direncanakan. (Saiful, 2005 : 178)

Mengacu kepada pola strategi humas, maka menurut Ahmad S. Adnanputra yang dikutip oleh Ruslan, batasan pengertian tentang strategi humas adalah:

Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas. Sebagaimana yang kita ketahui humas bertujuan untuk menegakan dan mengembangkan suatu “citra yang menguntungkan” bagi organisasi atau perusahaan, atau produk barang dan jasa terhadap para stakeholdernya sasaran yang terkait yaitu publik internal dan publik eksternal. (Ruslan, Rosady : 2006, 134)

Adapun tahap-tahap kegiatan strategi humas:

- 1) Komponen sasaran, umumnya adalah stakeholder dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Sasaran umum tersebut secara struktural dan formal yang dipersempit melalui upaya segmentasi yang dilandasi “seberapa jauh sasaran itu menyanggah opini bersama, potensi, polemik, dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian sasaran khusus”. Maksud sasaran khusus disini adalah yang disebut publik sasaran (*target publik*).
- 2) Komponen sasaran yang pada strategi humas berfungsi untuk mengarahkan ketiga kemungkinan tersebut kearah posisi atau dimensi yang menguntungkan.

Humas berfungsi menciptakan iklim yang kondusif dan mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara pejabat humas dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama.

Fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan atau strategi humas :

1) Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial cultural dan nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat. Artinya humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar, dan bukan sekedar mendengar mengenai aspirasi yang ada didalam masyarakat yang dianut.

2) Pendekatan Persuasive dan Edukatif

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbal balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

3) Pendekatan Tanggung Jawab Sosial Humas

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditunjukkan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasaraannya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

4) Pendekatan kerja sama

Berupa membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (internal relations) maupun hubungan keluar (eksternal relations) untuk meningkatkan kerja sama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar diterima dan mendapat dukungan dari masyarakat, dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutualunderstanding*).

b. Fungsi Humas

Berbicara fungsi bearti berbicara masalah kegunaan humas dalam mencapai tujuan organisasi atau lembaga. Menurut Djanalis Djanaid yang dikutip oleh Kusumastuti disebutkan dua fungsi humas, yakni fungsi konstruktif dan fungsi korektif. (Frida Kusumastuti, 2006 : 22-23)

1) Fungsi konstruktif

Fungsi konstruktif ini disebut sebagai “penata jalan” yang mendorong humas membuat aktivitas ataupun kegiatan-kegiatan yang terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Termasuk disini humas bertindak secara preventif (mencegah).

2) Fungsi korektif

Apabila kita mengibaratkan fungsi konstruktif sebagai “perata jalan” maka fungsi korektif berperan sebagai “pemadam kebakaran” yakni apabila sebuah organisasi atau lembaga terjadi masalah-masalah atau krisis dengan publik, maka humas baru berperan dalam mengatasi terselesaikannya masalah tersebut.

Humas pada hakikatnya adalah aktivitas, maka sebenarnya tujuan humas dapat dianalogikan sebagai tujuan komunikasi, yakni adanya penguatan dan perubahan kognisi, afeksi dan perilaku komunikannya. Bila kita bawa kedalam tujuan humas, maka tujuan humas adalah terjaga dan terbentuknya kognisi, afeksi dan perilaku positif publik terhadap organisasi atau lembaga. (Frida Kusumastuti, 2004 :24-25)

c. Ruang Lingkup Humas

Dalam aktivitasnya, humas berusaha menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two-way communication*) antara perusahaan atau lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan jasa dan sebagainya, demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan.

Pada pelaksanaan kegiatan komunikasi pada prakteknya tidak terlepas dari hubungannya dengan publik luar lembaga/instansi. Hal ini dikarenakan bahwa kegiatan strategi humas tersebut bertujuan untuk memperoleh dan memelihara hubungan dengan baik publik. Sasaran kegiatan strategi humas terbagi menjadi dua, yaitu :

- 1) *Internal Public Relations*, adalah orang-orang yang berada atau tercakup oleh lembaga/instansi, keseluruhan pegawai mulai dari staf sampai karyawan bawahan.
- 2) *Eksternal Public Relations*, adalah orang-orang yang ada diluar lembaga /instansi yang ada hubungannya dan diharapkan ada hubungannya. (Onong, 1998 : 110)

Dengan adanya kegiatan tersebut di harapkan terpeliharanya komunikasi yang baik antara publik dengan khalayaknya. Humas pada dasarnya berfungsi untuk menghubungkan *public-public* atau pihak-pihak yang berkepentingan di dalam suatu instansi atau perusahaan. Hubungan

yang efektif antara pihak yang berkepentingan itu, adalah hal yang penting demi tercapainya kepentingan dan kepuasan pelanggan.

