

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Dasar Manajemen Hubungan Masyarakat

1. Pengertian Manajemen Hubungan Masyarakat

Manajemen merupakan suatu proses yang melibatkan kerja sama antarindividu dalam organisasi untuk merumuskan, menafsirkan, dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pelaksanaan fungsi-fungsi utama yaitu perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penyusunan kepegawaian (staffing), pengarahan atau kepemimpinan, serta pengendalian (controlling). Menurut George R. Terry, manajemen merupakan proses yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian yang dilakukan secara terpadu untuk mencapai tujuan organisasi dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal. Rangkaian fungsi tersebut dikenal dengan istilah “POAC”. Dalam hal ini, Terry menggunakan istilah *actuating* untuk menggambarkan fungsi pelaksanaan, yaitu upaya menggerakkan orang lain agar dapat bekerja secara efektif demi mencapai hasil yang diinginkan.¹²

Menurut Kristiawan, manajemen dipandang sebagai integrasi antara ilmu dan seni dalam mengelola organisasi, yang mencakup kegiatan pengaturan, pengendalian, komunikasi, serta pemanfaatan seluruh sumber daya melalui penerapan fungsi-fungsi manajemen, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif dan efisien. Sementara itu, Marno mendefinisikan manajemen sebagai kemampuan dan keterampilan dalam memperoleh hasil untuk mencapai

¹² Handoko, *Manajemen*.

tujuan dengan melibatkan aktivitas orang lain. Secara lebih luas, manajemen dapat dimaknai sebagai suatu proses dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya organisasi melalui kerja sama antaranggota guna mewujudkan tujuan secara efektif dan efisien.¹³

Berdasarkan pengertian tersebut, manajemen dapat dipahami sebagai ilmu dan seni dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui penerapan fungsi-fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian secara efektif dan efisien.

Humas atau hubungan masyarakat dapat dipahami sebagai perpaduan antara seni dan ilmu sosial yang digunakan untuk menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksi dampak dari setiap kegiatan, memberikan pertimbangan kepada pimpinan organisasi, serta melaksanakan program yang telah dirancang guna memenuhi kebutuhan organisasi dan kepentingan publik. Dalam konteks organisasi, khususnya lembaga pendidikan, peran humas sangat penting dalam mendukung kelancaran dan keberlangsungan aktivitas organisasi.¹⁴

Cutlip, Center, dan Broom (2006) mendefinisikan bahwa humas merupakan suatu perencanaan atau usaha untuk memengaruhi opini publik melalui kinerja yang berkarakter baik dan bertanggung jawab, dengan mengedepankan komunikasi dua arah yang saling menguntungkan. Dalam praktiknya, humas berperan penting dalam merancang strategi komunikasi yang tepat guna membangun citra organisasi. Selain itu, humas juga mampu menganalisis tindakan yang perlu dilakukan maupun dihindari, serta memahami arah

¹³ Husaini dan Happy Fitria, "Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga Pendidikan Islam," *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)* 4 No 1 (2022).

¹⁴ Ristianah, dkk, "Konsep Komunikasi dalam Manajemen Humas Pendidikan."

komunikasi yang akan dijalankan beserta dampak yang mungkin ditimbulkannya.¹⁵

Pengertian tersebut menegaskan bahwa humas bukanlah sekadar aktivitas komunikasi satu arah, melainkan sebuah tanggung jawab manajerial yang berorientasi pada hasil jangka panjang dan keberlanjutan organisasi. Dalam konteks tersebut, humas berperan sebagai jembatan komunikasi yang memastikan adanya keselarasan antara kebijakan internal organisasi dengan kepentingan serta opini publik. Tujuan humas ini untuk membentuk hubungan yang baik dan saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai macam publik agar dapat tercapai.

Cutlip, et al (2006) menjelaskan bahwa manajemen hubungan masyarakat merupakan salah satu fungsi manajemen yang berperan dalam membangun, memengaruhi, dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publiknya, yang pada akhirnya sangat menentukan keberhasilan atau kegagalan organisasi. Sebagai bagian dari fungsi manajemen, humas dijalankan melalui proses yang sistematis, dimulai dari kegiatan riset untuk memahami kondisi yang ada, penyusunan strategi program, pelaksanaan aksi dan komunikasi secara terbuka, hingga tahap evaluasi terhadap dampak dari tindakan yang telah dilakukan.¹⁶

Menurut Arthur W. Page, manajemen humas merupakan bagian dari fungsi manajemen yang terintegrasi dalam organisasi dan berorientasi pada pembentukan *goodwill* (itikad baik) melalui tindakan nyata, kejujuran, serta

¹⁵ Scoot M. Cutlip dkk., *Effective Publik Relations*, Eleventh (Pearson Education, 2012), 308–9.

¹⁶ Cutlip dkk., *Effective Publik Relations*.

komunikasi dua arah. Humas tidak hanya dipandang sebagai pelaksana publisitas, melainkan sebagai pihak yang berperan dalam pengambilan kebijakan yang memengaruhi opini publik, di mana seluruh anggota organisasi berperan sebagai duta hubungan masyarakat.

