

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Manajemen Humas**

##### **1. Pengertian Manajemen Humas**

Manajemen humas secara sederhana adalah gabungan dari dua suku kata yaitu manajemen dan humas. Manajemen sendiri berasal dari kata *manage* yang mempunyai arti tangan, sedangkan dalam bahasa lain yaitu *maneggiare* dari Italia memiliki arti mengendalikan.<sup>14</sup> Kamus Inggris Indonesia yang merupakan karangan dari Jhon M. Echols dan Hasan Shadily bahwa *management* berasal dari kata *to manage* yang memiliki pengertian mengatur, mengelola, mengurus, memperlakukan dan melaksanakan.<sup>15</sup> Lebih sederhananya lagi manajemen merupakan sebuah kegiatan yang mengatur, memimpin, membina, dan mengurus suatu usaha agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai sesuai yang diharapkan. G.R. Terry menjelaskan bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang terdiri dari *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* yang harus dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditentukan.<sup>16</sup>

Adapun juga pengertian lain menurut Marno yang menjelaskan bahwa manajemen merupakan sebuah ketrampilan dan kemampuan yang digunakan untuk mendapatkan suatu hasil dari kegiatan orang lain yang bermaksud untuk pencapaian sebuah tujuan. Dalam penjelasan yang lebih luas, manajemen adalah pemanfaatan suatu sumber daya dan proses pengaturan yang organisasi tersebut miliki melalui sebuah kerja sama antara anggota organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Shazrin Syafiq Zachrofi, Tri Fatimah, and Wilianda Munthe, "Strategi Manajemen Humas dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (Studi Kasus di MTsS Al-Washliyah Simpang Marbau, Labuhanbatu Utara)" 1, no. 2 (2021).

<sup>15</sup> Jhon dan Hasan, Kamus Inggris Indonesia, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006) hlm. 359.

<sup>16</sup> Nurul Nurul, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menyampaikan Program Unggulan Madrasah," *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, No. 1 (May 8, 2018): 36–48, Accessed September 19, 2023, <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/Al-Tanzim/Article/View/247>.

<sup>17</sup> Muhammad Untung Surapati, "Strategi Humas Dalam Mempromosikan Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Muhammadiyah 2 Pekanbaru" (N.D.).

Lalu menurut L. Gulick, manajemen merupakan suatu ilmu pengetahuan yang menjelaskan bagaimana dan mengapa manusia bekerja sama dalam mencapai suatu tujuan serta mengajarkan bagaimana sistem kerjasama yang dapat lebih bermanfaat bagi manusia.<sup>18</sup>

Manajemen menurut kamus ilmiah yang populer memiliki pengertian pengelolaan dan ketatalaksanaan dalam penggunaan sumber daya secara efektif dalam mencapai suatu sasaran yang diinginkan.<sup>19</sup> Dalam bahasa Arab juga dijelaskan bahwa manajemen memiliki arti idarah, yang berasal dari adaara, yaitu mengatur.<sup>20</sup> Sedangkan menurut istilah, manajemen merupakan proses yang mengkoordinasi aktivitas kerjasama dengan orang lain sehingga dapat selesai secara efektif dan efisien.<sup>21</sup>

Sedangkan menurut Glenn dan Denny Griwold yang ditulis langsung oleh Joko Pramono, pengertian dari public relation atau manajemen humas merupakan suatu fungsi manajemen yang dimulai dari sikap publik, menunjukkan prosedur dan kebijaksanaan dari individu dan organisasi atas dasar kepentingan publik dan melakukan suatu rancangan kerja dengan tujuan memperoleh pengertian dan pengakuan publik.<sup>22</sup> Selanjutnya *Public Relation Society of America* atau yang disingkat dengan PRSA mengemukakan bahwa *public relation* itu sebuah hubungan yang berupaya untuk membangun sikap saling pengertian berbagai kelompok organisasi dan publik<sup>23</sup>. Dari pengertian ini menunjukkan bahwa *public relation* atau hubungan masyarakat merupakan hubungan yang membangun dan memelihara suatu komunikasi yang baik antara organisasi dan publiknya sehingga dapat terciptanya suatu hubungan yang harmonis.

