

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Manajemen Hubungan Masyarakat

a. Pengertian Manajemen Humas

Secara bahasa kata manajemen berasal dari bahasa Latin, yaitu dari *manus* yang berarti tangan dan *agree* yang berarti melakukan. Kata-kata itu digabung menjadi kata kerja *manager* yang artinya menangani. *Managere* diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dalam bentuk kata kerja *to manage*, dengan kata benda *management*, dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Akhirnya *management* diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia menjadi manajemen atau pengelolaan.¹

Manajemen banyak diartikan sebagai ilmu dan seni untuk mencapai tujuan melalui kegiatan orang lain. Ini berarti manajemen hanya dapat dilaksanakan apabila dalam pencapaian tujuan tersebut tidak hanya dilakukan seorang tetapi juga lebih dari seorang dalam pencapaian tujuan.

Manajemen merupakan proses penggerakan orang lain untuk memperoleh hasil tertentu dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. “Proses” dalam manajemen merupakan bentuk kemampuan atau keterampilan memperoleh hasil dalam rangka

¹ Chusnul Chotimah, *Manajemen Public Relations Intergratif*, (Tulungagung: STAIN Tulungagung Pres, 2013), hal. 67.

pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan organisasi. Oleh karena itu, dalam manajemen mencakup konsep kepemimpinan, *human relation* (hubungan manusia), pengambilan keputusan, manusia, sarana, dan kerjasama.²

Istilah hubungan masyarakat atau *public relations* pertama kali dikemukakan oleh presiden Amerika Serikat, Thomas Jefferson pada tahun 1807. Pada waktu itu yang dimaksud dengan *public relations* adalah *foreign relations* atau hubungan luar negeri. Hingga kini pengertian humas menjadi bahan perdebatan para ahli oleh karena itu, agar pengertian humas menjadi jelas, terdapat beberapa pendapat yang diungkapkan oleh para ahli.

Cutlip-Center-Broom mendefinisikan humas sebagai usaha terencana untuk memengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggungjawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan.³

Glen dan Denny Griswold menyatakan bahwa *public relations is the management function which evaluates public attitudes, identified the policies, and prosedures of an individual or organization with the public interest, and executes a program of action to earn public understanding and acceptance* (hubungan masyarakat merupakan bagian dari fungsi manajemen yang diadakan untuk menilai dan menyimpulkan sikap publik, menyesuaikan kebijaksanaan dan

² Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Pres, 2010), hal. 9.

³ Morissan, *Manajemen Public Relation*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 7.

prosedur instansi atau organisasi dengan kepentingan umum, serta menjalankan program untuk mendapatkan pengertian dan dukungan masyarakat).⁴

Menurut *The British Institute of Public Relations*, humas adalah suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara terus-menerus untuk menciptakan dan memelihara saling pengertian antara satu organisasi dengan masyarakatnya.⁵

Humas adalah suatu seni sekaligus ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan, meramalkan konsekuensinya, memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program-program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut maupun masyarakat terkait.

Hubungan masyarakat merupakan sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalahpahaman 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

Humas adalah segala bentuk kontak dan hubungan yang diadakan oleh suatu organisasi dengan semua bentuk “publik” baik internal

⁴ B. Suryosubroto, *Humas dalam Dunia Pendidikan*, (Yogyakarta: Mitra Gama Widya, 2001), hal. 12-13.

⁵ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016), hal. 13.

⁶ *Ibid.*, hal. 12.

maupun eksternal, hubungan ini adalah meliputi semua bentuk komunikasi. Harus diingat pula bahwa untuk terbentuknya suatu komunikasi harus terdapat unsur menerima dan memberi.

Menurut Gassing dan Suryanto, manajemen hubungan masyarakat adalah proses penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan komunikasi yang didukung organisasi, ketika melaksanakan program kerjanya, praktisi *public relation* menggunakan konsep manajemen dengan tujuan untuk memudahkan pelaksanaan tugas dan mendukung semua tahap kerja hubungan masyarakat.⁷

Sedangkan menurut Mc El Reath, manajemen hubungan masyarakat merupakan penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan *Open House* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.⁸

Berdasarkan pengertian manajemen dan pengertian humas, manajemen humas adalah suatu proses dalam menangani perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasional dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari

⁷ Syarifuddin S. Gassing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2016), hal. 109.