Arthur menyebutkan bahwa manajemen humas tidak hanya dipandang sebagai teknik komunikasi semata, tetapi sebagai fungsi manajemen yang berperan dalam membentuk karakter organisasi. Ia menekankan bahwa reputasi lembaga lebih banyak ditentukan oleh tindakan nyata dibandingkan publikasi, sebagaimana tercermin dalam prinsip “90% tindakan dan 10% kata kata”. Artinya, humas harus memastikan bahwa perilaku dan aktivitas organisasi selaras dengan kepentingan publik sebelum diinformasikan. Dalam perspektif ini, praktisi humas memiliki tanggung jawab strategis untuk menyerap aspirasi masyarakat, memberikan masukan kepada pimpinan dalam perumusan kebijakan, serta menjaga keterbukaan melalui penyampaian informasi yang jujur.¹⁷

Manajemen humas adalah bagian dari fungsi kepemimpinan dan manajemen strategis yang dijalankan secara terencana dan sistematis untuk membangun serta memelihara hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya.

2. Fungsi Manajemen Humas

Menurut George R. Terry fungsi manajemen diklasifikasikan menjadi 4 yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuatung*), dan pengawasan (*controlling*) atau biasa disebut dengan POAC.¹⁸

¹⁷ Viya Sakdiyah dkk., “Dimensi Hubungan Masyarakat dalam Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam,” *Journal of Academic Pedagogy (JAP)* 1 No. 1 (2025): 09–19.

¹⁸ Handoko, *Manajemen*.

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan (*Planning*) merupakan tahap awal yang penting dalam suatu organisasi. Perencanaan adalah proses dasar untuk menentukan tujuan serta ruang lingkup pencapaiannya. Menurut George R. Terry, perencanaan merupakan suatu proses sistematis yang melibatkan pemilihan dan pengaitan berbagai fakta, penyusunan asumsi mengenai kondisi masa depan, serta perumusan langkah-langkah strategis yang diperlukan untuk mencapai hasil yang telah ditetapkan.¹⁹

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses pengelompokan kegiatan dan penataan individu di dalam organisasi agar dapat digerakkan secara terarah sesuai dengan rencana untuk mencapai tujuan. Menurut George R. Terry, pengorganisasian adalah proses mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menyusun berbagai aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi. Proses ini meliputi penempatan pegawai sesuai dengan kompetensinya, penyediaan sarana dan prasarana pendukung, serta penetapan wewenang dan tanggung jawab setiap individu dalam pelaksanaan kegiatan.²⁰

c. Pengarahan (*Actuating*)

Pengarahan (*actuating*) merupakan proses kepemimpinan dalam organisasi yang dilakukan dengan membimbing, mengarahkan, dan menggerakkan seluruh unsur organisasi. Melalui proses ini, pelaksanaan manajemen diharapkan dapat berjalan secara efektif sehingga tujuan yang

¹⁹ Rifaldi Dwi Syahputra dan Nuri Aslami, "Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry," *Manajemen Kreatif Jurnal* 1, no. 3 (2023): 51–61, <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>.

²⁰ Rifaldi Dwi Syahputra dan Nuri Aslami, "Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry."

telah ditetapkan dapat tercapai. Menurut George R. Terry, penggerakan adalah proses mendorong dan membangkitkan kemauan seluruh anggota kelompok agar bekerja dengan sungguh-sungguh dan penuh keikhlasan. Pelaksanaan kerja tersebut harus selaras dengan perencanaan dan pengorganisasian yang telah ditetapkan oleh pimpinan.²¹

d. Pengawasan (Controlling)

Controlling merupakan fungsi yang berkaitan dengan kegiatan pengawasan dan pengendalian. Fungsi ini penting untuk memastikan bahwa setiap proses berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai. Menurut George R. Terry, pengawasan adalah proses yang diawali dengan penetapan standar yang harus dicapai, kemudian dilanjutkan dengan pemantauan pelaksanaan kegiatan dan penilaian terhadap hasil yang diperoleh. Apabila ditemukan ketidaksesuaian, dilakukan tindakan perbaikan agar pelaksanaan tetap berjalan sesuai dengan rencana dan standar yang telah ditetapkan.²²

Humas memiliki fungsi dalam menjaga dan memelihara hubungan yang baik serta saling menguntungkan antara organisasi dengan masyarakat yang dapat memengaruhi keberhasilan atau kegagalan suatu lembaga. Seitel menjelaskan bahwa humas berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan lingkungannya, bekerja sama dalam merumuskan solusi inovatif atas berbagai permasalahan organisasi, serta melakukan evaluasi terhadap keberhasilan

²¹ Rifaldi Dwi Syahputra dan Nuri Aslami, "Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry."

²² Rifaldi Dwi Syahputra dan Nuri Aslami, "Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry."

program-program yang dijalankan. Cutlip, et al. mengemukakan beberapa fungsi humas, yaitu:

- a. Mendukung aktivitas manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Mewujudkan komunikasi dua arah yang timbal balik dengan menyampaikan informasi dari organisasi kepada publik serta menyalurkan opini publik kepada organisasi.
- c. Memberikan pelayanan kepada publik sekaligus menjadi penasihat bagi pimpinan demi kepentingan umum.
- d. Membangun dan menjaga hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik, baik internal maupun eksternal.²³

Fungsi manajemen humas adalah proses manajerial yang mengintegrasikan prinsip manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan) dengan strategi komunikasi untuk membangun serta memelihara hubungan timbal balik yang harmonis antara organisasi dan publiknya.

3. Model Komunikasi Humas

Grunig dan Hunt (1984) menyampaikan bahwa terdapat empat model komunikasi yang dapat digunakan sebagai kerangka untuk memahami pola hubungan antara organisasi dan publiknya. Empat model komunikasi kehumasan tersebut meliputi:²⁴

²³ Juhji Arifudin Febrianty dkk., *Manajemen Humas Sekolah* (Penerbit Widina, 2020), 7.