Humas sendiri terdiri dari dua gabungan kata yaitu hubungan dan masyarakat yang dapat didefinisikan sebagai bagian dari sebuah manajemen

---

<sup>18</sup> Siti Faridah, "Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19" 7, No. 02 (2020).

<sup>19</sup> Farid Hamid, Kamus Ilmiah Populer (Surabaya: Apollo, 2000) Hlm. 350

<sup>20</sup> Ali Dan Zinal, Kamus Al-Munawwir, ( Surabaya: Pustaka Progresif, 1997 ) Hlm. 384

<sup>21</sup> Faridah, "Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19."

<sup>22</sup> Mohamad Muspawi and Gustriana Rindhi, "Sosialisasi Penerimaan Peserta Didik Baru dengan Pendekatan Manajemen Humas," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 19, no. 3 (October 15, 2019): 608, accessed September 19, 2023, <http://ji.unbari.ac.id/index.php/ilmiah/article/view/768>.

<sup>23</sup> Yosai Irianto, *Manajemen Humas Sekolah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), 5.

yang selalu berkaitan langsung dengan masyarakat. Humas secara umum juga dapat diartikan sebagai salah satu fungsi manajemen yang berhubungan antara organisasi dengan publiknya atau dengan kata lain antara lembaga atau organisasi internal dengan eksternal.<sup>24</sup> Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa humas adalah bagian dari manajemen yang memiliki fungsi sebagai perantara antara publik internal ataupun eksternal dalam menjalin suatu hubungan. Humas juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan usaha yang bertujuan untuk mendapatkan dukungan, pengakuan, dan penerimaan masyarakat melalui sarana atau media masa dan komunikasi untuk mencapai sebuah kesepakatan dan kemanfaatan bersama yang menyangkut rasa simpati, iktikad baik, dan saling mengerti.<sup>25</sup>

Pengertian lainnya yang dikutip oleh Bonnar mendefinisikan bahwa *public relation* atau humas merupakan suatu usaha yang sadar guna untuk mempengaruhi orang lain melalui komunikasi yang disampaikan agar dapat berpikir dengan baik, bersimpati, menghargai, dan mendukung organisasinya. Jekfis sendiri mendefinisikan humas sebagai suatu upaya keseluruhan yang dikerjakan secara berkesinambungan dan terencana dalam rangka memelihara dan menciptakan niat yang baik dan saling pengertian antara organisasi dengan publiknya. Adapun humas menurut Hidayah diartikan sebagai suatu usaha yang sudah direncanakan secara terus menerus dan dilaksanakan dengan sengaja yang bertujuan guna untuk mempertahankan dan membangun rasa timbal balik antara organisasi dan masyarakat.<sup>26</sup>

Humas dalam lingkungan pendidikan ataupun lingkungan organisasi memiliki pengertian suatu rangkaian kegiatan untuk menciptakan sebuah hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat atau pihak tertentu yang berada diluar organisasi, dengan tujuan agar mendapatkan dukungan

---

<sup>24</sup> Rifqy Ikhsanul Akmal, Muhammad Husni Ritonga, and Muhammad' Jailani, "Peran Manajemen Humas dalam Mempromosikan Integritas Sekolah SMK Tritech Informatika Kepada Masyarakat Kota Medan," *Communication & Social Media* 3, no. 1 (May 31, 2023): 21–27, accessed September 19, 2023, <https://jurnal.medanresourcecenter.org/index.php/CSM/article/view/994>.

<sup>25</sup> Virgiawan Listyanto, "Peran Humas Dalam Meningkatkan Kemitraan Dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (Du/Di) Di Smk Negeri 6 Yogyakarta" (N.D.).

<sup>26</sup> Muhamad Khoirul Umam, "Peningkatan Mutu Pendidikan Melalui Manajemen Peserta Didik" 6, No. 2 (2018).

terhadap efektivitas dan efisiensi pelaksanaan kerja secara sukarela dan sadar.<sup>27</sup>

Manajemen hubungan masyarakat adalah sebuah alat manajemen yang memiliki posisi penting untuk menentukan output yang dihasilkan dari hubungan masyarakat.<sup>28</sup> E. Mulyasa juga menerangkan bahwa manajemen hubungan sekolah dengan masyarakat adalah seluruh proses kegiatan yang telah diusahakan dan direncanakan secara sadar dan sengaja dengan sungguh-sungguh yang disertai pembinaan secara berkelanjutan agar mendapatkan simpati dari masyarakat dan terkhususnya kepada masyarakat yang mempunyai kepentingan langsung dengan sekolah.<sup>29</sup>