⁸ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hal. 31.

organisasi atau lembaga yang diwakilnya. Jadi manajemen humas adalah proses pengelolaan hubungan dengan masyarakat yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengkomunikasian, dan pengkoordinasian untuk mencapai tujuan bersama dan pengembangan sinergitas lembaga dengan masyarakat.

b. Tujuan dan fungsi humas

Tujuan utama *public relation* sendiri adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/ perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Hadari Nawawi berpendapat bahwa tujuan humas adalah melakukan publisitas tentang kegiatan organisasi kerja yang patut diketahui oleh pihak luar secara luas. Kegiatan tersebut dilakukan dengan menyebarkan informasi dan memberikan penerangan-penerangan untuk menciptakan pemahaman yang sebaik-baiknya dikalangan masyarakat luas mengenai tugas-tugas dan fungsi-fungsi yang diemban dalam organisasi kerja tersebut, termasuk juga mengenal kegiatan yang sudah, sedang, dan akan dikerjakan berdasarkan volume dan beban kerjanya.⁹

Dengan bahasa paling sederhana dan singkat, tujuan utama *public relation* sebagai berikut.

1) Mengevaluasi sikap dan opini publik

⁹ Ngalim Purwanto, *Administrasi dan Supervisi Pendidikan*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1993), hal. 189-190.

- 2) Formulasi dan implementasi prosedur dan *policy* organisasi atas komunikasi organisasi/ perusahaan dengan publik
- 3) Mengkoordinasikan program-program komunikasi
- 4) Mengembangkan hubungan dan "*good will*" melalui proses komunikasi dua arah
- 5) Mengembangkan hubungan positif antar organisasi dan *public*

Mujamil Qomar menyatakan bahwa hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat bertujuan antara lain sebagai berikut:

- 1) Memajukan kualitas pembelajaran dan pertumbuhan anak.
- 2) Memperkukuh tujuan serta meningkatkan kualitas hidup dan penghidupan masyarakat.
- 3) Menggairahkan masyarakat untuk menjalin hubungan dengan lembaga pendidikan.
- 4) Untuk mendapatkan umpan balik dari masyarakat atas kebijakan-kebijakan yang ditempuh lembaga.
- 5) Untuk mendapatkan dukungan riil dari masyarakat terhadap kelangsungan lembaga pendidikan.¹⁰

Ruang lingkup tugas humas dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut: 1) Membina hubungan dalam (*public internal*). *Public Internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit, badan, perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang manajer humas harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal

¹⁰ Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2007), hal. 184-185.

yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan. 2) Membina hubungan keluar (*public eksternal*). *Public Eksternal* adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.¹¹

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan dalam proses komunikasi dua arah tergolong dua golongan besar yaitu:

- 1) Komunikasi internal (personal/anggota institusi)
 - a) Memberikan informasi sebanyak dan sejenis mungkin mengenai institusi.
 - b) Menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat
 - c) Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya
- 2) Komunikasi eksternal (masyarakat/publik)
 - a) Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi
 - b) Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya dan pendidikan khususnya
 - c) Motivasi untuk menyampaikan umpan balik

Fungsi utama yang dilakukan oleh seorang humas dalam organisasinya meliputi berbagai bidang dan segi, di bawah ini terdapat beberapa fungsi humas yang paling utama, yaitu:

¹¹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1995), hal 23.

- 1) Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publik, baik publik intern maupun ekstern dalam rangka menanamkan pengertian
- 2) Menilai dan menentukan pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya
- 3) Memberi saran kepada pemimpin tentang cara-cara mengendalikan pendapat umum
- 4) Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan organisasi/lembaga
- 5) Menggunakan komunikasi untuk memengaruhi pendapat umum
- 6) Membuat analisi trend masa depan dan ramalan akan akibat-akibatnya bagi institusi
- 7) Melakukan riset pendapat, sikap, dan harapan masyarakat terhadap institusi serta memberikan saran tindakan-tindakan yang diperlukan untuk mengatasinya
- 8) Menciptakan dan membina komunikasi dua arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh
- 9) Mencegah konflik dan salah pengertian
- 10) Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial
- 11) Meningkatkan itikad baik institusi terhadap anggota, pemasok dan konsumen
- 12) Memperbaiki hubungan industrial