2. Konsep *Fundraising*

a. Pengertian *Fundraising*

Menurut bahasa *fundraising* berarti penghimpunan dana atau penggalangan dana sedangkan menurut istilah *fundraising* merupakan suatu upaya atau proses kegiatan dalam rangka menghimpun dana serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi yang akan di salurkan dan di dayagunakan untuk masyarakat. (Kemenag, 2009: 65)

Di jelaskan pula, *fundraising* adalah proses mempengaruhi masyarakat baik perseorangan maupun individu atau perwakilan masyarakat maupun lembaga agar menyalurkan dananya kepada sebuah organisasi. (April Purwanto, 2009: 12)

Fundraising juga bisa diartikan sebagai kegiatan dalam rangka menghimpun dana dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan di gunakan untuk membiayai program dan kegiatan oprasional organisasi sehingga mencapai tujuannya. *Fundraising* dalam pengertian ini memiliki ruang lingkup lebih luas dari pengertian sebelumnya, *fundraising* ini hanya mengumpulkan dana semata, melainkan dalam bentuk barangpun bisa di dimanfaatkan untuk keperluan lembaga.

Fundraising dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun atau menggalang dana, infaq, dan sadaqah serta sumber daya lainnya dari masyarakat baik individu, kelompok, organisasi dan perusahaan yang akan disalurkan dan didayagunakan untuk masyarakat.(Atik Abidah, 2016: 164) Kegiatan *fundraising* memiliki setidaknya 5 (lima) tujuan pokok, yaitu menghimpun dana, menghimpun donatur, menghimpun simpatisan atau pendukung, membangun citra lembaga (*brand image*), dan memberikan kepuasan pada donatur.

Adapun tujuan *fundraising* bagi sebuah organisasi (Atik Abidah, 2016: 169-170):

- 1) Tujuan pokok dari gerakan *fundraising* adalah pengumpulan dana.
- 2) *Fundraising* juga bertujuan untuk menambah jumlah donatur
- 3) Membentuk dan meningkatkan citra lembaga, secara langsung atau tidak akan mempengaruhi citra baik atau
- 4) Gerakan *fundraising* juga mempunyai tujuan memuaskan donator, tujuan ini merupakan tujuan yang tertinggi dan bernilai jangka panjang, yaitu menjaga donatur, agar tetap memberikan bantuan
- 5) Menggalang simpatisan atau pendukung

b. Prinsip-prinsip *Fundraising*

Fundraising menjadi kebutuhan umum karena dipandang sangat penting untuk keberpihakannya kepada masyarakat miskin. Adapun prinsip-prinsip *fundraising* adalah (Atik, 2016: 172): a) Prinsip *fundraising* harus meminta. b) Prinsip *Fundraising* berarti berhubungan dengan orang lain, artinya semakin banyak berhubungan, berkenalan ataupun mempunyai jaringan dengan banyak pihak, maka kemungkinan banyak orang yang memberikan sumbangan pada lembaga menjadi semakin besar. c) Prinsip *fundraising* berarti menjual. d) Penggalangan dana/ daya adalah sebuah proses yang terdiri atas dua tahap (Tahap pertama, menunjukkan kepada calon donator bahwa ada kebutuhan penting yang dapat lembaga tawarkan melalui kegiatan lembaga. Kedua, bahwa sebuah lembaga siap melakukan sesuatu yang berarti untuk mengabdikan pada masyarakat dan dapat menunjukkan kepada mereka bahwa dukungan dari mereka akan dapat membuahkan hasil yang lebih baik). e) Prinsip Kepercayaan dan hubungan masyarakat. Biasanya donator lebih suka memberikan sumbangan kepada organisasi dalam suatu kegiatan yang mereka kenal. f) Prinsip *fundraising* adalah mengucapkan terima kasih. Mengucapkan terima kasih sangatlah penting, sebagai sebuah penghargaan dan pengakuan kedermawanan donator.