Selanjutnya menurut M. Ngalim Purwanto, yang dikutip oleh Sri Minarti Hubfaj bahwa sekolah dengan masyarakat mencakup hubungan sekolah satu dengan sekolah yang lain, sekolah dengan instansi, sekolah dengan masyarakat yang pada umumnya, dan sekolah dengan pemerintah setempat.<sup>30</sup> Hendaknya semua hubungan itu adalah hubungan kerja sama yang bersifat sosiologis, produktif, dan pedagogis yang akan mendapatkan perbaikan dan keuntungan serta kemajuan dari kedua belah pihak.

Apabila semua komponen mulai dari sekolah, masyarakat, dan pemerintah dapat terbina dan menjalankan suatu kerja sama yang saling menguntungkan maka sekolah dapat bertumbuh dengan baik. Tetapi apabila dari salah satu pihak diantaranya tidak merasa mempunyai kepentingan untuk bekerja sama dengan pihak lain maka sekolah sudah dapat diperkirakan tidak akan mencapai tujuan yang diharapkan secara maksimal. Maka dari itu sekolah merupakan lembaga yang terpisahkan dan paling jauh dari masyarakat karena sebenarnya kekuatan yang dimiliki sekolah terletak dari cara berintegrasi dan berkomunikasi dengan masyarakat yang berperan sebagai

---

<sup>27</sup> Tutuk Ningsih and Anggita Isty Intansari, "Metode Daring dan Luring Guna Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru di Kabupaten Banyumas dan Purbalingga," *Solidaritas: Jurnal Pengabdian* 2, no. 1 (August 17, 2022): 57–66, accessed September 19, 2023, <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/index.php/sjp/article/view/5259>.

<sup>28</sup> Bernadetta Nadeak, *Manajemen Humas pada Lembaga Pendidikan* (Bandung: Widina Persada, 2020), 19.

<sup>29</sup> Elfridawati Mai Dhuhani, "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus di Madrasah Ibtidiyah Terpadu (Mit) As-Salam Ambon," *Jurnal Al-iltizam*, Vol. 2, No. 1 (2017), 198.

<sup>30</sup> Sri Minarti, *Manajemen Sekolah Mengelola Lembaga Sekolah secara Mandiri* (Yogyakarta: Arruz Media, 2016), 286

pemakai dan memiliki kontribusi yang besar kepada dunia sekiranya. Dengan pengertian lain bahwa masyarakat dan lingkungan merupakan laboratorium yang luas dan besar yang dapat dijadikan percobaan untuk menemukan suatu pengalaman baru yang dapat digunakan kemudian hari. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa pengertian dari manajemen humas merupakan suatu usaha yang secara sengaja direncanakan dan dilakukan secara matang untuk menjalin suatu hubungan yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak serta untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## 2. Fungsi Manajemen Humas

Menurut Cutlip Center Brom yang merupakan praktisi humas profesional yang dalam melaksanakan manajemen humas harus terdiri dari empat langkah yang diantaranya lain menentukan masalah (*defining the problem*), perencanaan dan penyusunan program (*planning and programming*), melakukan tindakan dan berkomunikasi (*taking action and communicating*), serta evaluasi program (*evaluating the program*).<sup>31</sup>

### a. Menentukan Masalah (*defining the problem*)

Hal yang harus dilakukan dalam manajemen humas yaitu memahami masalah dan situasi yang ada. Dalam hal ini terdiri dari kegiatan untuk meneliti, mengawasi pengetahuan, sikap pendapat, serta tingkah laku masyarakat.

### b. Perencanaan dan Penyusunan Program (*Planning and Programming*)

Masalah yang sudah ditentukan dalam langkah pertama bertujuan untuk menyusun program, tindakan, tujuan, serta strategi komunikasi. Perencanaan memberikan kejelasan arah dalam proses penyelenggaraan pendidikan, sehingga dalam perencanaan sebuah pendidikan akan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien. Langkah kedua, masalah yang sudah ditemukan di langkah pertama, dimasukkan ke dalam program dan kebijakan organisasi.