²⁴ Nida Hamidah dan Abung Supama Wijaya, "Model Komunikasi Grunig Dan Hunt Pada Humas Bea Cukai Bogor Dalam Distribusi Informasi," *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah* 4, no. 4 (2025): 2324–34, <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i4.9415>.

a. Model Agen Pemberitaan / Publisitas

Model komunikasi ini menunjukkan bahwa organisasi menyebarkan informasi kepada publik melalui kegiatan promosi dan publisitas. Dalam praktiknya, humas memanfaatkan media untuk menarik perhatian masyarakat terhadap pesan yang disampaikan, dengan tujuan membangun citra positif organisasi.

b. Model Informasi Publik

Sesuai dengan namanya, model informasi ini memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang akurat kepada publik. Model informasi publik yaitu humas menyampaikan informasi kepada masyarakat agar mengetahui program, kegiatan, maupun kebijakan dari organisasi. Peran humas dalam hal ini bertugas sebagai *jurnalist inresidence*, yang artinya bukan bertindak sebagai wartawan melainkan menyebarkan informasi dengan mengutamakan berita atau melalui media massa, contohnya adalah siaran pers dan buletin.

c. Model Asimetris Dua Arah

Model komunikasi ini dalam praktiknya humas melakukan penelitian atau analisis terlebih dahulu kepada masyarakat untuk mengetahui efektivitas pesan yang disampaikan. Kemudian hasil penelitian berupa umpan balik dari masyarakat dijadikan sebagai bahan dalam membuat program dan kebijakan oleh organisasi yang dimana hal tersebut didukung oleh masyarakat. Namun, program maupun kebijakan yang akan dirancang oleh organisasi harus diterima oleh masyarakat, sehingga pada model komunikasi ini organisasi masih cenderung dalam membuat keputusan yang akan dilakukan dan lebih menguntungkan bagi pihak organisasi.

d. Model Simetris Dua Arah

Model komunikasi terakhir adalah model simetris dua arah yang dimana model ini menggambarkan kegiatan yang dilakukan oleh humas yaitu dengan memanfaatkan umpan balik yang diberikan masyarakat kepada organisasi, yang kemudian dijadikan pertimbangan sehingga menciptakan kesepakatan dan umumnya berlangsung secara efektif karena publik merasa dihargai dengan pendapat yang diberikannya. Model ini dianggap sebagai pendekatan yang paling baik karena mampu mengurangi konflik dengan cara meningkatkan pemahaman masyarakat secara terarah dan sistematis. Pendekatan ini juga efektif digunakan dalam proses persuasi melalui teknik komunikasi yang meyakinkan, sehingga pesan dapat diterima dengan lebih mudah oleh masyarakat. Selain itu, model ini menekankan pentingnya membangun hubungan yang baik dengan masyarakat serta meningkatkan kesadaran bersama. Artinya, keterlibatan masyarakat menjadi hal yang penting dalam menciptakan kerja sama antara masyarakat dan lembaga untuk mencapai tujuan bersama. Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi kehumasan, baik secara langsung maupun tidak langsung, digunakan untuk memperkuat identitas serta membangun citra produk atau perusahaan di mata masyarakat secara lebih efektif.²⁵

4. Media Manajemen Hubungan Masyarakat

Humas dalam melaksanakan kegiatan publikasi lembaga terlebih dahulu memahami karakteristik pasar yang menjadi sasaran, sehingga promosi yang

²⁵ Hisyam Faras Muzaki Annisa Amelia Santoso, "Strategi Public Relation IFI Surabaya Dalam Membangun Brand Awareness," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, advance online publication, 28 September 2024, <https://doi.org/10.5281/ZENODO.13852211>.

dilakukan dapat tepat dan efektif. Adapun berbagai jenis media publikasi yang dapat dimanfaatkan antara lain:²⁶

a. Media Cetak

Media cetak merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk fisik berupa lembaran yang didalamnya terdapat tulisan, foto, atau gambar berwarna yang berfungsi utama sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik. Selain itu, media cetak juga dapat diartikan sebagai bentuk dokumen yang berisi berbagai informasi seperti pernyataan, peristiwa, maupun hasil liputan jurnalis yang disajikan dalam bentuk tulisan dan visual. Seluruh isi tersebut telah melalui proses penyuntingan sehingga layak untuk dipublikasikan dan dibaca oleh masyarakat luas.

b. Media Elektronik

Media elektronik mencakup televisi dan radio sebagai media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Televisi dianggap sebagai media yang efektif karena memiliki jangkauan yang luas, sehingga dapat diakses hingga ke berbagai daerah, termasuk wilayah terpencil seperti pedesaan dan daerah pegunungan. Sementara itu, radio juga memiliki sejumlah keunggulan di antaranya naskah siaran dapat dipersiapkan sebelumnya, tidak dipengaruhi oleh aspek nonverbal komunikator seperti sikap dan penampilan, mampu menjangkau ruang dan waktu yang luas, serta dapat diperkaya dengan latar musik. Secara umum, baik televisi maupun radio

²⁶ Hannah Mahfuzhah Dan Anshari Anshari, "Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan," *Al-Tanzim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 2, No. 2 (30 Oktober 2021): 137–49, <https://doi.org/10.33650/Al-Tanzim.V2i2.395>.

memiliki kelebihan dalam menjangkau khalayak yang lebih luas dibandingkan media cetak.

c. Media Sosial

Media sosial atau sering disebut dengan social media adalah “*websites and applications that enable users to create and share content or to participate in social networking*”. Kehadiran media sosial telah membawa perubahan dalam pola komunikasi masyarakat, sehingga komunikasi tidak lagi dibatasi oleh ruang, jarak, dan waktu. Saat ini, interaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus bertemu secara langsung. Melalui berbagai aplikasi jejaring sosial, individu dapat saling berkomunikasi dengan lebih mudah. Dengan demikian, jarak tidak lagi menjadi penghambat dalam proses interaksi antarindividu.

