

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Hubungan Masyarakat

1. Konsep Manajemen Hubungan Masyarakat

Sebelum mempelajari teori konsep manajemen hubungan masyarakat lebih dalam, perlu untuk memahami konsepnya secara terperinci. Manajemen hubungan masyarakat apabila dirincikan, terdiri dari kata “manajemen”, “peserta didik”, dan “manajemen hubungan masyarakat”, yang masing-masing memiliki konsep dasar yang perlu dipahami.

Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari asal kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* (melakukan). Kata-kata itu digabung menjadi *managere* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan ke Bahasa Inggris *to manage* (kata kerja), *management* (kata benda), dan *manager* untuk orang yang melakukannya. *Management* diterjemahkan ke Bahasa Indonesia menjadi manajemen (pengelolaan). Manajemen arti luas adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan (P3) sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Manajemen dalam arti sempit adalah manajemen sekolah/madrasah yang meliputi perencanaan, program sekolah/madrasah, pelaksanaan program sekolah/madrasah

kepemimpinan kepala sekolah/madrasah, pengawas/evaluasi, dan sistem informasi sekolah/madrasah.¹

Harsy dan Blanchard dalam Muhammad Kristiawan, dkk. Manajemen adalah proses bekerja sama antara individu dan kelompok serta sumber daya lainnya dalam mencapai tujuan organisasi adalah sebagai aktivitas organisasi.² Sebagaimana yang dikutip Syafaruddin, Terry menjelaskan “*Management is performance of conceiving and achieving desired result by means of group efforts consisting of utilizing human talent and resources.*” Pendapat ini dipahami bahwa manajemen adalah kemampuan mengarahkan dan mencapai hasil yang diinginkan dengan tujuan dari usaha-usaha manusia dan sumber lainnya.³

Menginjak pada konsep hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat (humas) atau juga bisa disebut *public relations*. Menurut Howard Bonham dalam Hirunnisa mendefinisikan *public relations* adalah seni untuk menciptakan pengertian publik secara lebih baik, sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi.⁴

Manusia adalah makhluk sosial, manusia tidak dapat hidup secara individu dalam kehidupannya pasti membutuhkan hubungan dan pertolongan dari orang lain. Dalam Al Qur’an juga disebutkan supaya

¹Husaini Usman, *Manajemen: Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan*, Ed. IV, Cet. 2, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 6

²Muhammad Kristiawan. Dkk, *Manajemen Pendidikan*, (Sleman: Deepublish, 2017), hlm. 1

³Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*, (Ciputat: Ciputat Press, 2005), hlm 41

⁴Hairunnisa, *Public Relations*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hlm. 20

manusia saling kenal mengenal satu sama lain. Al Qur'an surah Al-Hujurat ayat 13 disebutkan :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ

أَتْقَاكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ١٣

Yang artinya : Wahai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.⁵

Hubungan masyarakat (humas) atau *Public Relations* adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari, kesalah pahaman, dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga. Sebagai sebuah profesi seorang humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.⁶

Manajemen hubungan masyarakat adalah pengaturan tentang hubungan masyarakat (internal dan eksternal) berkaitan dengan citra

⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 419

⁶ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah...*, hlm. 12

lembaga pendidikan, agar *image* dan kualitas tetap mendapat perhatian masyarakat, bahkan mengalami perubahan dan pengembangan.⁷

2. Fungsi dan Tujuan Manajemen Hubungan Masyarakat

Terry dalam Hasan Harisi, dan kawan-kawan. Mendeskripsikan fungsi-fungsi manajemen dalam empat bidang, yaitu :⁸

a. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan adalah proses kegiatan untuk menyajikan secara sistematis segala kegiatan yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan tertentu. Perencanaan dapat diartikan sebagai penetapan tujuan, *budget, policy*, prosedur, dan program. Dengan adanya perencanaan, fungsi manajemen berguna untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai, menetapkan biaya, menetapkan segala pedoman serta peraturan-peraturan yang harus dilaksanakan. Perencanaan mempunyai empat tahapan yang meliputi : a) menetapkan tujuan atau serangkaian tujuan, b) merumuskan keadaan saat ini, c) mengidentifikasi segala hambatan dan kemudahan, d) mengembangkan rencana atau serangkaian kegiatan pencapaian untuk pencapaian tujuan.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah tindakan mengusahakan hubungan-hubungan kelakuan yang efektif antara orang-orang, sehingga mereka dapat bekerja sama secara efisien, dan memperoleh kepuasan pribadi

⁷Maskur, *Manajemen Humas Pendidikan Islam: Teori dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 18

⁸Hasan Hariri, dkk. *Manajemen Pendidikan...* hlm. 5-11

dalam melaksanakan tugas-tugas tertentu, dalam kondisi lingkungan tertentu guna mencapai tujuan atau sasaran tertentu. Setidaknya ada tiga langkah dalam proses pengorganisasian, yaitu :

- 1) Pemerincian seluruh pekerjaan yang harus dilaksanakan untuk mencapai tujuan organisasi,
- 2) Pembagian beban pekerjaan total menjadi kegiatan-kegiatan yang logis dapat dilaksanakan oleh satu orang,
- 3) Pengadaan dan pengembangan suatu mekanisme untuk mengkoordinasikan pekerjaan para anggota menjadi kesatuan yang terpadu dan harmonis.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Actuating merupakan usaha menggerakkan para anggota-anggota kelompok sedemikian rupa hingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran perusahaan dan sasaran anggota-anggota perusahaan tersebut oleh karena para anggota itu juga ingin mencapai sasaran-sasaran tersebut. Pelaksanaan (*actuating*) tidak lain merupakan upaya untuk menjadikan perencanaan menjadi kenyataan, dengan melalui berbagai pengarahan dan pemotivasian agar setiap karyawan dapat melaksanakan kegiatan secara optimal sesuai dengan peran, tugas, dan tanggungjawabnya.

d. *Controlling* (Pengawasan)

Pengawasan merupakan kegiatan untuk mengamati dan mengukur segala kegiatan operasi dan mencapai hasil dengan membandingkan standar yang terlihat dalam rencana sebelumnya. Fungsi pengawasan

menjamin segala kegiatan berjalan sesuai dengan kebijaksanaan, strategi, rencana, keputusan dalam program kerja yang telah dianalisis, dirumuskan serta ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian pengawasan merupakan suatu kegiatan yang berusaha untuk mengendalikan agar pelaksanaan dapat berjalan sesuai dengan rencana dan memastikan apakah tujuan organisasi tercapai. Apabila terjadi penyimpangan dimana letak penyimpangan itu dan bagaimana pula tindakan yang diperlukan untuk mengatasinya. T. Hani Handoko dalam Hasan Hariri mengemukakan bahwa proses pengawasan memiliki lima tahapan, sebagai berikut :

- 1) Penetapan standar pelaksanaan,
- 2) Penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan,
- 3) Pengukuran pelaksanaan kegiatan nyata,
- 4) Perbandingan pelaksanaan kegiatan dengan standard dan penganalisan penyimpangan-penyimpangan.
- 5) Pengambilan tindakan koreksi, bila diperlukan.

