

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Humas

1. Pengertian Manajemen

Manajemen di dalam bahasa Inggris artinya *to manage* adalah mengatur ataupun atau bisa disebut pengelolaan. memiliki pengertian bahwasannya adalah sebuah kepemimpinan dan memimpin, adalah sebuah agenda nantinya akan dilaksanakan mengelola di sebuah lembaga ataupun organisasi, yaitu memimpin dan juga menjalankan kepemimpinan yang ada di organisasi. Seseorang yang memimpin organisasi dapat disebut sebagai manajer menurut Engkoswara manajemen pendidikan yaitu merupakan sebuah ilmu di dalamnya mempelajari bagaimana penataan sumber daya dalam mencapai tujuan yang memiliki ketetapan secara produktif dan juga bagaimana cara menciptakan suasana yang nyaman bagi seseorang yang ikut serta untuk mencapai tujuan Bersama.¹

Manajemen pendidikan adalah rangkaian kegiatan atau kegiatan berupa proses manajemen bisnis melalui kerjasama antar kelompok anggota organisasi pendidikan, dengan menggunakan fungsi manajemen untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditentukan, sumber daya dan tujuan yang ada secara efektif dan efektif. Fungsi manajemen terdiri dari mengkoordinasikan semua tugas dan tanggung jawab karyawan di lembaga pendidikan sehingga tidak akan terjadi pekerjaan yang bertumpuk tumpuk yang hanya membuang waktu saja. Misalnya,

¹ M.Ag. DR. H. Anwar Sewang, *MANAJEMEN PENDIDIKAN*, n.d.

Guru yang harus mengoordinasikan peran guru dengan jurusan, materi yang diajarkan ditentukan oleh sesuai dengan tugasnya. Guru memberikan konsep-konsep yang harus jelas, bisa juga dengan mengkoordinasikan dengan departemen ataupun lembaga-lembaga penjaminan mutu pendidikan.

Dengan membagi bagian kelas dan juga ruangan yang nantinya akan di jadikan proses pembelajaran . agar jadwal yang telah di tetapkan tidak bertemu dengan satu sama lainnya. Sangat di perlukan adanya koordinasi yang baik nantinya agar proses belajar belajar nantinya agar bisa terstruktur. Sesuai dengan tujuan yang telah di tetapkan, dengan ini sangat berguna sekali dari adanya manajemen karena dengan pengolaan yang baik dan benar maka akan bisa menciptakan lulusan yang unggul dan bisa membaggakan .²

Tidak akan berhasil dalam pendidikan tanpa terintegrasi dalam semua kegiatan di lembaga pendidikan masing-masing. Mengintegrasikan nilai-nilai ini membutuhkan optimalisasi fungsi manajemen secara terus menerus dan berkelanjutan. Manajemen dalam konteks sebuah pendidikan sebenarnya adalah upaya untuk mengkondisikan siswa dan seluruh pemangku kepentingan yang ada agar dapat pembentukan karakter yang dipraktekkan oleh siswa merupakan sebuah dari kesadaran para peserta didik itu sendiri yang akan kaya sebuah pentingnya nilai nilai tersebut Di kehidupannya, meskipun pada dasarnya bisa Jadi para murid tersebut merasa dipaksa.³

² Alifa Audy Angelya et al., “Pengorganisasian Dalam Manajemen Pendidikan”, *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi* 2, no 3 (2022): 97–105

³ Ahmad Salim, “Manajemen Pendidikan Karakter Di Madrasah (Sebuah Konsep dan Penerapannya)”, *Tarbawi* 1, no 02 (2015): 1–16.

Dari pemikiran para ahli di atas, maka menurut penulis manajemen adalah sebuah ilmu dan sebuah seni untuk mengatur, mengkomunikasikan, mengendalikan, dan tidak hanya itu saja juga memanfaatkan semua sumber daya yang telah ada di sebuah organisasi yaitu memanfaatkan fungsi-fungsi manajemen (*planning, organizing, actuating, controlling*) agar nantinya sebuah organisasi bisa mencapai tujuan secara efektif.