5. Kegiatan Hubungan Masyarakat di Sekolah

Menurut Yuniarti kegiatan humas di sekolah bertujuan untuk membina dan mempererat hubungan yang harmonis antara pihak sekolah dengan seluruh lapisan masyarakat. Melalui pelaksanaan kegiatan humas, diharapkan dapat mendorong partisipasi aktif dan positif dari masyarakat, sehingga berbagai bentuk dukungan, baik moral maupun material, dapat diberikan sebagai respons atas kesungguhan pengelola lembaga pendidikan dalam mengembangkan sekolah ke arah yang lebih baik. Secara umum, kegiatan humas dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:²⁷

²⁷ M. Hangga Reksa Sirait dkk., “Manajemen Humas Pendidikan dalam Upaya Pencitraan Lembaga Pendidikan Dasar (Sekolah Dasar),” *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT* 1, no. 3 (2023): 342–49, <https://doi.org/10.56832/edu.v1i3.112>.

a. Kegiatan Eksternal

Kegiatan ini ditujukan kepada pihak eksternal, yaitu masyarakat di luar lingkungan sekolah, dengan tujuan memperkenalkan sekolah kepada publik. Dalam pelaksanaannya, kegiatan eksternal dibagi menjadi dua bentuk, yaitu:

- 1) Kegiatan tidak langsung, yaitu aktivitas yang dilakukan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat melalui perantara media. Media yang digunakan dapat berupa media sosial, media cetak, serta berbagai kegiatan seperti pameran dan perlombaan.
- 2) Kegiatan langsung atau tatap muka, yaitu aktivitas yang dilakukan secara langsung tanpa menggunakan perantara media. Contohnya seperti rapat bersama komite sekolah serta berbagai kegiatan yang melibatkan masyarakat secara langsung.

b. Kegiatan Internal

Kegiatan humas internal mencakup seluruh warga sekolah, yang terdiri dari guru, tenaga kependidikan, dan peserta didik. Secara umum, kegiatan internal ini memiliki tujuan untuk:

- 1) Memberikan pemahaman kepada warga sekolah mengenai kebijakan yang diterapkan, pelaksanaan kegiatan, serta perkembangan yang terjadi di lingkungan sekolah.
- 2) Menampung saran dan pendapat dari warga sekolah yang berkaitan dengan pembinaan serta pengembangan lembaga pendidikan.
- 3) Memelihara hubungan yang harmonis di lingkungan sekolah sehingga tercipta kerja sama yang baik di antara seluruh warga sekolah.

B. Prinsip Prinsip Manajemen Humas

Menurut Arthur W. Page (2001), praktik hubungan masyarakat seharusnya dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip yang menekankan kejujuran, tindakan nyata, komunikasi dua arah, serta tanggung jawab organisasi terhadap publik. Prinsip-prinsip tersebut dikenal sebagai *Page Principles*, yang menjadi pedoman dalam melaksanakan fungsi humas secara profesional dan strategis, khususnya dalam membangun kepercayaan serta citra positif organisasi. Prinsip ini lahir dari pemikiran dan pengalaman praktik Arthur W. Page selama berkarier di bidang hubungan masyarakat.²⁸

1. *Tell the truth* (Katakan yang sebenarnya)

Menurut Arthur W. Page, kejujuran merupakan prinsip utama dalam praktik humas. Walaupun humas memiliki tanggung jawab untuk membangun citra, membentuk opini publik yang positif, serta menjaga reputasi organisasi, seorang praktisi humas tidak diperbolehkan untuk berbohong atau memanipulasi data dalam kondisi apa pun. Humas harus menyampaikan keadaan yang sebenarnya terkait karakter, nilai-nilai, tujuan, dan tindakan organisasi.

Dalam konteks lembaga pendidikan, prinsip kejujuran dalam kegiatan humas memiliki peran yang sangat penting dalam menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Walaupun humas bertugas membangun citra positif, menarik minat calon peserta didik, serta menjaga reputasi lembaga, penyampaian informasi kepada publik harus tetap berlandaskan kejujuran dan keterbukaan. Humas sekolah tidak diperbolehkan memberikan informasi yang tidak sesuai

²⁸ Noel L. Griese, *Arthur W. Page: Publisher, Public Relations Pioneer, Patriot*, First Edition (Anvil Publisher, Inc, 2001).

dengan kondisi nyata ataupun memanipulasi data terkait program, fasilitas, maupun prestasi yang dimiliki sekolah. Humas perlu menyampaikan informasi secara apa adanya mengenai karakter, nilai-nilai, visi dan misi, serta berbagai kegiatan pendidikan yang diselenggarakan.