Selain fungsi tersebut, Manajemen juga memiliki evaluasi didalamnya. Evaluasi adalah memberikan penilaian terhadap hasil kerja yang telah dilaksanakan. Hasil penilaian, dijadikan sebagai acuan dalam melakukan perbaikan dan penyempurnaan, untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Pendidikan merupakan proses kegiatan yang selalu berjalan secara berurutan dan terencana.⁹

⁹Muwahid Shulhan, Manajemen Pendidikan Islam, (Sleman: Teras, 2013) hlm, 37

Evaluasi merupakan suatu proses menyediakan informasi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan harga dan jasa (*the worth and merit*) dari tujuan yang dicapai, desain, implementasi, dan dampak untuk membuat keputusan, membantu pertanggungjawaban dan meningkatkan pemahaman terhadap fenomena. Menurut rumusan tersebut, inti dari evaluasi adalah penyediaan informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan. R.L. Thorndike dan E.P Hagen dalam Abdul Rahmat menyebutkan bahwa evaluasi merupakan suatu proses atau kegiatan pemilihan, pengumpulan, analisis dan penyajian informasi yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan serta penyusunan program selanjutnya.¹⁰

Sekolah harus melakukan evaluasi pelaksanaan program, baik jangka pendek (akhir semester), jangka menengah (satu tahun) dan jangka panjang untuk mengetahui seberapa jauh program sekolah memenuhi tuntutan pasar. Hasil evaluasi dibuat laporan teknis yang menyangkut program pelaksanaan.¹¹

Pengukuran, penilaian, dan evaluasi bersifat hierarkis. Evaluasi didahului dengan penilaian (*assessment*), sedangkan penilaian didahului dengan pengukuran. Pengukuran diartikan sebagai kegiatan membandingkan hasil pengamatan dengan kriteria, penilaian

¹⁰Abdul Rahmat, Manajemen Humas Sekolah, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016) hlm,

¹¹Siti Farikhah, Manajemen Lembaga Pendidikan, (Sleman: Aswaja Pressindo 2015) hlm

(*assessment*) merupakan kegiatan menafsirkan dan mendeskripsikan hasil pengukuran, sedangkan evaluasi merupakan penetapan nilai atau implikasi perilaku. Evaluasi merupakan proses yang menentukan sejauh mana tujuan pendidikan dapat dicapai. Pelaksanaan evaluasi terdapat tujuh elemen yang harus dilakukan, yaitu :¹²

1. *Focusing the evaluation* (Penentuan fokus yang akan dievaluasi)
2. *Designing the evaluation* (Penyusunan desain evaluasi)
3. *Collecting information* (Pengumpulan informasi)
4. *Analyzing and interpreting* (Analisis dan interpretasi informasi)
5. *Reporting information* (Pembuatan laporan)
6. *Managing evaluation* (Pengelolaan evaluasi)
7. *Evaluating evaluation* (Evaluasi untuk evaluasi)

Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan evaluasi, evaluator pada tahap awal harus menentukan fokus yang akan dievaluasi dan didesain yang akan digunakan. Hal ini berarti harus ada kejelasan apa yang dievaluasi yang secara implisit menekankan adanya tujuan evaluasi, serta adanya perencanaan bagaimana melaksanakan evaluasi. Selanjutnya dilaksanakan pengumpulan data, menganalisis dan membuat interpretasi terhadap data yang terkumpul serta membuat laporan. Selain itu, menurut Martin Tessmer dalam Abdul Rahmat menyebutkan evaluator juga harus melakukan pengaturan terhadap evaluasi dan mengevaluasi apa yang telah dilakukan dalam

¹²Abdul Rahmat, Manajemen Humas... hlm, 68

melaksanakan evaluasi secara keseluruhan. Ada empat hal yang ditekankan pada rumusan tersebut, yaitu :¹³

1. Menunjuk pada penggunaan metode penelitian,
2. Menekankan pada hasil suatu program,
3. Penggunaan kriteria untuk menilai,
4. Kontribusi terhadap pengambilan keputusan dan perbaikan program dimasa mendatang.

Evaluasi merupakan proses yang sistematis dan berkelanjutan untuk mengumpulkan, mendeskripsikan, menginterpretasikan dan menyajikan informasi untuk dapat digunakan sebagai dasar membuat keputusan, menyusun kebijakan maupun menyusun proram selanjutnya. Adapun tujuan evaluasi adalah untuk memperoleh informasi yang akurat dan obyektif tentang satu program. Informasi tersebut dapat berupa proses pelaksanaan program, dampak/hasil yang dicapai, efisiensi serta pemanfaatan hasil evaluasi yang difokuskan untuk program itu sendiri, yaitu untuk mengambil keputusan apakah dilanjutkan, diperbaiki atau dihentikan. Selain itu, juga dipergunakan untuk kepentingan penyusunan program berikutnya maupun penyusunan kebijakan yang terkait dengan program.¹⁴

Dalam praktiknya, hubungan masyarakat tentunya mempunyai fungsi dan peranannya masing-masing. Hubungan masyarakat memiliki dua

¹³Abdul Rahmat, Manajemen Humas... hlm, 68

¹⁴*Ibid.*, 69

fungsi, yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif. Keduanya dijelaskan sebagai berikut :¹⁵

a. *Fungsi Konstruktif*

Seperti dilihat dari arti kata konstruktif sendiri, yang berarti membangun. Artinya hubungan masyarakat merupakan suatu alat atau jalan keluar untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Fungsi ini mendorong hubungan masyarakat untuk membuat aktivitas atau kegiatan-kegiatan terencana, berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Dan tentunya dengan tujuan untuk membangun image, citra, minat yang baik dimata publik.

b. *Fungsi Korektif*

Fungsi ini lebih sulit dibanding fungsi konstruktif. Fungsi korektif lebih kepada memperbaiki apabila suatu organisasi/lembaga terjadi masalah-masalah (krisis) dengan publik. Artinya peran hubungan masyarakat disini adalah untuk mengatasi dan menangani masalah yang ada, agar semuanya kembali berjalan dengan baik sesuai rencana.

Sedangkan dalam fungsi *public relations*, menurut Onong Uchjana Effendy dalam Hairunnisa mengemukakan sebagai berikut :¹⁶

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan.
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal.

¹⁵Hairunnisa, *Public Relations...*, hlm. 22

¹⁶*Ibid.*, hlm. 23

- c. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
- d. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan bersama.