Berikut merupakan tahapan-tahapan di dalam manajemen yaitu sebagai berikut:⁴

- a. Perencanaan (*planning*) meliputi penerapan tujuan ataupun target yang ingin di capai, menentukan aturan dan juga prosedur, dan menentukan seluruhnya yang memiliki kaitan dengan apa yang akan di laksanakan.
- b. Pengorganisasian (*organizing*) meliputi pengaturan dan pembagian tugas bagi seluruh anggota dan SDM yang akan di butuhkan nantinya akan memudahkan dalam mengawasi kinerja para anggota. seperti mengawasi, menerapkan dan juga pendistribusikan wewenang, serta sdm dan tugas seluruh anggota yang berakitan di organisasi bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan, maka pengorganisasian biasa di sebut sebagai:
 - 1) Penentuan sebuah tindakan dan sdm organisasi untuk di butuhkan sebagai pencapaian tujuan.
 - 2) Merencanakan dan meningkatkan anggota kelompok.
 - 3) Memberikan tugas kepada individu atau kelompok bertujuan agar bisa terlaksana tugas dan fungsinya dengan tanggungjawab.

⁴ Wilis Werdiningsih, "Manajemen Humas dalam Meningkatkan Peran Komite Sekolah di PAUD Sabila Ponorogo", *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam* 4, no 1 (2020): 108–22,

- 4) Memberikan wewenang untuk individu untuk melaksanakan tugas. Mengkoordinasi yang meliputi pengaturan struktur kepanitiaan, pembagian kerja sesuai masing-masing bagian, upaya menyelaraskan antar bagian dan juga untuk penyusunan anggaran nantinya agar bisa di alokasikan sesuai bagian.
- c. Pengkomunikasian (*communicating*) meliputi penyampaian perencanaan program kepada pihak publik internal dan eksternal sehingga agar bisa menjadikan kesamaan pemikiran tujuan yang nantinya hendak di laksanakan.
- d. Pengawasan (*controlling*) yaitu mengawasi dari jalanya pelaksanaan kegiatan. Ketika tanpa adanya kontrol atas program-program , keseimbangan dari antar tahap nanti tidak bisa secara langsung dengan baik.
- e. Pengevaluasian (*evaluating*) adalah menilai dari hasil dari kegiatan, apakah nanti perlu dilanjutkan atau bisa jadi di berhentikan dengan cara memodifikasi atau bisa di sebut dengan revisi yang di dapat dari hasil evaluasi yang telah di jalankan.

2. Manajemen strategi

Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Menurut Thomas L Wheelen dan J. David Hunger (2003), manajemen strategi adalah serangkaian keputusan manajerial dan tindakan yang menentukan kinerja jangka panjang dari perusahaan. Ini mencakup pemindaian lingkungan (baik eksternal dan internal) perumusan strategi (strategy atau perencanaan jangka panjang) pelaksanaan dan evaluasi pengendalian strategy.

Manajemen strategi adalah suatu cara untuk mengendalikan organisasi secara efektif dan efisien, sampai kepada implementasi garis terdepan, sedemikian rupa sehingga tujuan dan sasarannya tercapai. Sasaran manajemen strategi adalah meningkatkan :

- a. Kualitas organisasi
- b. Efisiensi penganggaran
- c. Penggunaan sumberdaya
- d. Kualitas Evaluasi program dan pemantauan kinerja

Prinsip manajemen strategi adalah adanya strategi formulating yang mencerminkan keinginan dan tujuan organisasi yang sesungguhnya. adanya strategi implementasi yang menggambarkan cara mencapai tujuan (secara teknis strategi implementasi mencerminkan kemampuan organisasi dan alokasinya termasuk dalam hal ini adalah alokasi keuangan (dengan anggaran berbasis kinerja) serta strategi evaluasi yang mampu mengukur, mengevaluasi dan memberikan umpan balik kinerja organisasi.