2. *Prove it with action* (Buktikan dengan tindakan)

Prinsip kedua hubungan masyarakat menurut Arthur W. Page adalah membuktikan setiap pernyataan melalui tindakan nyata. Segala hal yang disampaikan oleh humas mengenai organisasinya harus didukung oleh perbuatan atau hasil yang dapat dibuktikan. Dengan kata lain, apa yang dikomunikasikan harus sejalan dengan kenyataan di lapangan. Page menegaskan bahwa persepsi publik terhadap suatu organisasi lebih banyak ditentukan oleh apa yang dilakukan (90%) dibandingkan dengan apa yang dikatakan (10%). Dalam konteks lembaga pendidikan, prinsip ini menegaskan bahwa setiap informasi yang disampaikan oleh humas sekolah kepada masyarakat harus diwujudkan dalam tindakan nyata. Humas tidak hanya berperan menyampaikan program, keunggulan, dan prestasi sekolah, tetapi juga memastikan bahwa seluruh informasi tersebut benar-benar direalisasikan oleh pihak sekolah.

3. *Listen to the stakeholders* (Mendengarkan pemangku kepentingan)

Menurut Arthur W. Page, untuk memberikan pelayanan yang optimal bagi organisasi, penting untuk memahami kebutuhan dan keinginan masyarakat serta mendorong keterlibatan seluruh pemangku kepentingan. Humas juga perlu menyampaikan berbagai tanggapan dari *stakeholder* kepada pihak eksternal dan pihak internal organisasi terkait produk, kebijakan, maupun praktik yang

dijalankan. Agar proses mendengarkan berjalan efektif, diperlukan keterlibatan semua pihak melalui dialog yang terbuka dan inklusif.

Dalam konteks lembaga pendidikan, prinsip ini diwujudkan melalui peran humas sekolah dalam memahami kebutuhan masyarakat terhadap layanan pendidikan. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi dari sekolah kepada publik, tetapi juga menampung berbagai masukan, tanggapan, dan harapan dari orang tua, peserta didik, serta masyarakat sekitar. Informasi tersebut kemudian disampaikan kepada pihak sekolah sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan program dan kebijakan yang lebih tepat.

4. *Manage for tomorrow* (Mengelola untuk masa depan)

Prinsip keempat menurut Arthur W. Page adalah kemampuan untuk mengantisipasi reaksi publik serta menghindari praktik-praktik yang berpotensi menimbulkan masalah dan merusak citra organisasi. Hubungan masyarakat yang efektif dan berkelanjutan memerlukan kesiapan dalam menghadapi berbagai tantangan yang ada, sekaligus mengelola organisasi dengan cara yang mampu mencegah munculnya persoalan di masa depan. Page berpendapat bahwa cara organisasi menangani masalah di masa lalu akan membentuk reputasi saat ini, sedangkan cara menangani masalah saat ini akan memengaruhi reputasi di masa yang akan datang. Page menekankan pentingnya pendekatan proaktif serta tindakan korektif yang cepat ketika potensi masalah mulai terlihat.

Dalam konteks lembaga pendidikan, sekolah tidak hanya bersikap reaktif terhadap masalah yang muncul, tetapi juga berupaya mengidentifikasi potensi persoalan sejak dini agar dapat segera diatasi. Melalui peran humas, berbagai masukan maupun keluhan dari orang tua dan masyarakat perlu diperhatikan serta

ditindaklanjuti secara tepat. Penanganan masalah yang baik akan membantu menjaga kepercayaan publik sekaligus memperkuat citra positif lembaga pendidikan.

5. *Conduct public relations as if the whole enterprise depends on it* (Lakukan kegiatan hubungan masyarakat seolah-olah keberlangsungan seluruh perusahaan bergantung padanya)

Menurut Arthur W. Page, humas berperan sebagai pembuat kebijakan yang mampu mengelola berbagai aktivitas komunikasi organisasi. Ia tidak hanya menekankan pentingnya memahami publik dan melakukan penyesuaian jika diperlukan, tetapi juga meyakini bahwa pihak manajemen memiliki peran utama dalam menentukan sikap organisasi terhadap publik. Hal ini disebabkan karena setiap kebijakan dan keputusan yang dibuat akan berdampak, baik secara langsung maupun tidak langsung, terhadap persepsi masyarakat sehingga perlu dipertimbangkan secara matang. Dalam lingkungan lembaga pendidikan, humas tidak sekadar berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga menjadi bagian dari fungsi manajerial yang mendukung sekolah dalam menjalin serta menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat. Setiap kebijakan dan program yang dirancang oleh sekolah perlu mempertimbangkan dampaknya terhadap orang tua, peserta didik, serta masyarakat sekitar.

6. *Realize an enterprise's true character is expressed by its people* (Sadarilah bahwa karakter sejati suatu organisasi tercermin dari anggotanya)

Menurut Arthur W. Page, tanggung jawab untuk menjaga hubungan yang baik antara organisasi dan masyarakat tidak hanya berada pada individu tertentu atau unit humas saja, melainkan menjadi tanggung jawab seluruh anggota

organisasi. Pada dasarnya, karakter sebuah organisasi tercermin dari perilaku para anggotanya, sehingga persepsi terhadap individu-individu tersebut akan memengaruhi pandangan masyarakat terhadap organisasi secara keseluruhan. Dalam konteks lembaga pendidikan, hubungan antara sekolah dan masyarakat bukan hanya menjadi tugas humas, tetapi melibatkan seluruh warga sekolah. Guru, tenaga kependidikan, peserta didik, hingga alumni turut berkontribusi dalam membentuk citra lembaga melalui sikap, perilaku, serta cara mereka berinteraksi dengan masyarakat. Setiap tindakan dan ucapan yang ditunjukkan oleh mereka akan memengaruhi penilaian masyarakat terhadap sekolah.