Seperti diketahui, hubungan masyarakat adalah sebuah kegiatan yang sangat identik dengan kegiatan berkomunikasi dengan baik. Tujuan hubungan masyarakat pada dasarnya adalah membentuk dan menjaga hubungan yang baik dan harmonis diantara berbagai publik. Frida Kusumawati dalam Hairunnisa mengatakan beberapa tujuan dari *public relations*, diantaranya adalah sebagai berikut :¹⁷

- a. Terpeliharanya dan terbentuknya aspek saling pengertian (aspek kognisi). Untuk mencapai saling pengertian tentunya juga dimulai dari saling mengenal atau mengetahui. Mengetahui bagaimana, seperti apa, siapa, dan seperti apa lembaga dan orang lain. Pada akhirnya tujuannya adalah membuat publik dan lembaga saling mengenal. Baik mengenal kebutuhan, kepentingan, harapan, maupun budaya masing-masing. Komunikasinya bersifat normative yang menunjukkan adanya usaha komunikasi untuk mencapai saling mengenal dan mengerti.
- b. Menjaga dan membentuk saling percaya (aspek afeksi). Bila tujuan pertama mengarah pada penguatan dan perubahan pengetahuan (kognisi), maka tujuan berikutnya lebih pada tujuan emosi, yakni pada

¹⁷*Ibid.*, hlm. 26-27

sikap (Afeksi) saling percaya (*mutual confidence*). Sikap saling percaya keberadaannya masih bersifat laten (tersembunyi), yakni pada keyakinan seorang (publik) akan “kebaikan/ketulusan” orang lain (lembaga) dan juga pada keyakinan organisasi/lembaga akan “kebaikan/ketulusan” publiknya. Kebaikan/ketulusan masing-masing dapat diukur dengan etika moral maupun materil yang ditanamkan dan ditunjukkan masing-masing. Disinilah humas menggunakan prinsip-prinsip komunikasi persuasive untukn mempersuasi publik agar percaya kepada organisasi/lembaga, dan sebaliknya.

- c. Memelihara dan menciptakan kerja sama (aspek psikomotoris). Dengan komunikasi diharapkan akan terbentuknya bantuan dan kerja sama nyata. Artinya bantuan dan kerja sama ini sudah dalam bentuk perilaku atau tindakan tertentu.

Dapat diambil kesimpulan dari ketiga tujuan diatas, bahwa setelah pengetahuan/pikiran dibuka, emosi/kepercayaan disentuh, maka selanjutnya perilaku positif dapat diraih. Pada akhirnya semua itu kembali pada tujuan yang lebih besar, yakni terbentuknya citra/image yang *favourable* terhadap organisasi lembaga dimana humas itu berada.

3. Model-Model Hubungan Masyarakat

Dalam kamus ilmiah populer, model diartikan sebagai bentuk mode atau bentuk pupa ataupun bentuk contoh.¹⁸ Model hubungan masyarakat merupakan suatu deskripsi dari suatu sistem yang mungkin

¹⁸Pius A Partanto, M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994) hlm. 476

imajiner, terjemahan realitas dari sistem kerja hubungan masyarakat yang disederhanakan. Menurut James Grunnig dan Todd Hunt dalam Chusnul Chotimah, dijelaskan ada empat model hubungan masyarakat, keempat model tersebut adalah sebagai berikut :¹⁹

- a. *Press agency/publicity model* adalah sebuah model dimana informasi bergerak satu arah, dari organisasi menuju publik. Model ini adalah bentuk paling tua dari *public relations* dan model ini bermakna sama dengan promosi dan publisitas. Praktisi *public relations* yang mempraktikkan ini model ini selalu mencari kesempatan agar nama baik organisasi mereka muncul di media. Mereka tidak banyak melakukan riset tentang publiknya. Termasuk dalam praktik model ini adalah taktik propaganda seperti penggunaan nama selebriti dan perangkat yang bisa memancing perhatian orang, pemberian hadiah gratis, parade, dan *grand opening*. Walaupun *press agency* ini dianggap etis, Semakin keras mereka bersuara, semakin banyak perhatian yang akan mereka peroleh, terlepas mereka salah atau benar sehingga akan semakin baik dalam melakukan pekerjaan mereka.
- b. *Public Information Model*. Model ini berbeda dengan *press agency*, karena tujuan utamanya adalah untuk memberi tahu publik dan bukan untuk promosi dan publisitas, namun alur komunikasinya masih tetap satu arah. Sekarang model ini mewakili praktik *public relations* di pemerintahan, lembaga pendidikan, organisasi nirlaba, dan bahkan di beberapa korporasi. Para praktisi *public relations* yang bekerja

¹⁹Chusnul Chotimah, *Manajemen Publik Relation Integratif*, (Tulungagung: STAIN Tulungagung Press, 2013) hlm. 78-80

dengan model seperti ini sedikit sekali melakukan riset terhadap audiensi mereka dalam rangka menguji kejelasan pesan yang mereka sampaikan. Mereka adalah “jurnalis dirumah” yang menghargai akurasi, tetapi memutuskan sendiri tanpa riset tentang informasi apa yang paling baik dikomunikasikan kepada publik mereka.

- c. *Model Two-way Asymmetric Model*. Model ini memandang bahwa *public relations* sebagai kerja persuasi ilmiah. Model ini menerapkan metode riset ilmu sosial untuk meningkatkan efektivitas persuasi dari pesan yang disampaikan. Praktisi *public relations* dengan model ini menggunakan survei, wawancara, dan fokus group untuk mengukur serta menilai publik sehingga mereka bisa merancang program *public relations* yang bisa memperoleh dukungan dari publik kunci. Walaupun timbal balik (*feedback*) dari semua itu dipertimbangkan kedalam proses pembuatan program, namun organisasi dengan model ini masih lebih tertarik mengenai bagaimana publik menyesuaikan diri dengan mereka ketimbang sebaliknya, organisasi yang menyesuaikan dengan kepentingan publik.
- d. *Two-way symmetric model*. Model ini menggambarkan sebuah orientasi *public relations* di mana organisasi dan publik menyesuaikan diri. Model ini berfokus pada penggunaan model riset ilmu sosial untuk memperoleh rasa saling pengertian serta komunikasi dua arah antara publik dan organisasi ketimbang persuasi satu arah, Grunnig berpendapat bahwa model ini merupakan model paling etis karena semua kelompok merupakan bagian dari resolusi masalah.

4. Ruang Lingkup Manajemen Hubungan Masyarakat

Adapun ruang lingkup manajemen hubungan masyarakat dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :²⁰

a. Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik positif yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Berdasarkan macam-macam khalayak ini dikenal sebagai:

- 1) *Press Relations*. Mengatur dan memelihara hubungan dengan pers umumnya dengan masa media pers, radio, film, dan televisi yang paling utama pers.
- 2) *Government Relations*. Mengatur dan memelihara hubungan dengan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah. Lembaga atau instansi resmi yang berhubungan dengan kegiatan sekolah.
- 3) *Community Relations*. Mengatur dan memelihara hubungan dengan masyarakat setempat.
- 4) *Supplier Relations*. Mengatur dan memelihara hubungan dengan para *levaransir* (pemborong), kontraktor agar segala kebutuhan perusahaan dapat diterima secara teratur serta dengan harga dan syarat-syarat yang wajar.