3. Pengertian Humas

Humas adalah seseorang yang memberikan informasi tentang kegiatan-kegiatan organisasi yang harus di ketahui pihak publik. Kegiatan yang dilakukan untuk menyebarkan informasi dengan cara memberikan gambaran agar nantinya

memunculkan pemahaman yang sangat amat baik di mata masyarakat. Humas di lingkungan organisasi yang bekerja di dalam bidang pendidikan yaitu sebuah rangkainya sekuruh kegiatan yang bertujuan untuk menciptakanya hubungan yang baik dan harminis dengan masyarakat ataupun pihak-pihak tertentu .⁵

Pengertian Public relations/humas menurut Rosady Ruslan yaitu:

- a. *“Public Relations activity is management of communications between an organization and its publics”* Aktivitas public relations adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya
- b. *“Public Relations is practice id deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public”* Praktik public relations adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya

Dari penjelasan di atas dapat di jelaskan bahwa humas bisa di definikan sebagai alat perantara antara suatu organisasi dengan pihak luar. Maka humas sangat penting sekali dalam suatu lembaga ataupun di suatu perusahaan , yang berfungsi membentuk kepercayaan kepada pihak publik atau bisa di sebut sebagai pembentukan citra yang baik perusahaan di mata publik yang luas. ⁶

⁵ S N Pebryanti, “Implementasi Tupoksi Humas Dalam Membentuk Citra Madrasah di MTsN 2 Jakarta”, *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 2014.

⁶ Danarti Hariani, “Formulasi Strategi Public Relation Dan Kehumasan Dalam Meningkatkan Citra TVRI Sebagai Televisi Pendidikan Indonesia”, *Journal of Applied Business and Economic* 02, no 1 (2015): 33–48

4. Manajemen Humas

Sebuah proses dimana untuk menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan dan juga mengkoordinasikan dengan tujuan untuk mencapai sebuah tujuan yang telah di tetapkan.

Tujuan dari lembaga pendidikan bertujuan memahami hal ini. Banyak sekali hal-hal yang perlu dilaksanakan di sebuah lembaga kehumasan. Tentunya, keberhasilan manajemen kehumasan dapat membantu lembaga yang dari dalam maupun dari luar institusi. Namun, hubungan antar masyarakat dalam suatu lembaga tidak hanya bersifat publisitas sederhana, tetapi terlebih lagi agar lembaga tersebut dapat menjalin hubungan yang harmonis. Hubungan kolaboratif ini adalah sesuatu yang perlu dilaksanakan dengan sangat mendesak. Apalagi dalam situasi modern saat ini, masih untuk mempermudah peningkatan kualitas kegiatan pendidikan oleh suatu lembaga pendidikan.⁷

5. Tugas dan Fungsi Humas

Dengan adanya humas, tentunya dalam kinerjanya bisa membantu lembaga pendidikan di lingkungan lembaga maupun di luar lingkungan lembaga pendidikan. Namun humas tidak hanya sebagai untuk Mempublikasikan secara publik saja tetapi humas memiliki tujuan agar nantinya bagaimana caranya agar pihak lembaga pendidikan dapat membangun hubungan kerja sama yang baik dengan pihak publik Yang berupa networking. Hal itu hubungan kerja sama tentunya sangat harus dilaksanakan pada saat sekarang ini? Itu saja agar nantinya

⁷ Muhammad Nur Hakim, "Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto)", *Nidhomul Haq : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4, no 1 (2019): 121–39.

bisa memudahkan untuk meningkatkan Kualitas dalam penyelenggaraan pendidikan di sebuah lembaga pendidikan nantinya.