c. Unsur-Unsur *Fundraising*

Adapun unsur-unsur *fundraising*, sebagaimana dijelaskan Purwanto yaitu berupa (Atik Abidah, 2016: 174): a) Analisis kebutuhan, yaitu berisi tentang kesesuaian dengan syari'ah, laporan dan pertanggung jawaban, manfaat bagi kesejahteraan umat, pelayanan yang berkualitas, silaturahmi dan komunikasi. b) Segmentasi donator adalah sebuah metode tentang bagaimana melihat donator secara kreatif, baik perorangan, organisasi dan lembaga berbadan hukum. Artinya perlu melihat segmentasi sebagai seni mengidentifikasi dan memanfaatkan beragam peluang yang muncul di masyarakat. c) Identitas profil donator dan muzakki, hal ini difungsikan untuk mengetahui lebih awal identitas calon donator/muzakki itu sendiri. d) Produk

d. Strategi *Fundraising*

Beberapa langkah perlu dilakukan untuk persiapan rencana strategis mobilisasi dan penggalangan sumber-sumber dana/daya sebuah lembaga. Langkah-langkah tersebut adalah: a) rencana program jangka panjang atau rencana strategis, b) anggaran jangka panjang untuk rencana strategis, c) menetapkan skala prioritas program, d) membangun scenario penggalangan sumber lembaga, e) tujuan *fundraising*, f) strategi *fundraising*, g)

identifikasi sumber-sumber dana/daya, h) membuat tim kerja dan rencana kerja, i) pemantauan hasil kerja, dan j) evaluasi dan rencana ke depan. (Atik, 2016 :174)

D. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field study*) dan bersifat deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian data yang telah terkumpul kemudian dianalisis oleh penulis dengan menggunakan teknik analisis data secara induktif yaitu melakukan pencatatan, pengorganisasian data dan pengkodean. (Lexy J. Moleong, 2011: 10).

E. Strategi Humas dalam Pelaksanaan *Fundraising*

MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor merupakan Lembaga pendidikan dibawah naungan yayasan LP Ma`arif NU. Madrasah ini terletak di Jatiwinangun No. 18 Purwokerto Lor, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas. Madrasah ini didirikan pada tanggal 1 Januari 1968 diatas tanah 800m² dan luas bangunan 560 m².

MI Diponegoro merupakan lembaga pendidikan swasta yang saat ini menjadi sekolah tujuan dari masyarakat. Hal ini dikuatkan dengan data dilapangan bahwa ada peningkatan jumlah siswa dan sarana pasarana yang meningkat. Berikut jumlah peserta didik 6 tahun terakhir (MI Dipo, 2018: 15) :

No	Tahun	Jumlah Siswa	Jumlah rombel	
			1 Rombel	2 Rombel
1.	2012 – 2013	139	Semua	
2.	2013 – 2014	178	Kelas 1	
3.	2014 – 2015	220	Kelas 1, 2	
4.	2015 – 2016	266	Kelas 1,2,3	
5.	2016 – 2017	308	Kelas 1,2,3,4	
6.	2017 – 2018	332	Kelas 1,2,3,4,5,6	
7.	2017 – 2018	354	Kelas 1,2,3,4,5,6	

Kemudian untuk sarana dan prasarana MI Diponegoro bisa menambah 2 jumlah kelas, UKS, Komputer, dan media belajar seperti alat peraga mata pelajaran IPA, IPS serta buku pelajaran/ bacaan.

Ada hal yang menarik mengenai strategi manajemennya, diantaranya yang paling signifikan perkembangannya adalah pada peningkatan jumlah peserta didik dan perkembangan fisik, sarana prasarana madrasah. Manajemen MI Diponegoro 1

Purwokerto Lor secara umum terlihat tidak ada yang berbeda dari MI yang lain dilihat dari struktur kepengurusannya. Tapi yang membedakan adalah strategi dan pola kerja dari setiap bidangnya. MI diponegoro 1 Purwokerto Lor selama 6 tahun terakhir memang lebih memaksimalkan peran hubungan masyarakat dalam meningkatkan Madrasah. Salah satunya adalah mengenai pendanaan atau *fundraising* dalam rangka meningkatkan mutu madrasah.