²⁰Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah ...*, hlm. 28-29

5) *Customer relations*. Mengatur dan memelihara dengan langgan, sehingga hubungan itu selalu dalam situasi bahwa langganlah yang sangat membutuhkan pendidikan, bukan sebaliknya.

b. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud publik internal adalah “publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Tujuan hubungan masyarakat ke dalam ialah pada hakikatnya untuk meningkatkan kegairahan bekerja para, guru, tenaga akademik, karyawan lembaga atau instansi yang bersangkutan. Sebagai garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut, Publik internal meliputi:

- 1) *Employee Relations*. Memelihara hubungan khusus antara manajemen dengan guru dalam kepegawaian secara formal. Misalnya mengenai penempatan, pemindahan, kenaikan, pangkat, pemberhentian, pensiun dan segalanya.
- 2) *Human Relations*. Memelihara hubungan khusus antara sesama warga dalam sekolah secara informal, sebagai manusia. Pergaulan antara manusia, bukan sebagai manusia formal.
- 3) *Labour Relations*. Memelihara hubungan antar kepala komite serta turut menyelesaikan masalah-masalah yang timbul. Mengadakan tindakan-tindakan preventif menceah kesulitan-kesulitan yang timbul, karenanya turut melancarkan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak.

- 4) *Stockholder Relations, Industrial Relations*. Sesuai dengan sifat dan kebutuhan sekolah yaitu mengadakan hubungan dengan para pemegang saham.

Ruang lingkup bidang humas di sekolah dapat dikelompokkan kedalam beberapa bidang yang meliputi :²¹

- 1) Koordinasi dengan Kepala sekolah dan unsur pimpinan lain.
- 2) Kerjasama dengan BP/BK dalam menangani masalah kemampuan, minat dan kekeluargaan.
- 3) Kerjasama dengan warga sekolah.
- 4) Kerjasama dengan tokoh masyarakat.
- 5) Kerjasama dengan aparat pemerintah
- 6) Menjalin silaturahmi dengan alumni
- 7) Mengembangkan persaudaraan dengan lingkungan yang harmonis.

5. Metode dan Media Manajemen Hubungan Masyarakat

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara. Jadi metode dalam manajemen humas di sekolah merupakan cara yang digunakan oleh unit kerja atau bidang humas dalam menjalin hubungan dengan warga pendidikan baik itu warga pendidikan internal maupun warga pendidikan eksternal. Setidaknya ada delapan metode yang dapat dipraktikkan dalam manajemen humas di sekolah.²²

a. Metode Ceramah

²¹*Ibid...* hlm. 30

²²Novan Ardy Wiyani, *Manajemen Humas di Sekolah*, (Yogyakarta: Gava Media, 2019), hlm. 68-73

Metode ceramah dalam konteks praktik humas di sekolah adalah suatu cara yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada warga pendidikan secara lisan melalui berbagai kegiatan menggunakan komunikasi satu arah.

Kegiatan-kegiatan tersebut seperti upacara bendera, upacara hari-hari besar nasional, upacara hari keagamaan, sambutan pada kegiatan kesiswaan, sambutan pada kegiatan yang diikuti oleh wali murid serta masyarakat, dan lain sebagainya. Metode ceramah ini sangat cocok digunakan untuk mensosialisasikan kebijakan-kebijakan sekolah, maupun program-program sekolah beserta pencapaiannya.

b. Metode Seminar

Metode seminar dalam konteks praktik humas di sekolah adalah suatu cara yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat dan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat melalui kegiatan-kegiatan pertemuan ilmiah. Metode ini sangat cocok digunakan untuk melakukan koordinasi dengan warga pendidikan dengan tujuan agar mereka mau berpartisipasi dalam mensukseskan pelaksanaan program-program sekolah.

c. Metode penyuluhan

Metode penyuluhan dalam praktik humas adalah suatu cara yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat melalui kegiatan pelatihan-pelatihan yang diikuti oleh warga pendidikan. Kepemilikan keterampilan tersebut diharapkan dapat memotivasi

warga pendidikan untuk ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan program-program sekolah.

d. Metode rapat

Metode rapat dalam konteks praktik humas di sekolah merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat melalui penyelenggaraan kegiatan pertemuan formal yang dihadiri oleh warga pendidikan.

e. Metode wawancara

Metode wawancara dalam konteks praktik humas di sekolah adalah suatu cara yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan warga pendidikan secara individual dengan cara memberikan pertanyaan baik terstruktur maupun tidak terstruktur kepada warga pendidikan.

f. Metode diskusi

Metode diskusi dalam konteks praktik humas di sekolah adalah suatu cara yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan masyarakat melalui kegiatan-kegiatan pertemuan kelompok untuk membahas suatu tema yang berkaitan dengan kebijakan sekolah maupun program-program sekolah.

g. Metode observasi

Metode observasi dalam konteks praktik humas di sekolah adalah suatu cara yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan warga pendidikan melalui kegiatan mengamati suatu aktivitas yang dilakukan oleh warga pendidikan. Tujuannya adalah untuk

mengetahui bagaimana sikap serta pendapat warga pendidikan dalam mensukseskan program-program pendidikan.

h. Metode angket

Metode angket dalam konteks praktik humas disekolah adalah suatu cara yang digunakan untuk menjalin hubungan dengan warga pendidikan melalui pemberian soal-soal dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan terkait dengan implementasi suatu kebijakan maupun program pendidikan disekolah.

Media dapat diartikan sebagai alat perantara. Media digunakan sebagai alat perantara untuk menyampaikan informasi kepada seseorang maupun sekelompok orang. Dengan demikian, media dalam manajemen humas disekolah dapat diartikan sebagai alat perantara yang digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi pendidikan kepada warga pendidikan untuk kepentingan pencapaian tujuan pendidikan. Ada beberapa media yang digunakan dalam mendukung kegiatan manajemen hubungan masyarakat:²³

a. Media Langsung

- 1) Rapat-rapat formal yang diselenggarakan dengan mengundang masyarakat disampaikan program sekolah dalam upaya peningkatan kegiatan dan mutu pendidikan.
- 2) Pekan pendidikan, pada saat sekolah menampilkan prestasi dan kreasi para siswa sebagai sarana promosi sekolah.

²³Suharsimi Arikunto & Lia Yuliana, Manajemen Pendidikan, Yogyakarta: Aditya Media bekerjasama dengan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, 2008), hlm. 364

3) Hari ulang tahun sekolah, pada peringatan HUT sekolah ini, hubungan kerjasama antara sekolah dengan orang tua, alumni dan masyarakat juga dapat digalang melalui acara yang melibatkan semua pihak.