Fungsi / tugas humas menurut Betrand R. Canfield yaitu sebagai berikut:⁸

- 1) Organisasi bisa sukses ketika seluruh kegiatannya memiliki tujuan untuk mengabdikan kepada kepentingan bersama atau kepentingan umum
- 2) Menjalin komunikasi yang baik pada masyarakat
- 3) Pemimpin cepat apabila kepemimpinan nya akan berkomunikasi yang baik bukan hanya dengan dalam
- 4) Memfokuskan pada moral dan perilaku hubungan pekerjaan namun juga di luar pekerjaan. Misalnya ketika Silaturahmi, kegiatan bersama, olahraga bersama, dan lain sebagainya. Pemimpin bisa dikatakan berhasil apabila bisa menjadi contoh bagi karyawannya dan juga tidak memiliki wibawa yang baik apabila tidak bisa memberikan moral yang baik . di sebuah organisasi akan sukses apabila pemimpinnya segala tindakan yang di lakukan adalah bertujuan untuk mengabdikan pada kepentingan bersama pengabdian kepada kepentingan umum.

6. Strategi humas

humas dalam menyusun strategi agar fungsi dan tugas humas bisa berjalan dengan tepat. strategi humas menurut Rosady ruslan, berkaitan tentang fungsi humas secara pasti di dalam manajemen di suatu lembaga pendidikan , adalah sebagai:

⁸ Rohima, “manajemen program hubungan masyarakat dalam pengembangan lembaga pendidikan di pondok pesantren sunan gunungjati patoman banyuwangi”, no April (2022).

- a. Mengidentifikasi permasalahan yang muncul. Implementasi memberikan yang terbaik di lembaga pendidikan dengan cara menambah prestasi dan meningkatkan mutu di dalam pendidikan sekolah, yang berperan sangat penting dan peduli dalam mengarahkan Jurusan yang akan diberikan kepada siswa siswanya, menjalin komunikasi yang baik antara lembaga pendidikan dengan orang tua siswa
- b. tidak dikasih unit unit sarannya. Aturan standar atau calon yang akan dipilih, penerimaan murid baru untuk mengikuti kota yang telah diberikan mutu pendidikan di lembaga
- c. Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak sebagai sarannya, Tidak hanya pemberian pendidikan secara horma saja namun juga memberikan etika kepada masyarakat
- d. Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran. Lembaga pendidikan memfokuskan pada mutu yang akan diberikan dan juga prestasi yang diraih yang bertujuan untuk membedakan antara sekolah lainnya, lembaga Harus memiliki standar yang harus ditetapkan dalam penerimaan murid baru, kompetensi para, dan juga pembentukan karakter pada murid
- e. Pemilihan opsi atau unsur vital strategi publikasi humas. mempertahankan mutu pendidikan dengan menambah waktu tambahan bagi murid, mengikutkan kopetisi yang nantinya akan dipimpin oleh guru dan bisa saja dibentuk oleh para alumni, para guru juga harus siap dengan adanya jam jam tambahan karena adanya sebuah peraturan yang telah ditetapkan

- f. Evaluasi terhadap perubahan kebijakan atau peraturan pemerintah dan lain lainnya. Diadakannya rapat orang tua murid pada tahun ajaran baru⁹

B. Citra positif / citra lembaga

Saat ini citra baik lembaga menjadi aspek penting yang diperhatikan oleh orang tua/wali murid yang akan mendaftarkan anak-anaknya ke lembaga tersebut.¹⁰ Citra yang baik sangatlah penting dan harus dimiliki oleh lembaga manapun, karena Citra yang baik dapat bermanfaat bagi suatu institusi. Demikian pula, lembaga pendidikan (sekolah) harus dapat membangun dan mempertahankan sikap positif lembaga di masyarakat. Humas lembaga pendidikan berperan penting dalam membangun citra positif lembaga tersebut. Karena setiap lembaga pendidikan harus memimpin proses komunikasi antara lembaga pendidikan dengan penduduk luar (masyarakat), yang menjadi sasaran pengguna layanan lembaga pendidikan tempat. Proses komunikasi berusaha untuk membangun pemahaman publik eksternal tentang apa dan bagaimana lembaga pendidikan itu.¹¹