7. *Remain calm, patient and good humored* (Tetap tenang, sabar, dan bersikap ramah)

Menurut page dalam melaksanakan hubungan masyarakat sikap tenang dan tidak terburu buru sangat penting ketika organisasi mengalami krisis. Ketika krisis muncul, perlu diingat bahwa orang yang tenanglah yang paling mampu berkomunikasi dengan baik. Untuk melayani kepentingan publik, Page meyakini bahwa organisasi perlu bekerja secara efektif dengan publik dan menggunakan sopan santun. Hubungan antara sekolah dan masyarakat perlu dibangun melalui komunikasi yang dilakukan secara konsisten serta disertai sikap yang tenang dan penuh pertimbangan. Pihak sekolah perlu memberikan perhatian terhadap setiap informasi yang disampaikan kepada masyarakat serta menjaga hubungan yang baik melalui berbagai bentuk komunikasi dengan orang tua, peserta didik, dan masyarakat sekitar. Selain itu, ketika muncul permasalahan yang berkaitan dengan masyarakat, pihak sekolah perlu menyikapinya secara bijaksana dan tetap menjaga etika dalam berkomunikasi. Penyampaian informasi yang jelas dan

santun akan membantu mencegah terjadinya kesalahpahaman serta menjaga kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan.

Prinsip humas pada penelitian ini dibatasi pada kajian tentang prinsip *Tell the Truth* (Katakan yang Sebenarnya), *Prove it with Action* (Bukti Nyata), *Listen to the Stakeholders* (Dengarkan para Pemangku Kepentingan), dan *Manage for Tomorrow* (Kelola untuk Masa Depan). Aspek ini dipilih agar penelitian lebih terarah dan tidak melebar pada prinsip humas lainnya. Fokus penelitian diarahkan pada Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik.

C. Proses Manajemen Humas

Proses manajemen humas merupakan rangkaian tahapan yang disusun secara sistematis dalam merencanakan, melaksanakan, serta mengevaluasi kegiatan hubungan masyarakat. Melalui proses ini, organisasi mampu mengelola komunikasi dengan publik secara efektif sehingga terbangun hubungan yang harmonis dan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, baik organisasi maupun masyarakat. Dalam pelaksanaannya, humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga berperan sebagai jembatan yang menghubungkan organisasi dengan publik dalam memahami kebutuhan, harapan, serta persepsi masyarakat terhadap organisasi. Menurut Cutlip, Center, and Broom (2006), proses manajemen humas terdiri dari empat tahap utama, yaitu identifikasi masalah (*defining public relations problems*), perencanaan dan pemrograman (*planning and programming*), pelaksanaan tindakan dan komunikasi (*taking action and communicating*), serta evaluasi program

(*evaluating the program*). Keempat tahapan tersebut saling berhubungan dan membentuk suatu siklus berkelanjutan dalam praktik hubungan masyarakat.²⁹

1. *Defining the Problem* (Identifikasi Masalah)

Menurut Cutlip et al., langkah awal dalam proses humas adalah mengidentifikasi kondisi yang sedang terjadi dengan menjawab pertanyaan “apa yang sedang berlangsung saat ini?”, yang dapat memunculkan anggapan adanya masalah atau hal yang perlu diperbaiki. Tahap ini mencakup kegiatan mengumpulkan dan memantau berbagai informasi yang berkaitan dengan pengetahuan, pendapat, sikap, serta perilaku pihak internal maupun eksternal yang terlibat atau terdampak oleh kebijakan dan tindakan organisasi. Pada dasarnya, tahap ini berfungsi sebagai upaya intelijen organisasi dan menjadi dasar bagi tahapan selanjutnya dalam proses pemecahan masalah.³⁰

2. *Planning and Programming* (Perencanaan dan Pemrograman)

Pada tahap awal, informasi yang diperoleh dimanfaatkan sebagai landasan dalam pengambilan keputusan strategis, meliputi penentuan tujuan program, sasaran publik, tindakan yang akan dilakukan, serta bentuk komunikasi yang akan digunakan. Tahap ini melibatkan pengintegrasian hasil temuan sebelumnya ke dalam kebijakan dan program organisasi. Langkah kedua dalam proses ini menjawab pertanyaan, “berdasarkan pemahaman terhadap situasi yang ada, tindakan apa yang perlu dilakukan atau diubah untuk mengatasi masalah atau memanfaatkan peluang?”. Tahap ini merupakan proses perencanaan strategis yang mencakup penetapan tujuan, penentuan sasaran publik, perumusan program,

²⁹ Cutlip dkk., *Effective Public Relations*, 239.

³⁰ Cutlip dkk., *Effective Public Relations*, 240.

penyusunan strategi, serta penetapan taktik yang akan digunakan dalam kegiatan hubungan masyarakat. Proses ini menghasilkan rencana program humas yang menjadi pedoman dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi dan tindakan organisasi selanjutnya.³¹

3. *Taking action and Communicating* (Pelaksanaan dan Komunikasi)

Langkah ketiga merupakan tahap pelaksanaan dari program yang telah disusun sebelumnya, di mana berbagai tindakan dan kegiatan komunikasi dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bagi setiap kelompok sasaran. Pada tahap ini, program mulai diimplementasikan melalui beragam aktivitas yang berkaitan dengan penyampaian informasi kepada publik. Pelaksanaan tersebut tidak hanya menitikberatkan pada penyebaran informasi, tetapi juga diarahkan untuk membangun serta memperkuat hubungan yang baik antara organisasi dan masyarakat. Kegiatan komunikasi dapat dilaksanakan melalui berbagai saluran, baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi langsung dapat dilakukan melalui pertemuan dengan masyarakat, kegiatan sosialisasi, seminar, serta aktivitas lain yang melibatkan partisipasi publik. Sementara itu, komunikasi tidak langsung umumnya dilakukan melalui media massa, media sosial, maupun berbagai bentuk publikasi sebagai sarana penyampaian informasi. Pesan yang disampaikan hendaknya jelas, mudah dipahami, serta disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat sebagai sasaran komunikasi.³²

³¹ Cutlip dkk., *Effective Public Relations*, 263.