---

<sup>31</sup> Morissan, Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Humas Profesional, (Jakarta: Kencana, 2008), Hal 108.

Proses perencanaan dan penetapan program humas mencakup langkah-langkah sebagai berikut:<sup>32</sup>

- 1) Menetapkan misi dan peran
- 2) Menentukan sasaran humas.
- 3) Mengidentifikasi serta menentukan indicator efektivitas dari setiap pekerjaan yang susah dilakukan.
- 4) Menentukan dan memilih hasil atau sasaran yang akan dicapai.
- 5) Mempersiapkan rencana tindakan dari menentukan penjadwalan, program, pertanggungjawaban, anggaran, menguji serta merevisi rencana sementara sebelum dilaksanakan.
- 6) Membangun suatu pengawasan.
- 7) Menentukan komunikasi yang diperlukan.
- 8) Pelaksanaan yang sudah disetujui oleh berbagai pihak.

Sedangkan menurut pendapat yang disampaikan Cutlip Center Broom yang dikutip oleh Ruslan maka harus mengikuti pola yang sistematis agar berlaku buat semua operasional pelaksanaan rencana program kerja humas yang antara lain:<sup>33</sup>

- 1) Memastikan tujuan yang akan di capai
- 2) Memastikan publik untuk dijadikan sasaran
- 3) Rancangan pendapatan dan pengeluaran dana secara rinci
- 4) Menentukan teknik dan penghubung
- 5) Harus direncanakan terhadap segala sesuatu yang diketahui meliputi keterangan, keadaan, dan pemberitahuan.

c. Melakukan Tindakan dan Berkomunikasi (*taking action and communicating*)

Selanjutnya sesudah menentukan masalah, melakukan perencanaan, serta menyusun program, langkah selanjutnya adalah mencakup tindakan yang harus dilakukan dan pesan apa yang ingin disampaikan, serta jenis media yang akan digunakan dalam

---

<sup>32</sup> Udin Syaefudin Sa'ud, Abin Syamsuddin Makmun, Perencanaan Pendidikan - Suatu Pendekatan Komprehensif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), Hal 46.

<sup>33</sup> Ahmad Sulhan, Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat, Jurnal Penelitian Keislaman, Vol. 13, No. 2, Desember 2017, h. 142-143

menyampaikan pesan dimaksud.<sup>34</sup> Keberhasilan suatu komunikasi dapat ditentukan oleh tujuh hal, antara lain:

- 1) Kredibilitas, komunikasi dapat dimulai dengan iklim. Iklim dapat dibangun melalui tindakan organisasi yang menggambarkan suatu kesungguhan dalam melayani masyarakat dan pihak yang berkepentingan.
- 2) Konteks, program komunikasi harus disesuaikan dengan realita yang ada di lingkungan.
- 3) Isi pesan, harus memiliki makna dan releansi dengan situasi yang dihadapi penerima pesan.
- 4) Kejelasan, harus disampaikan dengan menggunakan istilah yang sederhana.
- 5) Kontinuitas dan konsistensi, komunikasi memerlukan repetisi untuk mencapai penetrasi. Repetisi yang dilakukan dengan berbagai variasi, dapat memberikan persuasi dan pembelajaran serta harus tetap konsisten.
- 6) Saluran, humas harus menggunakan saluran yang sudah mapan dalam menyampaikan pesan.
- 7) Kemampuan penerima, komunikasi juga harus memperhitungkan Kemampuan penerima. Hal ini yang harus dipertimbangkan antara lain khalayak, ketersediaan, kemampuan membaca, kebiasaan, serta pengetahuan.

d. Evaluasi Program (*evaluating the program*)

Evaluasi atau penelitian dimaksudkan agar di kemudian hari suatu kegiatan yang sama dilakukan, tidak lagi terdapat hambatan yang sama. Humas juga dapat dievaluasi atas dua kriteria. Pertama, efektivitasnya, sampai seberapa jauh tujuan yang sudah tercapai. Kedua, efisiensinya, sampai seberapa jauh sumber atau potensial yang sudah digunakan dengan baik untuk kepentingan kegiatan hubungan dalam masyarakat.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Morissan, Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Humas Profesional, (Jakarta: Kencana, 2008), Hal 183

<sup>35</sup> Soetjipto dan Rafli Kosasi, Profesi Kegiatan, (Jakarta: Rineka Cipta. 1999), Hal 196.