4) Kunjungan rumah

Untuk mengetahui lebih dalam tentang situasi rumah anak didik tertentu. Dengan demikian diharapkan bukan hanya guru sebagai orang tua kedua disekolah tetapi juga orang tua sebagai guru dirumah.

b. Media Tidak langsung

1) Media cetak berupa: buletti, majalah, koran, brosur, leaflet atau booklet

2) Media elektronika: telepon, siaran radio dan televisi, kaset, slide dan komputer.

c. Media Internet

Perekembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin pesat dikarenakan keberadaan internet. Internet membuat semua informasi maupun ilmu pengetahuan menjadi *accessible*. Dengan internet dapat dengan mudah mendapatkan informasi. Dengan internet pula dapat berkomunikasi dengan seorang maupun kelompok dimanapun berada. Internet juga dapat dijadikan oleh pihak sekolah sebagai alat untuk menjalin hubungan dengan warga pendidikan, seperti e-mail, website

sekolah, blog, dan juga jejaring sosial seperti *facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, dll.²⁴

B. Lembaga Pendidikan Islam

1. Konsep lembaga pendidikan Islam

Secara bahasa, lembaga adalah badan atau organisasi. Badan *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan bahwa lembaga adalah badan atau organisasi yang tujuannya melakukan suatu penyelidikan keilmuan atau melakukan suatu usaha.²⁵ Badan atau lembaga pendidikan adalah organisasi atau kelompok manusia yang karena satu dan lain hal memikul tanggung jawab pendidikan. Lembaga pendidikan juga diartikan sebagai lembaga atau tempat berlangsungnya proses pendidikan yang dilakukan dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku individu ke arah yang lebih baik melalui interaksi dengan lingkungan sekitar.²⁶

Berdasarkan pengertian diatas dapat dipahami bahwa lembaga pendidikan Islam adalah tempat atau organisasi yang menyelenggarakan pendidikan Islam, yang mempunyai struktur yang jelas dan bertanggung jawab atas terlaksananya pendidikan Islam. Oleh karena itu, lembaga pendidikan Islam tersebut harus dapat menciptakan suasana yang memungkinkan terlaksananya pendidikan dengan baik, menurut tugas yang

²⁴Novan Ardy Wiyani, *Manajemen Humas di Sekolah...* hlm. 77

²⁵Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 2008), hlm. 808

²⁶Ibrahim Bafadhol, *Lembaga Pendidikan Islam di Indonesia*, Jurnal edukasi Islam Vol. 6 No. 11, 2017, hlm. 60

diberikan kepadanya, seperti sekolah (madrasah) yang melaksanakan proses pendidikan Islam.²⁷

2. Prinsip-prinsip Lembaga pendidikan Islam

Bentuk lembaga pendidikan Islam hendaknya berpijak pada prinsip-prinsip tertentu yang telah disepakati sebelumnya, sehingga antara lembaga yang satu dengan yang lainnya tidak terjadi tumpang tindih. Prinsip-prinsip tersebut ialah:²⁸

- a. Prinsip pembebasan manusia dari ancaman kesesatan yang membawa manusia manusia kepada api neraka.
- b. Prinsip pembinaan umat manusia menjadi hamba-hamba Allah yang memiliki keselarasan dan keseimbangan hidup bahagia di dunia dan akhirat, sebagai realisasi cita-cita bagi orang beriman dan bertakwa
- c. Prinsip amar ma'ruf nahi munkar.
- d. Prinsip penembangan daya pikir, daya nalar, daya rasa sehingga dapat menciptakan anak didik yang kreatif.
- e. Prinsip pembentukan pribadi manusia yang memancarkan sinar keimanan yang kaya dengan ilmu pengetahuan.

3. Jenis-jenis Lembaga Pendidikan Islam

Menurut Siti Gazalba, seperti yang dikutip Bukhari Umar, lembaga yang berkewajiban melaksanakan pendidikan Islam adalah sebagai berikut:

²⁷Bukhari Umar, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm 149

²⁸Enung K. Rukiati, Fenti Hikmawati, *Sejarah Pendidikan Islam di Indonesia*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), hlm 99-100

- a. Rumah Tangga, yaitu pendidikan primer untuk fase bayi dan kanak-kanak sampai usia sekolah. Pendidikannya adalah orangtua, sanak kerabat, family, saudara-saudara, teman, dan pergaulan.
- b. Sekolah, yaitu pendidikan sekunder yang mendidik anak mulai dari usia masuk sekolah sampai ia keluar dari sekolah tersebut. Pendidikannya adalah guru profesional.
- c. Kesatuan sosial, yaitu pendidikan tersier yang merupakan pendidikan terakhir tetapi bersifat permanen. Pendidikannya adalah kebudayaan, adat istiadat dan suasana masyarakat setempat.²⁹

C. Minat Masyarakat

Minat merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan tujuan. Tujuan adalah titik akhir dari gerakan yang menuju pada suatu arah.³⁰ Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Crow and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang.³¹ Jadi, minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal daripada lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian.

²⁹Bukhari Umar, *Ilmu Pendidikan Islam...*, hlm. 150

³⁰Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm 112

³¹Djali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 121

Penyebab terjadinya minat adalah adanya suatu dorongan dari dalam disertai dengan perasaan senang yang didahului dengan adanya kecenderungan dan perhatian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat dapat timbul dengan adanya kemauan atau keinginan yang menimbulkan perhatian yang memunculkan sikap positif berupa partisipasi.³²

1. Macam-macam minat

a) Minat Aktif dan Reseptif

Pada dasarnya ada dua macam minat: aktif reseptif. Minat aktif adalah apa yang kita rasakan ketika punya cita-cita di kepala kita: ia memotivasi tindakan untuk mencapai suatu cita-cita, ia didasari oleh keinginan mencapai mencapai hasil dan datang dari tempat bersemayamnya hasrat dan keyakinan. Minat aktif ingin melayani, sedangkan minat reseptif ingin dilayani.

Minat reseptif adalah apa yang kita rasakan ketika kita dengan hari terbuka mempertimbangkan nilai dari apa yang ditawarkan: minat ini dimotivasi untuk menciptakan kesempatan menerima, berkembang dalam respons untuk mendukung, dan datang dari tempat prefensi dan kepandatan.³³

b) Minat berdasarkan objeknya ada lima macam, diantaranya sebagai berikut:³⁴

³²Binti Munah, *Masyarakat dan Madrasah*, (Tulungagung: STAIN Tulungagung Press, 2008), hlm. 11-12

³³John Gray, *Mars Venus on a Date*, (Jakarta:Gramedia Pustaka, 2000), hlm. 232

³⁴Habsari, *Bimbingan dan Konseling...*, hlm. 49

- 1) Minat pekerjaan, yaitu dorongan perhatian yang penuh terhadap jenis pekerjaan misalnya dokter, guru, polisi, pedagang, peternakan, dan sebagainya.
- 2) Minat olahraga yaitu dorongan perhatian yang penuh terhadap salah satu cabang olahraga. Seperti sepak bola, tinju, lari, renang dsb.
- 3) Minat kesenian yaitu minat dalam bidang seni. Misalnya main film, penyanyi, minatmenari, main drama, minat melukis, main musik, dsb.
- 4) Minat keterampilan adalah perhatian terhadap koputer, mengetik, menjahit, merangkai bunga, erbenkelan, pertukangan, dsb.
- 5) Minat akademis ialah minat terhadap pelajaran/pendidikan. Misalnya minat terhadap pelajaran sejarah, jurusan IPS, fakultas, dsb