³² Cutlip dkk., *Effective Public Relations*, 287.

4. *Evaluation* (Evaluasi)

Langkah terakhir dalam proses ini adalah melakukan penilaian terhadap tahap persiapan, pelaksanaan, serta dampak dari program yang telah dijalankan. Selama pelaksanaan berlangsung, penyesuaian dapat dilakukan berdasarkan umpan balik yang diperoleh dari hasil evaluasi mengenai efektivitas program. Berdasarkan hasil tersebut, program dapat dilanjutkan, diperbaiki, atau bahkan dihentikan.³³ Evaluasi kegiatan humas dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti menilai tingkat partisipasi masyarakat, mengamati respons publik terhadap kegiatan yang dilaksanakan, serta melihat perubahan sikap dan persepsi masyarakat terhadap organisasi. Hasil evaluasi ini kemudian menjadi dasar dalam merancang serta menyempurnakan program humas pada kegiatan berikutnya.

Setiap tahapan dalam proses tersebut memiliki tingkat kepentingan yang sama. Prosesnya diawali dengan pengumpulan informasi untuk memahami serta mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi. Informasi yang diperoleh pada tahap awal ini kemudian menjadi dasar dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam proses manajemen. Dalam pelaksanaannya, tahapan identifikasi masalah, perencanaan dan pemrograman, pelaksanaan dan komunikasi, serta evaluasi tidak selalu berjalan secara terpisah atau berurutan secara kaku. Keempatnya saling berhubungan dan berlangsung secara berkesinambungan. Proses ini juga bersifat siklus, sehingga dapat terus diulang sesuai dengan kebutuhan organisasi dalam menghadapi dinamika situasi yang terus berubah.

³³ Cutlip dkk., *Effective Public Relations*, 321.

D. Minat Peserta didik

1. Pengertian Minat

Minat merupakan aspek penting dalam aktivitas individu. Setiap orang pada dasarnya memiliki kecenderungan untuk berinteraksi dengan hal-hal di sekitarnya. Jika suatu hal memberikan rasa senang, maka individu tersebut cenderung tertarik terhadapnya. Minat merupakan keinginan yang muncul secara sadar dalam diri seseorang, sekaligus menjadi kecenderungan yang relatif menetap untuk memperhatikan dan mengingat suatu aktivitas. Aktivitas yang diminati cenderung mendapat perhatian secara terus-menerus serta disertai perasaan senang dan kepuasan. Oleh karena itu, seseorang yang memiliki minat terhadap suatu kegiatan biasanya akan menunjukkan perhatian yang lebih besar terhadap aktivitas tersebut.³⁴

Menurut Slameto (2010), minat dapat dipahami sebagai kecenderungan yang relatif menetap dalam diri seseorang untuk memperhatikan dan mengingat suatu aktivitas. Kegiatan yang diminati akan mendapatkan perhatian secara terus-menerus, disertai perasaan senang dan memberikan kepuasan. Selain itu, minat juga diartikan sebagai rasa suka dan ketertarikan terhadap suatu hal yang muncul tanpa adanya paksaan. Individu yang memiliki minat terhadap suatu kegiatan cenderung menunjukkan perhatian yang lebih besar terhadap aktivitas tersebut. Menurut Crow, minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang yang dapat menumbuhkan perhatian terhadap orang lain maupun objek tertentu. Minat juga berkaitan dengan kecenderungan yang mendorong individu untuk berinteraksi

³⁴ Yusril Arfah Setiawan dkk., "Minat Siswa dalam Pembelajaran Penjas pada Masa Pandemi Covid-19 di SMPN 1 Telukjambe Barat Karawang," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* Vol 7 No 5 (September 2021), <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP>.

dengan orang, benda, kegiatan, serta berbagai pengalaman yang timbul sebagai rangsangan dari aktivitas tersebut.³⁵

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan dorongan, kemauan, dan keinginan yang kuat dari dalam diri individu terhadap suatu objek di luar dirinya untuk melakukan aktivitas tertentu. Semakin kuat dorongan tersebut atau semakin dekat hubungan individu dengan objek yang diminati, maka semakin besar pula minat yang dimiliki.