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Mashur yang telah dikutip oleh Qomariah jika evaluasi bisa didefinisikan sebagai suatu pengukuran atau instrumen dan penilaian atau evaluasi terhadap suatu perencanaan yang sudah dilaksanakan pada pertengahan ataupun akhir bulan dan tahun.<sup>36</sup>

### 3. Tujuan Manajemen Humas

Tujuan utama dari humas menurut Rahmad adalah mempertahankan, menciptakan, dan melindungi image serta reputasi lembaga atau organisasi, menunjukkan citra yang mendukung. Penelitian menunjukkan bahwa pelanggan atau konsumen sering melakukan keputusan dalam pembelian berdasarkan kualitas dan citra dari lembaga atau organisasi. Berikut tujuan dari manajemen humas sekolah:<sup>37</sup>

- a. Mengenalkan pentingnya sekolah bagi masyarakat. Dalam hal ini humas dapat melakukan dengan cara menginformasikan program unggulan yang dimiliki oleh lembaga pendidikan serta mengelkan tujuan dari sekolah tersebut.
- b. Memberikan informasi kepada masyarakat tentang pelaksanaan dan inti program sekolah. Dalam hal ini humas bertujuan agar masyarakat mengetahui program apa saja yang dimiliki sekolah dan akan dilaksanakan oleh pihak sekolah.
- c. Memperluas dan memperkaya program sekolah sesuai dengan kebutuhan dan pengembangan masyarakat. Dalam hal ini dilakukan dengan tujuan agar tidak ketinggalan zaman dan dapat mengikuti perkembangan zaman sesuai kondisi sekarang ini yang sudah masuk ke dalam era globalisasi.
- d. Mengembangkan kerja sama yang lebih erat antar sekolah dan keluarga. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar memiliki hubungan yang erat antara sekolah dan keluarga karena pada dasarnya keluarga juga memiliki peran yang sangat berpengaruh dalam ikut mensukseskan proses pembelajaran yang dilakukan sekolah.
- e. Mendapatkan dukungan dan bantuan finansial serta moral yang digunakan untuk pengembangan sekolah. Dengan sudah dilakukannya pengenalan

---

<sup>36</sup> Qomariah, *Membangun Pelayanan Publik*, h. 201

<sup>37</sup> M Munir, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik" 1 (2018).

tentang pentingnya sekolah kepada masyarakat diharapkan muncul suatu bentuk dukungan untuk pengembangan sekolah yang diberikan masyarakat ke lembaga pendidikan.

#### **4. Tugas dan Kewajiban Humas**

Humas yang merupakan salah satu daei manajemen pendidikan jelas memiliki tugas dan kewajiban yang harus dikerjakan agar mencapai tujuan yang diinginkan. Berikut ini adalah tugas dan kewajiban humas:<sup>38</sup>

- a. Menyampaikan informasi dari sekolah baik secara tertulis atau visual, lisan kepada masyarakat sehingga masyarakat mengetahui dan memperoleh pengertian yang jelas, tepat, dan benar mengenai kegiatan, tugas, dan kondisi sekolah.
- b. Menyampaikan pendapat dan fakta kepada para petugas. Hal ini bertujuan untuk memberikan pelayanan dan membantu mereka agar terkesan dan membuat publik puas
- c. Mengadakan analisis dan studi terhadap reaksi serta tanggapan publik kepada langkah dan kebijakan tindakan yang dilakukan sekolah. Termasuk dalam segala macam pendapat publik yang dapat mempengaruhi sekolah, memberikan informasi kepada pihak sekolah tentang penerimaan atau tidak penerimaan atas pelayanan dan cara sekolah kepada masyarakat.

#### **5. Peran Manajemen Humas dalam Lembaga Pendidikan**

Menurut Ismi Noerul Izzah dan Atiqullag berikut 5 peran humas terhadap lembaga pendidikan:<sup>39</sup>

- a. Humas sebagai teknisi dan fasilitator komunikasi. Dalam hal ini humas berperan sebagai pusat publikasi semua kegiatan sekolah yang dilakukan dan penyebaran informasi kepada masyarakat.
- b. Menjalin hubungan yang harmonis kepada publik internal dan eksternal.