2. Faktor-faktor Minat

Secara keseluruhan faktor digolongkan dalam dua kelompok besaryaitu faktor eksternal dan faktor internal.³⁵

a) faktor internal

faktor internal adalah sesuatu yang memicu minat dari dalam diri. Faktor internal tersebut antara lain pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan

³⁵Edy Syahputra, *Snowball Throwing Tingkatan Minat dan Hasi Belajar*, (Sukabumi: Haura Publishing, 2020), hlm. 21-22

- 1) pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktifitas seseorang yang ditunjukkan kepada sesuatu atau sekumpulan objek tertentu.
- 2) Keingintahuan adalah perasaan atau sikap yang kuat untuk mengetahui sesuatu atau dorongan kuat untuk mengetahui lebih banyak tentang sesuatu.
- 3) Kebutuhan yaitu keadaan dalam diri pribadi seorang siswa yang mendorong untuk melakukan aktifitas tertentu guna mencapai suatu tujuan
- 4) Motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi.

b) Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah sesuatu yang memicu terciptanya minat yang datangnya dari luar diri sendiri, dorongan dari orang tua, dorongan dari guru, tersedianya sarana dan prasarana atau fasilitas, dan keadaan lingkungan.

Secara sederhana, masyarakat dapat didefinisikan dengan sekumpulan individu atau kelompok yang diikat oleh kesatuan negara, kebudayaan, dan agama. Termasuk didalamnya semua jalinan hubungan timbal balik yang berangkat atas dasar kepentingan bersama, adat istiadat, pola-pola, teknik-teknik, sistem hidup, undang-undang, institusi dan segala fenomena yang dirangkum oleh masyarakat dalam pengertian luas dan baru.³⁶

³⁶Novan Ardy Wiyani, *Manajemen Humas di Sekolah*, (Yogyakarta: Gava Media, 2019), hlm. 28-29

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu keinginan yang cenderung menetap pada diri seseorang atau masyarakat untuk mengarahkan pada suatu pilihan tertentu sebagai kebutuhannya. Dalam hal ini minat masyarakat, pada lembaga pendidikan menjadi pilihan, ketertarikan untuk menetapkan, mempercayai sekolah pilihan untuk putra-putrinya pada lembaga, kemudian dilanjutkan dalam tindakan dengan mencari informasi sebagai wawasan bagi dirinya. Oleh karena itu diperolehlah keunggulan, kualitas, keuntungan, keamanan, dan kenyamanan. Minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam merupakan kecenderungan orang tua wali dalam memilih pendidikan untuk anaknya.

Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap pendidikan madrasah adalah faktor materi pendidikan, lingkungan pendidikan, sarana dan prasarana, anak didik dan pendidik.³⁷ Wujud dari implementasi minat adalah menyekolahkan anak mereka ke lembaga pendidikan Islam sebagai pilihan pendidikan anak.

D. Masa Pandemi Covid-19

Era pandemi adalah terkait dengan gejala di seluruh dunia termasuk di negara-negara maju untuk mengalokasikan anggaran yang besar guna kesehatan, perlindungan sosial, dan UMKM. Anggaran kolosal tersebut tidak semata dianggap sebagai biaya, tetapi lebih penting untuk penyelamatan nyawa warga.³⁸

³⁷Binti Munah, *Masyarakat dan Madrasah...* hlm. 15

³⁸Ahmad Erani Yustika, *Pandemi Corona: Virus Deglobalisasi Masa Depan Perekonomian Global dan Nasional*, (Bogor: IPB Press, 2020), hlm. 21

Covid-19 adalah nama virus yang bermula dari kota Wuhan, Cina. Keganasannya telah menyerang sekitar 200 negara diseluruh dunia, dan Indonesia termasuk dalam salah satunya. Sudah banyak korban yang berjatuhan akibat serangan makhluk berukuran nano millimeter *World Heart Organization* mengumumkan kasus ini sebagai pandemi global pada tanggal 11 Maret 2020. Presiden Joko Widodo mengumumkan bahwa Indonesia positif *Covid-19* pertama kali melalui konferensi persnya di Istana Kepresidenan pada Senin pagi, 2 Maret 2020. Presiden menyebutkan sudah ada dua orang positif terkena *Covid-19* yang sedang dirawat di rumah sakit. Tidak lama setelah itu, Presiden mengumumkan status Bencana Nasional dan mengeluarkan aturan sosial distancing yang kemudian diubah oleh WHO menjadi *physical distancing*. Melihat penyebarannya yang semakin luas dan cepat dari hari ke hari akhirnya pemerintah memutuskan untuk memberhentikan seluruh kegiatan belajar mengajar di sekolah dan kampus dengan menggantinya dengan kegiatan belajar mengajar di rumah. Tidak hanya sekolah dan kampus saja, namun beberapa perusahaan juga melakukan pembatasan jam kerja maupun berhenti beroperasi.³⁹

Ujian pandemi *Covid-19* ini akan memperlihatkan hasilnya dikemudian hari apakah bangsa Indonesia sanggup melaluinya dengan baik atukah tidak, tergantung pada seberapa besar optimisme untuk berjuang melawan corona dan peduli pada sesama.⁴⁰

³⁹Fitria Widiyani Roosinda, *Ramadhan dalam Masa Pandemi Covid-19*, (Pasuruan: Wiara Media, 2020), hlm. 5-6

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 9

Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. Nadiem Makarim telah mengambil kebijakan melalui Surat Edaran Nomor 4 tahun 2020 berisi tentang pelaksanaan kebijakan pendidikan dalam masa darurat penyebaran virus corona (*Covid-19*), yang isinya sebagai berikut:⁴¹

- a. Belajar dari rumah melalui pembelajaran daring/ jarak jauh dilaksanakan untuk memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi peserta didik, tanpa terbebani tuntutan menuntaskan seluruh capaian kurikulum untuk kenaikan kelas maupun kelulusan;
- b. Belajar dari rumah dapat difokuskan pada pendidikan kecakapan hidup antara lain mengenai pandemi *Covid-19*;
- c. Aktivitas dan tugas pembelajaran belajar dari rumah dapat bervariasi antar peserta didik, sesuai minat dan kondisi masing-masing, termasuk mempertimbangkan kesenjangan akses atau fasilitas belajar di rumah;
- d. Bukti atau produk aktivitas belajar dari rumah diberi umpan balik yang bersifat kualitatif dan berguna dari guru, tanpa diharuskan memberi skor atau nilai kuantitatif

