

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Hubungan masyarakat (*public relation*) atau biasa disebut dengan istilah humas, ialah salah satu upaya untuk menjaga citra, reputasi dan cara berinteraksi yang baik antara lembaga pendidikan dengan masyarakat, baik dari masyarakat eksternal ataupun masyarakat internal. Dalam upaya mempertahankan eksistensi dan hubungan baik antara lembaga pendidikan dengan masyarakat, diharapkan perlu adanya humas yang dapat dijadikan sebagai sarana atau wadah penerima saran dari masyarakat yang bisa dipakai sebagai perangkat yang berfungsi untuk analisis lingkungan lembaga pendidikan itu sendiri, serta sebagai usaha untuk mengoptimalkan strategi yang sesuai dan dapat berguna sebagai sarana untuk peningkatan citra lembaga.<sup>2</sup>

Di lembaga pendidikan waka humas mempunyai tugas yang sangat penting sekali, karena di sini humas bertugas membangun komunikasi dan hubungan baik dengan wali murid maupun masyarakat secara luas. Karena humas di sini juga bertugas untuk melakukan pemasaran atau marketing bagi lembaga pendidikan, terutama bagi lembaga pendidikan yang berbasis pondok pesantren yang dimana kebanyakan masih kalah peminatnya dengan lembaga pendidikan negeri. Pondok pesantren sendiri adalah lembaga pendidikan paling tua di Indonesia yang dimana tidak dapat bersikap acuh terhadap perubahan zaman yang semakin berkembang dan dengan ditandainya kemunculan era globalisasi. Arus globalisasi informasi yang mempunyai sifat negatif dan positif selalu muncul pada tiap-tiap bagian kehidupan sehari-hari dan tak terkecuali juga bagi sebuah

---

<sup>2</sup> Nur Izzah Afkarina. Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Public Opinion Lembaga Pendidikan. (*Jurnal Idarah*, Vol. 2 No. 1, Juni 2018). Hal 42-51.

lembaga, termasuk juga lembaga pendidikan berbasis pondok pesantren.<sup>3</sup> Maka dari itu lembaga pendidikan berbasis pondok pesantren perlu juga untuk mempersiapkan dengan menerapkan strategi humas yang mampu meningkatkan citra yang baik bagi lembaganya dipandangan masyarakat.

Dalam pengertian secara umum citra merupakan suatu kesan, ide dan keyakinan individu kepada objek tertentu. Perspekti dan sikap seseorang individu kepada suatu objek nantinya akan ditentukan oleh citra dari objek itu sendiri, dimana dalam menampakkan keadaan dan sisi terbaiknya. Salah satunya yakni citra seseorang individu terhadap sebuah lembaga pendidikan.<sup>4</sup> Citra pada suatu lembaga pendidikan adalah salah satu perangkat yang sangat penting bagi lembaga itu sendiri, dan dimana juga bisa dikatakan sebagai bukti kualitas dan eksistensi suatu lembaga pendidikan. Dengan demikian suatu lembaga pendidikan diharuskan memperhatikan dan juga diharapkan dapat menjaga citra baiknya di mata masyarakat. Karena citra ialah salah satu pendukung yang perlu sekali untuk dipertimbangkan oleh lembaga pendidikan guna untuk menarik minat masyarakat itu sendiri terhadap sebuah lembaga pendidikan.<sup>5</sup>

Berhubungan dengan konsepsi dalam meningkatkan citra tersebut, implementasi peningkatan citra pada lembaga pendidikan berbasis pondok pesantren tidak dapat lepas dari pendapat masyarakat yang dibangun serta juga akhlak atau perilaku lulusan yang terbentuk dari pondok pesantren tersebut. Dan maka dari itu waka humas di SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto mengharapkan, dan juga pihak lembaga telah

---

<sup>3</sup> Adnan Mahdi. Sejarah Dan Peran Pesantren Dalam Pendidikan Di Indonesia. (*Jurnal Islamic Review*, Vol. 11 No. 1, April 2013). Hal 48-57.