---

<sup>38</sup> Santi Vera Mulyani, Tobari, and Houtman, "Manajemen Pelaksanaan Penerimaan Peserta Didik Baru Sistem Zonasi," *Jambura Journal of Educational Management* (August 18, 2020): 71–84, accessed September 19, 2023, <https://ejournal-fip-ung.ac.id/ojs/index.php/JJEM/article/view/162>.

<sup>39</sup> Abdul Halim, Ahmad Rizki Sridadi, And Ummi Mar'atus Sholicha, "Manajemen Marketing Pendidikan Islam;" (N.D.).

- c. Humas berperan dalam mempertahankan reputasi dan citra sekolah. Dengan tujuan apabila reputasi dan citra sekolah semakin meningkat maka peluang meningkatkan kuantitas siswa semakin besar.
- d. Membina suatu kerja sama dengan pihak lain seperti wali murid, masyarakat, sekolah lain, serta instansi pelatihan.
- e. Humas sebagai penasehat ahli, yaitu humas berperan dalam mengelola opini negatif yang masuk dari pihak eksternal yang dapat merusak reputasi dan image sekolah.

## 6. Ruang Lingkup Manajemen Humas

Berikut ruang lingkup tugas humas dalam suatu lembaga atau organisasi yang antara lain:<sup>40</sup>

### a. Membina Hubungan Keluar (Publik Eksternal)

Publik eksternal yang dimaksud adalah publik umum atau masyarakat. Humas mengusahakan berkembang dan tumbuhnya gambaran serta sikap positif publik terhadap lembaganya. Selain itu, humas juga ikut menentukan keberhasilan suatu kegiatan hubungan suatu lembaga atau badan.

### b. Membina Hubungan ke Dalam (Publik Internal)

Menurut Ruslan yang dimaksud dengan hubungan ke dalam atau publik internal adalah sebuah publik yang menjadi bagian dari badan, unit, organisasi atau perusahaan tersebut. Tujuan dari publik internal ini antara lain pada hakikatnya untuk meningkatkan semangat dan kegairahan bekerja para guru, karyawan lembaga, tenaga akademik atau lembaga yang bersangkutan.

## B. Kuantitas Peserta Didik

### 1. Pengertian Kuantitas Peserta Didik

Peningkatan dalam KBBI atau Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perbuatan, cara, proses dalam meningkatkan (usaha kegiatan dan

---

<sup>40</sup> Fajri Dwiwama Et Al., "Manajemen Humas: Membangun Peran Masyarakat Pada Lembaga Pendidikan," *Adara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, No. 1 (February 28, 2020): 63–71, Accessed September 19, 2023, <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/Adara/Article/View/868>.

sebagainya).<sup>41</sup> Peningkatan kuantitas berarti memiliki pengertian penambahan keterampilan, kemajuan, dan kemampuan agar lebih berkembang dan menjadi lebih baik. Dalam sebuah lembaga pendidikan, peningkatan kuantitas peserta didik adalah salah satu hal yang sangat penting karena menjadi tolak ukur lembaga tersebut maju, baik, dan berkualitas. Selain itu, jika tidak ada peserta didik yang diterima dan masuk ke dalam lembaga pendidikan maka tidak ada yang ditangani atau diatur.

Penerimaan peserta didik juga salah satu kegiatan pertama yang dilakukan oleh lembaga pendidikan. Dalam hal ini langkah pertama yang dilakukan adalah dengan mengadakan seleksi calon peserta didik baru. Jadi dengan adanya peningkatan penerimaan peserta didik baru merupakan usaha yang dapat dilakukan sebagai upaya meningkatkan kegiatan menentukan dan mencari calon peserta didik baru yang bisa dilakukan setiap sebelum memulai tahun ajaran baru.

## **2. Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Kuantitas Peserta Didik**

Menurut Guilford dalam sebuah jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan karya dari Weni Kurnia Rahmawati, mengatakan bahwa minat adalah suatu kecenderungan dari perilaku seseorang secara umum yang menyebabkan ketertarikannya kepada sekelompok hal tertentu.<sup>42</sup> Oleh karena itu, dengan tingginya minat para peserta didik baru dapat menjadikan dan mengakibatkan peserta didik baru menjadi lebih besar semangat belajarnya dan dapat mengembangkan keterampilan. Diimbangi juga dengan adanya bimbingan dari guru langsung maupun orang tua ketika di rumah.