Citra menurut Kotler & Keller yaitu :¹²

- a. Citra pada dasarnya merupakan sebuah kesan kepada masyarakat atau bisa disebut sebagai sudut pandang dari seseorang
- b. atau persepsi terhadap suatu organisasi yang tercermin pada asosiasi yang ada di ingatan konsumen

⁹ Djoko Santoso dan Andre Rahmanto Indhira Hari Kurnia, "strategi humas dalam meningkatkan reputasi sekolah (Studi Kasus di SMA Negeri 1 Surakarta)", *Jupe UNS I*, no 2 (2013): 1–17.

¹⁰ Aep Tata Suryana dan Zenda Kirana, "Hubungan Kepemimpinan Kepala Madrasah Dengan Citra Lembaga", *Jurnal Isema : Islamic Educational Management* 7, no 2 (2022): 185–94,

¹¹ Sandyakala, "Peran Public Relations dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan".

¹² Wa Ode Sitti Nurrohmah dan Firdaus, "Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kepercayaan Terhadap Lembaga dan Kepuasan Terhadap Komitmen Relasional", *Anindyaguna Ekonobisnis* 2, no 1 (2020): 80–91.

- c. bahwa citra dapat diartikan sebuah kesan yang bisa di rasakan oleh seseorang yang tertuju pada sebuah objek yang secara menyeluruh yang nantinya bisa di ingat oleh para konsumen nantinya.
- d. menurut Kotler, menjelaskan bawasanya sebuah keyakinan yang muncul di suatu objek seperti manusia , perkumpulan, organisasi, ataupun keyakinan-keyakinan.

Dari beberapa definisi di atas, bahwa citra yaitu kesan, gambaran, dan keyakinan dari individu/seseorang tentang suatu objek yang muncul sebagai hasil dari tingkat pengetahuan dan pengalamannya.

Untuk membangun citra sekolah memang bukan persoalan mudah. Kepala sekolah harus menjadikan semua yang ada di lembaga pendidikan merasa nyaman seperti siswa yang menghadapi pembelajaran , guru juga merasa nyaman saat mengajar . agar nantinya di lembaga pendidikan tercipta suasana yang damai dan terjaga secara kondusif.

C. Meningkatkan Daya Saing

1. Strategi meningkatkan daya saing

Strategi peningkatan persaingan merupakan sarana untuk melestarikan dan meningkatkan keberadaan suatu organisasi, lembaga atau perusahaan, dalam menghadapi meningkatnya persaingan di lembaga pendidikan, jika kepala madrasah melakukan bertujan untuk menentukan apakah keberhasilan ataupun kegagalan yang nantinya akan di dapatkan.

Menurut Michael E. Porter, persaingan merupakan hal utama dari berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan. Dapat mendefinisikan kegiatan perusahaan yang bisa menunjang kinerjanya, seperti inovasi, budaya terpadu dan

implementasi yang baik. Strategi kompetitif adalah mencari tempat kompetitif dalam suatu industri. Tujuan dari strategi kompetitif adalah untuk membangun posisi yang menguntungkan dan aman melawan kekuatan yang menentukan persaingan industri.¹³

Penting bagi lembaga pendidikan untuk berupaya meningkatkan persaingan dan menjadi keniscayaan agar pendidikan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan. Menurut Ara Hidayat dan Imam Machali langkah-langkah strategi bersaing yang perlu di perhatikan yaitu: ¹⁴

a. Identifikasi pasar

Identifikasi dan analisis pasar perlu mempelajari pasar pendidikan untuk mengkaji karakteristik pendidikan serta kondisi pasar yang dipetakan oleh lembaga pendidikan lain pada tahap ini. Identifikasi ini dapat dilakukan mengingat fakta bahwa lembaga pendidikan benar-benar memiliki kekuatan dan potensi yang besar dalam upayanya mencerdaskan kehidupan bangsa dan berpartisipasi dalam menyukseskan Program Pendidikan Kritis Nasional.