<sup>4</sup> Rosady Ruslan. Public Relation dan Komunikasi. (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008). Hal 80.

<sup>5</sup> Siswanto Sutojo. Membangun Citra Perusahaan. (Jakarta : PT. Damar Mulia, 2004). Hal 34.

berupaya semaksimal mungkin agar siswa lulusan dari lembaga ini kelak bisa diterima keberadaanya oleh masyarakat luas.

Dalam sudut pandang manajemen, membangun citra adalah suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari strategi pemasaran. Strategi pencitraan merupakan suatu usaha yang tidak bisa didapat secara instan dan tidak dapat pula direkayasa. Citra juga merupakan sesuatu hal yang tidak dapat dibeli, namun bisa didapatkan. Citra akan datang dengan sendirinya sesuai dengan usaha yang ditempuh oleh lembaga pendidikan, sedangkan komunikasi dan transparansi suatu lembaga pendidikan adalah faktor paling utama untuk memperoleh citra yang positif dari masyarakat. Dalam hal ini diperlukan waktu yang cukup panjang dan selalu belajar dari pengalaman dalam memberikan pelayanan pemakai produk atau jasa.<sup>6</sup>

Keunggulan yang terdapat di lembaga pendidikan bisa dibentuk melewati pencitraan. Pencitraan bisa dilaksanakan apabila lembaga pendidikan mempunyai akses untuk menampilkan kelebihan yang dimiliki, sehingga bisa menarik minat masyarakat. Oleh karenanya, pihak lembaga pendidikan tidak hanya berpangku tangan saja ketika memiliki kelebihan dari lembaga pendidikan lain. Hal ini dikarenakan melalui pengenalan kelebihan yang dimiliki oleh sekolah, lembaga pendidikan itu nantinya lebih mudah dikenal mempunyai kelebihan yang berbeda dari lembaga pendidikan yang lain. Sebuah lembaga pendidikan yang menginginkan kesuksesan harus secara terus menerus melaksanakan pemasaran. Dan kelebihan lembaga pendidikan tersebut juga dapat dibentuk melalui pencitraan itu tadi.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Nurul Yuni Wahyuni. Pencitraan : Upaya Membangun Public Opinion bagi Lembaga Pendidikan Islam. (*Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 2 No. 1, 2018). Hal 21-34.

<sup>7</sup> Muhaimin. *Manajemen Pendidikan : Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011). Hal 98.

Persaingan yang sangat ketat, bisa ditimbulkan dari banyaknya lembaga pendidikan yang didirikan pada saat ini. Lembaga pendidikan akan berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan peserta didik sebanyak-banyaknya. Dalam mendapatkan peserta didik yang banyak, lembaga pendidikan akan menggunakan berbagai cara untuk memenangkan persaingan. Tantangan utama lembaga pendidikan dimasa yang akan datang adalah adanya persaingan yang semakin ketat, sehingga lembaga pendidikan berlomba-lomba dalam menawarkan jasa pendidikan yang dimilikinya guna untuk memenuhi meningkatnya tuntutan dari pelanggan pendidikan. Sehingga dalam upaya meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, peningkatan citra positif lembaga adalah salah satu strategi yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk menyikapi kompetitifnya persaingan dalam usaha untuk mendapatkan peserta didik. Oleh karena itu dengan adanya strategi peningkatan citra positif di lembaga pendidikan, diharapkan nantinya lembaga pendidikan powernya menjadi semakin kuat dan memberikan pengaruh kepada calon peserta didik dalam memilih lembaga pendidikan.

Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwasannya hubungan masyarakat (humas) atau *public relations* adalah salah satu komponen yang sangat penting bagi suatu lembaga pendidikan guna untuk melakukan promosi, lebih khususnya lembaga pendidikan yang berbasis pondok pesantren dalam meningkatkan citra lembaga dan menarik minat masyarakat. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan observasi guna mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh waka humas dalam meningkatkan citra lembaga dan minat masyarakat di sekolah SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto. Sehingga penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan

Citra Lembaga Dan Minat Masyarakat Di SMP Berbasis Pesantren (BP) Amanatul Ummah Pacet Mojokerto”.