Menurut Hurlock dalam jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan karya dari Weni Kurnia Rahmawati mengatakan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat anak kepada sekolah yang diantaranya.<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Ida Putri Lestari, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi peserta didik dalam pemilihan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) negeri di Kota Blitar, Universitas Negeri Malang (2019)

<sup>42</sup> Imam Basofi, "Manajemen Humas IAIN Madura Dalam Menarik Minat Masyarakat," *KABILAH : Journal of Social Community* 5, no. 1 (September 24, 2020): 74–82, accessed September 19, 2023, <http://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/kabilah/article/view/3970>.

<sup>43</sup> Elfridawati Mai Duhani, "Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Mutu Madrasah Studi Kasus Di Madrasah Ibtidiyah Terpadu (Mit) As-Salam Ambon," No. 2 (2017).

- a. Pengaruh orang tua
- b. Pengalaman dini sekolah
- c. Keberhasilan akademik
- d. Hubungan guru dengan murid
- e. Teman sebaya
- f. Suasana emosional peserta didik
- g. Sikap terhadap suatu pekerjaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ida Putri Lestari ditemukan ada beberapa faktor yang dapat menjadi dan mempengaruhi peserta didik untuk memilih sekolah, yaitu:<sup>44</sup>

- a. Sekolah unggul
- b. Sarana dan prasarana
- c. Sumber daya manusia
- d. Kepemimpinan atau leadership
- e. Kekhasan yang dimiliki oleh lembaga pendidikan
- f. Kondisi lingkungan sosial masyarakat.

Maka manajemen humas dalam meningkatkan kuantitas peserta didik merupakan suatu upaya yang dilakukan melalui beberapa rangkaian kegiatan pengelolaan, pendekatan, dan komunikasi kepada masyarakat agar dapat tertarik terhadap program yang ditawarkan dalam suatu lembaga pendidikan atau organisasi tertentu.

## **C. Penerimaan Peserta Didik Baru**

### **1. Pengertian Penerimaan Peserta Didik Baru**

Menurut Ramdhani yang dikutip oleh Yusti Ferlina bahwa penerimaan peserta didik baru adalah suatu kegiatan lembaga pendidikan yang dimana sekolah tersebut melakukan penerimaan peserta didik baru. Bagi para peserta didik baru yang sudah lolos selanjutnya harus memenuhi kriteria yang sudah ditentukan dan dibuat sekolah melalui tahapan pengumuman peserta didik

---

<sup>44</sup> Ida Putri Lestari, Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi peserta didik dalam pemilihan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) negeri di Kota Blitar, Universitas Negeri Malang (2019)

baru.<sup>45</sup> Dalam Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 40 tahun 2019, Bab 1 pasal 2 yang berisi tentang penerimaan peserta didik baru pada jenjang TK, SD, SMP, SMA, dan SMK atau yang sederajat maka PPDB atau penerimaan peserta didik baru dilakukan berdasarkan; nondiskriminatif, objektif, transparan, akuntabel, berkeadilan.<sup>46</sup>

Penerimaan peserta didik baru adalah langkah awal yang harus dilewati oleh sekolah dan peserta didik yang didalamnya dilakukan penyaringan dan pemilihan objek pendidikan. Kegiatan ini sangat penting dilakukan oleh lembaga pendidikan dikarenakan merupakan titik awal dalam penentuan kelancaran dan kesuksesan tugas suatu sekolah. Dan sebaliknya, apabila ada kesalahan atau kegagalan dalam penerimaan peserta didik baru atau PPDB maka lembaga pendidikan dinilai tidak berhasil dalam menjalankan tugasnya.

Dari berbagai pengertian tersebut, maka PPDB atau penerimaan peserta didik baru dilaksanakan untuk mengukur dan mengetahui input sekolah yang berguna dalam membantu perkembangan sekolah serta dapat memberikan sebuah kontribusi yang maksimal dalam merencanakan serta melaksanakan kegiatan pembelajaran dan pendidikan di masa selanjutnya.