Tantangan pendidikan tinggi di era *new normal* semakin berat. Pandemi *Covid-19* belum menunjukkan tanda-tanda akan berakhir. Sementara itu pendidikan harus tetap berjalan. Sehingga diperlukan formula yang tepat, agar pendidikan tetap berjalan. Namun tetap melakukan pencegahan penyebaran *Covid-19*.⁴²

⁴¹Jamad, *Goresan Pen Guru Bahasa Kala Pandemi Korona*, (Banyumas: Omera Pustaka, 2020), hlm. 1

⁴²Edi Irawan, *Pendidikan Tinggi di Masa Pandemi Transformasi, Adaptasi, dan metamorfosis Menyongsong New Normal*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hlm. 4

Selain itu, Nadiem juga mengharapkan proses belajar di rumah tidak mengubah cara belajar selama di kelas. Artinya, guru tetap mengajar, bukan hanya memberikan tugas atau pekerjaan saja kepada murid. Tetapi juga harus melakukan interaksi membantu murid dalam mengerjakan tugasnya. Menurutnya, jangan sampai selama *Covid-19* tersebut dianggap sebagai liburan sehingga dibuat kesempatan untuk berpergian ke tempat ramai yang menyebabkan ini menjadi tidak tepat sasaran.⁴³

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai manajemen hubungan masyarakat pada dasarnya sudah diteliti, peneliti menemukan beberapa penelitian yang mengkaji manajemen hubungan masyarakat lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan minat masyarakat dalam bentuk karya ilmiah. Oleh karena itu, sebagai menambah literatur pendukung penelitian, serta untuk memastikan distingsi pada penelitian ini, maka peneliti telah mengidentifikasi beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Rosalia Nuriza Andi, Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya minat masyarakat pada lembaga pendidikan. Terutama pada masyarakat didaerah terpencil atau pinggiran, parang orang tua kurang memahami pentingnya pendidikan, mereka lebih mengedepankan bagaimana cara memperoleh pekerjaan atau menghasilkan uang. Denan rendahnya minat masyarakat di dunia

⁴³Jamad, *Goresan Pen Guru...*, hlm. 1-2

pendidikan, maka generasi muda akan menjadi manusia yang kurang akan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, penelitian tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa manajemen humas dalam menarik minat masyarakat. Penelitian ini difokuskan kepada bagaimana strategi penguatan lembaga humas, bagaimana strategi humas dalam menarik minat masyarakat, dan bagaimana model pengelolaan humas dalam menarik minat masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa SMK Negeri 2 Ponorogo, dalam humasnya didukung oleh pendanaan dan waka yang ada disekolah. Dalam strateginya humas di SMKN 2 Ponorogo menggunakan strategi distingtif, fokus, reputasi, dan identitas. Dalam perencanaannya meliputi pembangunan fisik, fungsional, secara luas, dan kombinasi. Sedangkan dalam pelaksanaannya melakukan sosialisasi kesekolah-sekolah, media cetak, media elektronik, siswa, guru dan karyawan. Evaluasi humas dilaksanakan setelah kegiatan dan juga melakukan audit internal dan eksternal.⁴⁴

2. Nur Fitri Lestari, *Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Menjalin Hubungan Dengan Masyarakat Internal dan Eksternal Madrasah di MAN 1 Blitar dan MAN 3 Blitar*. Penelitian ini berlatar belakang humas yang merupakan gerbang terdepan yang menghubungkan lingkungan internal lembaga pendidikan dengan masyarakat namun peran dan posisi humas yang belum mendapatkan peran penting. Oleh karenanya, perlu manajemen humas dalam lembaga pendidikan dalam menjalin hubungan

⁴⁴Rosalia Nuriza Andi, Tesis, *Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo*, Pascasarjana, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017

dengan masyarakat internal dan eksternal lembaga, agar tujuan yang hendak dicapai dapat terlaksana. Fokus pada penelitian ini mengenai bagaimana program humas, bagaimana aksi humas, dan bagaimana evaluasi humas dalam menjalin hubungan dengan masyarakat internal dan eksternal madrasah di MAN 1 Blitar dan MAN 3 Blitar. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan program humas direncanakan dengan matang dan musyawarah berbagai pihak, program yang dilakukan adalah menjalin komunikasi yang baik dan mempererat tali silaturahmi. Aksi humasnya dengan adalah dengan memelihara kekeluargaan, melibatkan masyarakat, hubungan edukatif, hubungan intitusional, dan hubungan kultural, serta memaksimalkan penggunaan media. Sedangkan dalam evaluasi, melibatkan masyarakat baik internal, maupun eksternal.⁴⁵

3. Kartini, Pelaksanaan Manajemen Humas dalam Mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan sekolah, dan faktor yang mempengaruhi pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMPN 10 Palembang. Hasil dari penelitian ini, dalam pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMPN 10 Palembang melibatkan seluruh pihak yang berada disekolah. Sedangkan faktor pendukungnya adalah sumberdaya manusia, gurum, prestasi sekolah, dan

⁴⁵Nur Fitri Lestari, *Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam Menjalinkan Hubungan Dengan Masyarakat Internal dan Eksternal Madrasah di MAN 1 Blitar dan MAN 3 Blitar*, Pascasarjana, IAIN Tulungagung, 2018

tinginya animo masyarakat. Adapun faktor penghambatnya adalah sumberdaya dan orang tua wali murid.⁴⁶

4. Putri Roifatul Khasanah, Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Meningkatkan Citra Sekolah di MTsN 2 Kota Blitar. Penelitian ini berlatar belakang fenomena sebuah lembaga pendidikan yang tumbuh di tengah-tengah masyarakat. Masing-masing lembaga baik negeri maupun swasta berkompetensi untuk menarik perhatian dari masyarakat. Salah satu pertimbangan masyarakat dalam menentukan lembaga pendidikan adalah citra, *image*, reputasi suatu lembaga pendidikan. Disinilah humas sekolah memiliki peran penting untuk membangun dan meningkatkan citra positif lembaganya dapat memikat hati masyarakat. Fokus dalam penelitian ini meliputi bagaimana strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah, upaya yang dilakukan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bahwa adanya strategi humas dalam meningkatkan citra sekolah, dana pa saja yang dilakukan waka humas sebagai perwujudan harapan-harapan lembaga pendidikan yang diteliti tersebut. Kemudian hasil dari penelitian ini adalah humas sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Dengan upaya mempublikasikan secara langsung atau tidak langsung guna memperoleh opini publik yang positif untuk menarik kepercayaan dari masyarakat sebanyak mungkin. Penelitian ini juga menghasilkan faktor-faktor penghambat dan pendukung strategi