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini berjudul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Dan Minat Masyarakat Di SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto” penelitian tersebut berfokus pada :

1. Bagaimana citra yang ingin dibentuk oleh pengelola SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto ?
2. Bagaimana strategi humas dalam membentuk citra di SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto ?
3. Bagaimana dampak citra yang dibentuk terhadap minat masyarakat di SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana citra yang ingin dibentuk oleh pengelola SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto.
2. Untuk mengetahui strategi humas dalam membentuk citra di SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto.
3. Untuk mengetahui dampak citra yang dibentuk terhadap minat masyarakat di SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto.

## **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka adanya penelitian ini diharapkan kedepannya dapat diperoleh manfaat penelitian sebagai berikut :

## 1. Secara Teoritis

- a. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan nantinya dapat menjadi sarana untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai strategi humas dalam meningkatkan citra dan minat masyarakat di lembaga pendidikan.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian guna untuk pengembangan penelitian kedepannya dibidang humas.
- c. Dan juga hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk bahan perbandingan penelitian selanjutnya yang setara atau sejenis.

## 2. Secara Praktis

### a. Bagi Peneliti

Guna menambah wawasan serta pengetahuan sekaligus pengalaman selama peneliti melakukan kegiatan penelitian di SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto. Selain itu juga penelitian ini sebagai salah satu syarat peneliti untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan.

### b. Bagi Sekolah

Hasil penelitian ini bisa dipakai sebagai bahan kajian dan pertimbangan kepala sekolah untuk mengambil langkah serta kebijakan, guna untuk membantu menghadapi berbagai masalah yang berkaitan dengan strategi humas, lebih khususnya pengelolaan strategi humas di lembaga pendidikan berbasis pondok pesantren.

c. Bagi Pondok Pesantren

Dari hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan, pemikiran dan pertimbangan dalam upaya meningkatkan citra lembaga di SMP BP Amanatul Ummah Pacet Mojokerto.

## **E. Penelitian Terdahulu**

Beberapa kajian tentang strategi manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga telah dilakukan oleh beberapa peneliti diantaranya; Hermawati, Sitti Isnani Azzah, Muhammad Fadhil Abdul Qodir, Al Maidah dan Muhammad Afyfy Masyhuda yakni :

Penelitian yang dilakukan oleh Hermawati dengan judul “Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kab. Deli Serdang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam kaitannya dengan strategi yang hendak diterapkan pihak humas dalam upaya mendirikan image madrasah di MTs Negeri Lubuk Pakam Kab. Deli Serdang, dalam usaha mendirikan image sekolah memang tidak bisa dibebankan pada salah satu pihak saja di lembaga pendidikan tersebut, namun dalam penerapannya juga memerlukan kerjasama seluruh pihak yang berada di madrasah. Dalam proses mendirikan imagenya sebuah lembaga pendidikan juga dipengaruhi oleh kualitas dari seorang pimpinan dalam menentukan capaian tujuan dari lembaga itu, karena dalam penerapannya seorang kepala sekolah adalah sosok yang memiliki pengaruh dalam memimpin para anggotanya, memimpin pelaksanaan pekerjaan, dan menggerakkan sumber daya yang ada.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Sitti Isnani Azzah dengan judul “Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Di MTs. Azzuhri Tanjung

Morawa”. Hasil penelitian menjelaskan bahwasannya ketika membangun citra strategi manajemen humas yang dilakukan di MTs Azzuhri Tanjung Morawa senantiasa melakukan kerjasama yang bersifat menguntungkan dengan beberapa pihak yang berkaitan seperti pada lingkungan internal, misalnya dengan kepala madrasah, para tenaga pendidik, karyawan bahkan juga dengan siswa. Dan waka humas juga bertugas membangun kerjasama dengan pihak eksternal juga seperti wali murid, masyarakat serta lembaga atau organisasi yang memiliki dengan dunia pendidikan.