## **2. Kriteria Penerimaan Peserta Didik Baru**

Menurut Prihatin yang dikutip oleh Widya bahwa penerimaan peserta didik baru merupakan tolak ukur yang menentukan masuk atau tidaknya seorang siswa untuk diterima sebagai peserta didik baru. Terdapat tiga macam kriteria dalam melakukan penerimaan peserta didik baru:<sup>47</sup>

### **a. Kriteria Acuan Patokan (*Standard Criteriaan Referenced*)**

Suatu penerimaan peserta didik yang didasarkan kepada acuan atau tolak ukur yang telah dibuat sebelumnya. Jika calon peserta didik telah melakukan seleksi dan berhasil memenuhi standar minimal yang telah ditentukan oleh pihak sekolah maka siswa tersebut harus diterima dan

---

<sup>45</sup> Ira Nur Harini, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Upaya Peningkatan Pencitraan Sekolah (Studi Kasus Di Smp Al Hikmah Surabaya)" 4, No. 4 (2014).

<sup>46</sup> Taufik Hidayat, Mahmudin Muttaqin, dan Djamaludin Djamaludin, "Sistem Informasi Penerimaan Peserta Didik Baru Online Berbasis Website Di Yayasan Pendidikan Arya Jaya Sentika," *Komputika : Jurnal Sistem Komputer*, Vol 9, No. 1 (April 2020), 8.

<sup>47</sup> Muhammad Syaifullah, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Pada Lembaga Pendidikan Islam (Kajian Teoritis Tentang Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat)" (N.D.).

masuk ke dalam sekolah, selanjutnya apabila tidak memenuhi kriteria standar minimal yang telah ditentukan maka tidak diterima atau akan ditolak.

1) Kriteria Acuan Norma (*Norm Criterion Referenced*)

Sekolah dalam hal ini menetapkan dan melakukan penerimaan peserta didik baru berdasarkan prestasi yang dimiliki oleh peserta didik.

2) Kriteria Berdasarkan Daya Tampung

Selanjutnya sekolah melakukan pendataan mulai dari yang memiliki prestasi yang paling tinggi hingga yang paling rendah. Peserta didik baru yang akan diterima yang namanya ketika diurutkan dari atas sampai kebawah sesuai daya tampung jumlah siswa namanya ada.

**b. Prosedur Penerimaan Peserta Didik Baru**

Menurut Imron yang dikutip oleh Nurdian Ramdhani Ansa, Rahmawani T serta Andi Wahied, dikatakan bahwa ada sebuah prosedur dalam melakukan penerimaan peserta didik baru ialah dengan pembentukan panitia, rapat penentuan peserta didik baru, pemasangan, pembuatan, dan pengiriman pengumuman, pendaftaran peserta didik baru, penentuan dan seleksi peserta didik baru yang akan regrestrasi dan diterima oleh lembaga pendidikan.<sup>48</sup>

Dalam Permendikbud Nomoe 51 Tahun 2018 pasal 16 ayat 2 dijelaskan bahwa sasaran dari penerimaan peserta didik baru adalah dengan melaksanakan PPDB dengan cara:<sup>49</sup>

- 1) Objektivitas, yang artinya bahwa ketika penerimaan peserta didik baru, baik itu peserta didik baru maupun yang pindahan makan harus memenuhi ketentuan umum yang sudah diatur dalam keputusan menteri ini.
- 2) Transparansi, yang artinya ketika pelaksanaan penerimaan peserta didik baru harus bersifat terbuka serta dapat diketahui oleh masyarakat

---

<sup>48</sup> Luthfi Khorotunniswah, Samsul Ma'arif, And Muhammad Nuril Huda, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga" 10 (2020).

<sup>49</sup> Ramadhani Ansar Dan Wahed, "Implementasi Manajemen Penerimaan Peserta Didik Baru Berbasis Online Di Smk Negeri 6 Makassar,"Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan, Vol.4, No.1, 67.5

termasuk orang tua peserta didik itu sendiri, untuk menghindari kejadian penyimpangan yang bisa terjadi.

- 3) Akuntabilitas, yang artinya dalam penerimaan peserta didik harus dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat baik secara prosedur maupun itu hasilnya
- 4) Tidak Diskriminatif, yang artinya bahwa setiap warga negara yang berusia untuk bisa sekolah dapat mengikuti program pembelajaran atau pendidikan yang ada di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia tanpa harus membedakan suku, ras, agama, asal, daerah, serta golongan.