dengan mengidentifikasi pasar dan juga menganalisa terhadap pasar agar nantinya bisa menentukan kebutuhan para konsumen jasa pendidikan yang sesuai dengan apa dan keinginan dan juga tantangan tantangan pada saat ini, kebutuhan pasar akan terus menerus bertambah dan berkembang dari tahun ke tahun untuk itu dalam mengaplikasikan di kehidupan Sehari-hari maka dari itu dengan adanya identifikasi dan juga

¹³ Muhammad Sadid Gufon, *manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan daya saing madrasah ibtidaiyah ma'arif 41 tarbiyatul islamiyah tamansari wuluhan jember*, *Eprints.Walisongo.Ac.Id*, 2022.

¹⁴ Kacung Wahyudi, "Manajemen Pemasaran Pendidikan", *Kariman: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* 4, no 2 (2018): 99–116.

analisa pasar di lembaga maka harus bisa menyesuaikan dengan apa dan dengan kebutuhan dan juga keinginan para masyarakat secara regional maupun nasional bahkan internasional agar nantinya bisa bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.¹⁵

b. Positioning atau diferensiasi

Positioning menghasilkan produk seperti menjadikan lulusan yang berkualitas yang akan menjadikan citra di lembaga meningkat dan juga terjaga. Diferensiasi dalam pemasaran layanan di lembaga pendidikan mengacu pada upaya untuk membedakan diri dari pesaing dengan karakteristik atau keunggulan yang berbeda. Ini adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan mempromosikan faktor-faktor tertentu yang membedakan lembaga pendidikan dari yang lain¹⁶

c. Memenangkan persaingan dalam pasar pendidikan yang kompetitif

Diferensiasi memungkinkan lembaga pendidikan untuk memenangkan kompetisi melawan pesaing lain. Lembaga pendidikan dapat membujuk siswa dan calon orang tua untuk memilihnya daripada lembaga lain dengan menawarkan sesuatu yang berbeda dan berbeda.

d. Meningkatkan citra dan diferensiasi yang efektif

Dapat membantu dan jukkan memperbaiki sebuah citra ataupun reputasi di lembaga. Apabila lembaga pendidikan bisa memberikan nilai yang lebih dan juga signifikan kepada para siswa, seperti program program

¹⁵ Kacung Wahyudi.

¹⁶ Muh Ibnu Sholeh, "Menghadapi Persaingan Sengit Lembaga Pendidikan: Strategi Diferensiasi dalam Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia", *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no 3 (2020): 192–222.

akademik yang unggul, kurikulum yang berinovatif, ataupun fasilitas yang memadai.

- e. Menarik target pasar yang tepat melalui diferensiasi,

Lembaga pendidikan bisa menarik target pasar yang tepat sesuai dengan keunggulan ataupun keistimewaan mereka contohnya seperti lembaga pendidikan yang menonjol di bidang olahraga yang nantinya bisa menarik siswa yang berbakat untuk Atletik, sementara lembaga pendidikan yang fokus pada seni dan nantinya kreativitas dapat menarik para siswa dengan minat di bidang tersebut.

2. Faktor mempengaruhi daya saing

Di sebuah lembaga pendidikan dalam mengupayakan untuk Peningkatan daya saing dipastikan ada faktor faktor yang mempengaruhi untuk agar tetap bisa bersaing dengan lembaga pendidikan yang setara. Maka dari itu ada beberapa faktor yang dapat berpengaruh dalam daya saing seperti berikut ini:

- a. Leadership kepala madrasah
- b. Faktor inovasi pembelajaran madrasah
- c. Kualitas para pendidik.
- d. kualitas sarana
- e. prestasi madrasah
- f. Minat masyarakat Minat ¹⁷

¹⁷ Nidia Suriani et al., “Superioritas Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam”, *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora* 1, no 2 (2023): 55–64.