Dan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fadhil Abdul Qodir dengan judul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Sekolah Terhadap Minat Siswa Memilih Jurusan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran Di SMK PGRI 01 Semarang”. Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi pihakn humas yang dilakukan oleh SMK PGRI 01 Semarang dalam menarik minat peserta didik dalam memilih jurusan otomatisasi tata kelola perkantoran yakni terdiri dari publications, event, news, community involvement, inform or image, lobbying, negotiations and social responsibility.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Al Maidah dengan judul “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga UIN Walisongo Semarang”. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengimplementasian tugas humas dalam meningkatkan image UIN Walisongo yaitu dengan mewujudkan perencanaan program kerja humas yakni dengan mengoptimalkan media sosial website sebagai pusat informasi UIN Walisongo seperti halnya, informasi seputar berita, pengumuman penerimaan mahasiswa baru dan semua agenda kegiatan di UIN Walisongo Semarang.



Dan terakhir adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Afyfy Masyhuda dengan judul “Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Madrasah Di MTsN Kota Batu”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi humas dalam upaya peningkatan citra lembaga di MTsN Kota Batu ada dua tahap yakni tahap kedalam dan tahap keluar. Tahap kedalam yakni dengan cara meningkatkan kemampuan guru atau tenaga pendidik dengan cara mengadakan workshop, sedangkan untuk strategi tahap keluar yang dilakukan yakni dengan cara meningkatkan kerjasama dengan masyarakat dan instansi lain.

Dari paparan penelitian terdahulu yang membahas mengenai strategi humas dalam meningkatkan citra, ternyata masih belum ada penelitian yang lebih spesifik membahas tentang strategi humas dalam meningkatkan citra sekaligus juga menarik minat masyarakat, karena itulah penelitian ini berupaya untuk meneliti bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra lembaga dan minat masyarakat. Dengan judul penelitian “Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Dan Minat Masyarakat Di SMP BP Amanatul Ummah”.

## **F. Definisi Istilah**

Definisi istilah adalah unsur dalam penelitian yang menerangkan tentang karakteristik suatu masalah yang nantinya akan diteliti. Berdasarkan landasan teori yang sudah dipaparkan, maka dapat disampaikan definisi istilah diantaranya :

### **a. Strategi**

Strategi merupakan suatu rencana yang menyeluruh dalam upaya pencapaian tujuan lembaga atau organisasi. Secara lebih lengkapnya strategi ialah suatu rencana tindakan yang disusun untuk mencapai tujuan organisasi, tidak hanya tujuan jangka pendek, tetapi juga tujuan jangka menengah dan jangka panjang, serta strategi

disusun sebagai penunjang supaya tujuan dan sasaran organisasi bisa dicapai melewati langkah-langkah yang sesuai.

b. Humas

Secara bahasa hubungan masyarakat (humas) berasal dari kosa kata bahasa Inggris yakni *public relation*, yang dalam ranah lembaga pendidikan dapat dimaknai sebagai hubungan antara lembaga pendidikan dengan pihak ekstern lembaga, salah satunya ialah dengan masyarakat. Jadi sapat disimpulkan juga sebagai hubungan timbal balik atau yang terjalin antara lembaga pendidikan dengan publik.

c. Citra

Citra merupakan seperangkat ide, kesan serta keyakinan yang ada didalam diri seseorang terhadap suatu objek, yang dimana tindakan serta sikap individu kepada suatu objek sangat dipengaruhi oleh keadaan objek tersebut.

d. Minat Masyarakat Terhadap Pendidikan

Minat merupakan sebuah dorongan yang berasal dari dalam ataupun dari luar diri individu yang menyukai sesuatu dan tertarik terhadap sesuatu hal sehingga dapat membuatnya mengalami kecenderungan dan rasa ingin menetap. Jadi minat masyarakat terhadap pendidikan merupakan ketertarikan yang timbul di masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan, yang disebabkan oleh faktor-faktor tertentu yang ada di lembaga pendidikan tersebut.