⁴⁶Kartini, Skripsi, *Pelaksanaan Manajemen Humas dalam Mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang*, FTIK, UIN Raden Fatah Palembang, 2018

humas dalam meningkatkan citra lembaga sekolah di MTsN 2 Kota Blitar.⁴⁷

Tabel 2.1

Penelitian yang Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Rosalia Nuriza Andi, Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo.	SMK Negeri 2 Ponorogo, dalam humasnya didukung oleh pendanaan dan waka yang ada disekolah. Dalam strateginya humas di SMKN 2 Ponorogo menggunakan strategi distingtif, fokus, reputasi, dan identitas. Dalam perencanaannya meliputi pembangunan fisik, fungsional, secara luas, dan kombinasi. Sedangkan dalam pelaksanaannya melakukan sosialisasi kesekolah-sekolah, media cetak, media elektronik, siswa, guru dan karyawan. Evaluasi humas dilaksanakan setelah kegiatan dan juga melakukan audit internal dan eksternal	Fokus penelitian sama-sama membahas mengenai minat masyarakat.	Penelitian ini berfokus pada manajemen hubungan masyarakat dalam menarik minat, tetapi tidak membahas spesifik terhadap lembaga pendidikan Islam, Dilakukan pada masa pandemi Covid-19
2.	Nur Fitri Lestari, Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) Dalam	Program humas direncanakan dengan matang dan musyawarah berbagai pihak, program yang	Sama-sama dalam pembahasan manajemen hubungan masyarakat.	Penelitian ini berfokus pada manajemen humas dalam hal menjalin hubungan internal dan eksternal

⁴⁷Putri Rofiatul Khasanah, Skripsi, *Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Meningkatkan Citra Sekolah di MTsN 2 Kota Blitar*, FTIK, IAIN Tulungagung, 2020

	Menjalin Hubungan Dengan Masyarakat Internal dan Eksternal Madrasah di MAN 1 Blitar dan MAN 3 Blitar	dilakukan adalah menjalin komunikasi yang baik dan mempererat tali silaturahmi. Aksi humasnya dengan adalah dengan memelihara kekeluargaan, perlibatan masyarakat, hubungan edukatif, hubungan intitusional, dan hubungan kultural, serta memaksimalkan penggunaan media. Sedangkan dalam evaluasi, melibatkan masyarakat baik internal, maupun eksternal.		madrasah. Dan, penelitian ini menggunakan penelitian multikasus. Dilakukan pada masa pandemi <i>Covid-19</i>
3.	Kartini, Pelaksanaan Manajemen Humas dalam Mempromosikan SMP Negeri 10 Palembang	Pelaksanaan manajemen humas dalam mempromosikan SMPN 10 Palembang melibatkan seluruh pihak yang berada disekolah. Sedangkan faktor pendukungnya adalah sumberdaya manusia, guru, prestasi sekolah, dan tinginya animo masyarakat. Adapun faktor penghambatnya adalah sumberdaya dan orang tua wali murid	Sama-sama dalam pembahasan tema manajemen hubungan masyarakat	Dalam penelitian ini berfokus pada manajemen humas dalam mempromosikan sekolah. Kuran begitu fokus dalam hal meningkatkan minat masyarakat. Dilakukan pada masa pandemi <i>Covid-19</i>
4.	Putri Roifatul Khasanah, Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) dalam Meningkatkan	Humas sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Dengan upaya	Sama-sama dalam pembahasan tema manajemen hubungan masyarakat	Dalam penelitian ini berfokus pada strategi manajemen humas dalam meningkatkan citra sekolah.

	Citra Sekolah di MTsN 2 Kota Blitar.	mempublikasikan secara langsung atau tidak langsung guna memperoleh opini publik yang positif untuk menarik kepercayaan dari masyarakat sebanyak mungkin. Penelitian ini juga menghasilkan faktor-faktor penghambat dan pendukung strategi humas dalam meningkatkan citra lembaga sekolah di MTsN 2 Kota Blitar.		Dilakukan pada masa pandemi <i>Covid-19</i>
--	--------------------------------------	--	--	---

Berdasarkan tabel 2.1 di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan dari peneliti dan penelitian terdahulu. Penelitian ini sama-sama membahas terkait manajemen humas namun tidak sama persis. Karena Penelitian ini dilaksanakan di tempat yang berbeda, yaitu MTsN 1 Kota Kediri dan telah memuat masa pandemi *Covid-19*.

F. Paradigma Penelitian

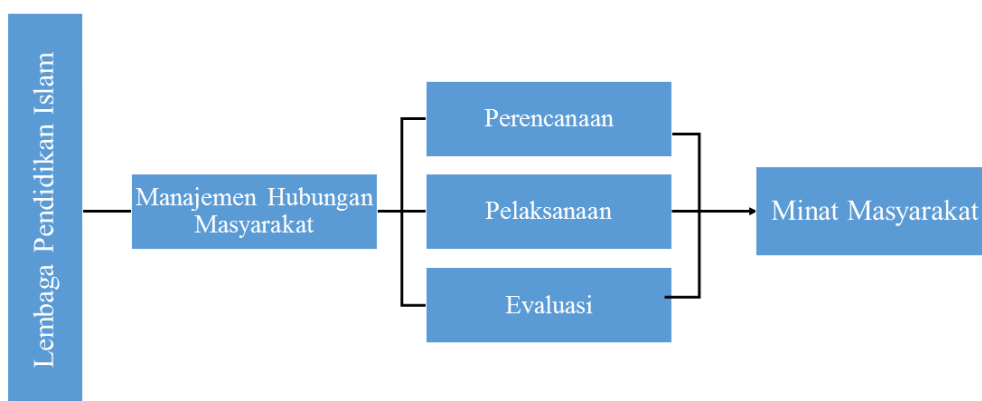
Paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi. Penelitian yang pelaksanaannya didasarkan pada paradigma bersama berkomitmen untuk menggunakan aturan dan standar praktek ilmiah yang sama.⁴⁸

⁴⁸Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. 35, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 49

Manajemen humas merupakan serangkaian kegiatan komunikasi dua arah antara sekolah dengan masyarakat dengan upaya mencapai tujuan yang ingin dicapai, program kerja manajemen humas disusun secara sistematis melalui serangkaian kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang berpedoman pada visi, misi, dan tujuan sekolah serta keinginan dan kebutuhan masyarakat. Kepercayaan dan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan dapat menentukan berhasil atau tidaknya pada suatu lembaga pendidikan. Maka dapat digambarkan bahwa dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam, sangat diperlukan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan untuk memperoleh hasil yang dituju dengan kegiatan atau program dalam manajemen hubungan masyarakat.

Dengan demikian peneliti dapat menggambarkan paradigma penelitian “Manajemen Hubungan Masyarakat Lembaga Pendidikan Islam dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pada Masa Pandemi *Covid-19* (Studi Kasus Madrasah Tsanawiyah Neeri 1 Kota Kediri)” ini dapat digambarkan dengan peta konsep sebagai berikut:

Bagan 2.1 Paradigma penelitian



Pada gambar tabel tersebut menjelaskan tentang manajemen humas lembaga pendidikan Islam dalam meningkatkan minat masyarakat, yang meliputi perencanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi kegiatan humas dalam meningkatkan daya minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam pada masa pandemi *Covid-19*.