2. Indikator Minat

Indikator merupakan sesuatu yang berfungsi sebagai penunjuk atau pemberi keterangan. Dalam konteks minat, indikator digunakan untuk mengetahui tingkat ketertarikan seseorang terhadap suatu hal. Menurut Slameto (2010), indikator minat peserta didik meliputi empat aspek, yaitu perasaan senang, ketertarikan, penerimaan, dan keterlibatan siswa.

a. Perasaan Senang

Peserta didik yang memiliki minat terhadap sekolah atau mata pelajaran tertentu cenderung menunjukkan perasaan senang dan nyaman saat berinteraksi dengan hal tersebut. Kondisi ini dapat dilihat dari ekspresi wajah yang ceria, tidak menunjukkan rasa tertekan atau takut, serta adanya perasaan suka terhadap aktivitas tersebut.

b. Ketertarikan

Minat ditunjukkan melalui adanya rasa suka dan ketertarikan terhadap suatu aktivitas yang muncul tanpa paksaan. Hal ini mencerminkan adanya hubungan

³⁵ Imelda Kusuma, "Menumbuhkan Minat Belajar Siswa Dalam Pembelajaran," *Journal Ability : Journal of Education and Social Analysis* Vol 3 No 4 (Oktober 2022).

antara individu dengan objek di luar dirinya. Semakin kuat hubungan tersebut, maka semakin tinggi pula tingkat minat yang dimiliki.

c. Penerimaan

Minat yang tinggi akan menghasilkan perhatian yang besar. Indikator ini dapat dilihat dari tingkat konsentrasi atau fokus peserta didik terhadap instruksi, informasi, atau materi yang diberikan oleh sekolah. Peserta didik yang memiliki minat akan lebih mudah berkonsentrasi dan menyimak tanpa harus dipaksa.

d. Keterlibatan Siswa

Keterlibatan menunjukkan adanya kemauan untuk berpartisipasi dalam suatu aktivitas. Peserta didik yang memiliki minat tinggi cenderung bersikap aktif, mengikuti kegiatan dengan antusias, menaati peraturan, serta berkontribusi dalam memajukan sekolah sebagai bentuk rasa memiliki.³⁶

3. Faktor yang Mempengaruhi Minat

Berbagai faktor memengaruhi minat seseorang, baik yang bersumber dari dalam diri (intrinsik) maupun dari luar diri (ekstrinsik). Faktor internal berkaitan dengan sifat atau kondisi bawaan individu, sedangkan faktor eksternal mencakup lingkungan keluarga, sekolah atau madrasah, serta lingkungan masyarakat atau pergaulan. Menurut Slameto (2010), faktor-faktor yang memengaruhi minat dan keberhasilan tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri peserta didik itu sendiri. Faktor internal dibagi menjadi 2 aspek, yaitu:

³⁶ Slameto, *Belajar dan Faktor Faktor yang Mempengaruhinya*, Edisi Revisi (Rineka Cipta, 2013), 54.

1) Faktor jasmaniah

Meliputi kondisi kesehatan dan cacat tubuh. Peserta didik yang tubuhnya sehat, bugar dan tidak memiliki kendala fisik akan lebih mudah menumbuhkan minat dan semangat.

2) Faktor psikologis

Meliputi intelegensi, perhatian, bakat, kematangan dan motif.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri peserta didik. Faktor eksternal dibagi menjadi 3 lingkungan, yaitu:

1) Lingkungan keluarga

Faktor ini mencakup pola asuh orang tua, hubungan antaranggota keluarga, suasana rumah, serta kondisi ekonomi keluarga. Dukungan dari orang tua memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keputusan anak dalam memilih sekolah.

2) Lingkungan sekolah

Faktor ini mencakup metode mengajar guru, kurikulum yang digunakan, hubungan antara guru dan siswa, disiplin sekolah, ketersediaan alat pembelajaran, serta kondisi sarana dan prasarana gedung.

3) Lingkungan masyarakat

Faktor ini mencakup keterlibatan siswa dalam kegiatan masyarakat, pengaruh teman sebaya dalam pergaulan, serta peran media massa dalam kehidupan sehari-hari.³⁷

³⁷ Slameto, *Belajar dan Faktor Faktor yang Mempengaruhinya*, 59.

Menurut Hamzah B. Uno, minat peserta didik dipengaruhi oleh faktor motivasi. Motivasi merupakan dorongan atau kekuatan dari dalam diri individu yang mengarahkan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini, motivasi berperan sebagai energi internal yang mendorong individu melakukan berbagai aktivitas untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman baru. Tanpa adanya motivasi, perkembangan minat belajar peserta didik cenderung tidak optimal.³⁸

Secara umum, motivasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik berasal dari dalam diri peserta didik, seperti keinginan pribadi untuk belajar, rasa ingin tahu, atau kepuasan dalam mencapai prestasi. Sementara itu, motivasi ekstrinsik berasal dari luar diri individu, misalnya dukungan lingkungan, penghargaan, maupun dorongan dari orang tua dan guru. Kedua jenis motivasi ini saling melengkapi dalam membentuk minat dan semangat belajar peserta didik. Adapun indikator motivasi dapat dilihat dari beberapa aspek, antara lain:³⁹

- 1) Adanya keinginan atau hasrat untuk melakukan suatu kegiatan
- 2) Adanya dorongan serta kebutuhan untuk bertindak yang disertai harapan tertentu
- 3) Munculnya cita-cita atau tujuan yang ingin dicapai
- 4) Adanya penghargaan dan pengakuan terhadap diri
- 5) Terciptanya lingkungan yang kondusif

³⁸ Hamzah B Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya: Analisis di Bidang Pendidikan*, Edisi 1 (Bumi Aksara, 2011).

³⁹ Dwi Dipta Dalilah dkk., "Pentingnya Semangat Guru Guna Meningkatkan Semangat Belajar Siswa di Sekolah Dasar," *Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri* 9 No. 5 (Desember 2023): 122.

6) Tersedianya kegiatan yang menarik.

Keenam indikator tersebut menunjukkan bahwa motivasi tidak hanya bersumber dari dalam diri, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi eksternal yang mendukung proses belajar peserta didik.