Ada beberapa strategi humas dalam pelaksanaan *fundraising* di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor, (MI Dipo, 2018: 2) diantaranya:

1. Komite Sekolah

Komite sekolah/madrasah merupakan perpanjangan tangan dari Lembaga pendidikan dengan masyarakat. MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor termasuk aktif dalam hal pemberdayaan komite. Pemberdayaan komite lebih kepada penyusunan program yang berkaitan dengan masyarakat dan pembangunan. Ada beberapa kebijakan program MI yang merupakan produk dari Komite diantaranya pelaksanaan gerakan infak Rp.1.000,- yang sampai sekarang masih berjalan. Selain itu berkat dari komite dengan mengoptimalkan peran alumni yang bekerja di pemerintah daerah Kabupaten Banyumas, MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor pada tahun 2015 mendapatkan dana dari DPRD Kabupaten Banyumas untuk pengembangan dan pembangunan MI.

2. Kebijakan Gerakan Infak

Gerakan infak ini merupakan kebijakan dari humas untuk menggalang dana untuk meningkatkan sarana dan prasarana Madrasah. Pelaksanaannya adalah setiap peserta didik setiap hari memberikan infak minimal Rp.1.000,- yang dikordinir setiap wali kelas kemudian setiap satu minggu sekali wali kelas menyetorkan dana infak tersebut kepada bendahara yang bertanggungjawab dalam dana infak tersebut. Adapun untuk alokasi dana tersebut adalah untuk membangun lokal kelas menjadi lantai 2 dan pemenuhan sarana prasarana lainnya. Gerakan ini dimulai sejak tahun 2015, adapun bukti nyata dari infak tersebut adalah dibangunnya 3 lokal kelas dilantai 2 MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor.

3. Hubungan dengan Yayasan

MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor merupakan Lembaga pendidikan dibawah naungan LP, Maarif NU Kabupaten Banyumas. Sebagai bentuk kerjasama yang baik MI Diponegoro selalu melaksanakan, mendukung kebijakan yang dikeluarkan oleh LP. Maarif dan membangun komunikasi yang harmonis.

Humas MI selalu mengutamakan hubungan yang baik dalam segala hal dengan yayasan. Berkat dari kerjasama yang dibangun dengan harmonis dengan yayasan dan masyarakat sekitar pada tahun 2018 MI Diponegoro 1 Purwokerto

Lor diberi hibah tanah di daerah Arcawinangun Kecamatan Purwokerto Timur untuk pengembangan MI.

4. Hubungan dengan Alumni

Sebagai bentuk alternatif dalam pelaksanaan kegiatan *fundraising* MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor juga memaksimalkan peran alumni. Salah satunya dengan membuat perkumpulan dari alumni MI tersebut dan membentuk kepengurusan. Dengan adanya perkumpulan alumni tersebut setidaknya ada masukan secara finansial yang di dapatkan MI. Mulai dari Donatur tetap, sponsorsip dan pembentukan citra positif dari MI Diponegoro melalui alumni.

5. Hubungan dengan Donatur Tetap

Untuk sebuah lembaga pendidikan swasta peran donatur tetap adalah suatu hal yang penting, tidak terkecuali MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor. Untuk menjaga hubungan yang baik dengan donatur tetap MI Diponegoro selalu memberikan pelayanan terbaik bagi donatur dengan selalu memberikan laporan dari penggunaan dana tersebut sebagai bentuk transparansi dari pendanaan tersebut. MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor juga selalu melibatkan donatur tetap dalam setiap agenda eksternal MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor, misalnya khotmil Quran, istighozah dll.

6. Koperasi

Untuk memaksimalkan pelaksanaan *fundraising* MI Diponegoro juga mengadakan Koperasi yang menyediakan perlengkapan siswa mulai dari seragam dan atributnya serta perlengkapan belajar (alat tulis). Koperasi ini mulai berdiri tahun 2013. Dari pendapatan koperasi tersebut juga menjadi salah satu bentuk sumber pendanaan MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor.

7. Program Khotmil Quran

Program khotmil Quran merupakan program unggulan di MI Diponegoro yang diperuntukan kelas 5 MI yang sudah hafal juz 30 *bil ghoib* dan khatam Al-Quran 30 juz *binadzor*. Khotmil Quran dimulai sejak tahun 2010 dan sampai sekarang dilaksanakan rutin setiap tahunnya dan selalu melibatkan masyarakat sekitar. Dalam kegiatan ini humas memaksimalkan untuk mempererat hubungan harmonis dengan masyarakat. Kemudian dalam kegiatan ini Humas MI Diponegoro juga mengadakan infak Khotmil Quran yang dapat dijadikan masukan pendanaan MI.

8. Kerjasama dengan Penerbit Buku

Bentuk kerjasama MI Diponegoro dengan penerbit juga dilakukan demi terlaksananya proses pembelajaran yang kondusif. Kerjasama ini dilakukan dengan penerbit Erlangga. Bentuk kerjasama yang paling utama adalah mengenai pengadaan buku atau modul mata pelajaran. Selain itu berawal dari kerjasama tersebut melahirkan program training motivasi di MI Diponegoro 1

Purwokerto Lor yang diselenggarakan oleh erlangga dengan pemateri yang diisi oleh pihak professional dari Yogyakarta dan untuk pendanaannya ditanggung oleh pihak Erlangga. Hal ini tidak lepas dari peran humas MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor.

9. Kerjasama dengan TK/RA

MI Diponegoro dalam meningkatkan jumlah siswa juga tidak lepas dari kerjasama dengan TK/ RA di wilayah Purwokerto. Bentuk kegiatan yang dilakukan humas diantaranya adalah melakukan sosialisasi ke TK/ RA secara langsung, dengan mekanismenya guru dijadwalkan untuk sosialisasi 1 hari ada 2 guru yang melakukan sosialisasi dan bergantian dengan guru yang lain. Nyatanya sosialisasi ini meningkatkan jumlah siswa MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor selama 6 tahun terakhir. Strategi humas untuk membangun hubungan yang baik dengan TK/RA adalah dengan melibatkan guru TK/RA dalam hal pertimbangan dalam penyusunan kurikulum MI. Kemudian langkah lain untuk memberikan apresiasi kepada pihak TK/ RA MI Diponegoro juga memberikan laporan kepada pihak TK/RA mengenai siswa yang diterima di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor. Ketika hubungan baik sudah terjalin maka MI Diponegoro menjaganya dengan melakukan silaturahmi ke TK/RA Mitra dengan memberikan cendera mata sebagai ungkapa rasa terimakasih. Kegiatan ini sudah berjalan sejak tahun 2010 dan rutin.

F. Penutup

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa MI Diponegoro 1 Purwokerto lor dalam melaksanakan *fundraising* dengan mengoptimalkan peran komite, yayasan, alumni, TK/RA, penerbit, Donatur dan program Madrasah (Gerakan infak, Khotmil Quran, Koperasi). Konsep *fundraising* yang diterapkan MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor diatas bukan hanya berbentuk dana/ uang tapi pemberian jasa atau yang lain juga dapat dikategorikan *fundraising*. Fakta diatas relevan dengan landasan teoritis diatas yang menyebutkan bahwa *fundraising* memiliki ruang lingkup lebih luas dari pengertian sebelumnya, *fundraising* ini bukan hanya mengumpulkan dana semata, melainkan dalam bentuk barangpun bisa di manfaatkan untuk keperluan lembaga. Kemudian dari strategi diatas didukung dengan manajemen madrasah dalam hal ini manajemen pembiayaan Madrasah MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor.

Hasil penelitian diatas relevan dengan surat al-Maidah ayat 2 yang menyebutkan bahwa “pentingnya tolong menolong dalam hal kebaikan”. Ketika kita kaitkan dalam kegiatan humas terutama *fundraising* di MI Diponegoro 1 Purwokerto Lor ini relevan, karena untuk mencapai tujuan dari strategi humas dalam meningkatkan *fundraising* ini perlu bekerjasama dan tolong- menolong. Kerjasama

antar semua *stakeholder* yang berada di sekolah juga sangat penting dijaga dan dikembangkan untuk kemajuan lembaga dan tercapainya tujuan pendidikan.

Daftar Pustaka

- Abidah, Atik. 2016. *Jurnal Kodifikasia*, Analisis Strategi Fundraising Terhadap Peningkatan Pengelolaan Zis Pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Ponorogo. Volume 10 No. 1.
- Annur, Saiful. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan: Analisis Data Kualitatif Dan Kuantitatif*. Palembang: IAIN Raden Fatah Press.
- Effendy, Onong Uchjana. 1998. *Hubungan masyarakat*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kusumastuti, Frida. 2004. *Dasar - Dasar Hubungan Masyarakat, Cetakan Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Manajemen Pengelolaan Zakat. 2009. Direktorat Pemberdayaan Zakat, Direktorat Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Departemen Agama RI.
- Moloeng, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Purwanto, April. 2009. *Manajemen Fundraising Bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Jakarta: TERAS.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasidisi revisi*. Jakarta PT. Raja Grafindo.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.