13) Melakukan penyerasian kepentingan institusi terhadap kepentingan umum

Tugas dan kewajiban utama humas dalam pengelolaan pendidikan adalah sebagai berikut:

- 1) Menyampaikan pesan atau informasi dari sekolah baik secara lisan, tertulis, atau visual kepada publiknya, sehingga masyarakat memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi sekolah, tugas dan kegiatannya.
- 2) Melakukan studi dan analisis atau reaksi serta tanggapan publik terhadap kebijakan dan langkah tindakan sekolah, termasuk segala macam pendapat publik yang mempengaruhi sekolah.
- 3) Menyampaikan fakta-fakta dan pendapat kepada para pelaksana tugas guna membantu mereka dalam memberikan pelayanan yang mengesankan dan memuaskan publik.¹²

c. Fungsi-fungsi manajemen humas

1) Perencanaan

Perencanaan sebagai fungsi manajemen dilakukan pada tahap pertama sebelum melaksanakan kebijakan, program dan kegiatan. Perencanaan merupakan upaya untuk menentukan program dan kegiatan yang ingin dilakukan dan bagaimana cara mencapai tujuan organisasi. Perencanaan sebagai suatu proses

¹² Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: TERAS, 2009), hal. 153-154.

mempersiapkan hal-hal yang akan dikerjakan pada waktu yang akan datang untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

George R. Terry mengemukakan bahwa perencanaan berkaitan dengan penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai, menetapkan jalan dan sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien. perencanaan menjadi salah satu syarat mutlak bagi setiap kegiatan manajemen. Tanpa adanya perencanaan, pelaksanaan suatu kegiatan akan mengalami kesulitan bahkan kegagalan dalam mencapai tujuan yang diinginkan.¹³

Menurut Ritha F. Dalimunthe perencanaan adalah pemilihan dan penetapan kegiatan, selanjutnya apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Perencanaan adalah suatu proses yang tidak berakhir bila rencana tersebut telah ditetapkan, rencana haruslah diimplementasikan.¹⁴

Fungsi perencanaan meminta para manajer untuk membuat keputusan-keputusan tentang 4 (empat) unsur rencana yang fundamental, yaitu sasaran, tindakan, sumber daya, dan pelaksanaan. Dari beberapa definisi perencanaan terdapat beberapa pendapat yang menyangkut beberapa aspek perencanaan. Aspek-aspek tersebut yaitu:

¹³ B. Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hal 24.

¹⁴ Dwi Priyanto, Pengembangan Perencanaan Pendidikan Islam (Konsep Strategi Pengembangan di Indonesia), *Jurnal INSANIA*, Vol. 16, No. 3, 2011, hal. 296.

- a) Perencanaan sebagai suatu proses.
 - b) Perencanaan berorientasi masa depan.
 - c) Perencanaan berorientasi pada pencapaian tujuan
 - d) Perencanaan menjabarkan kegiatan-kegiatan
 - e) Perencanaan sebagai kegiatan untuk mengidentifikasi sumber daya yang dapat menunjang pelaksanaan kegiatan
- 2) Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah fungsi manajemen yang membagi tugas-tugas yang harus dikerjakan, serta menata sumberdaya-sumberdaya yang ada untuk mengerjakan tugas-tugas tersebut. Dalam artian praktis, fungsi pengorganisasian meliputi perancangan tanggung jawab dan kewenangan setiap jabatan individual, dan penetapan jabatan-jabatan tersebut dikelompokkan dalam bagian-bagian tertentu.¹⁵

Menurut George R. Terry pengorganisasian dimaksudkan untuk mengelompokkan kegiatan yang diperlukan, yakni penetapan susunan organisasi, tugas, dan fungsi-fungsi dari setiap unit yang ada di dalamnya. Pengorganisasian dapat dirumuskan sebagai keseluruhan aktifitas manajemen dalam mengelompokkan orang-orang serta tanggung jawab masing-masing dengan tujuan

¹⁵ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas...* hal. 66.

terciptanya aktifitas yang berdaya guna dan berhasil dalam mencapai tujuan yang ditentukan.¹⁶

Hasil dari fungsi pengorganisasian adalah struktur organisasi.

- a) Penentuan staf atau *staffing* merupakan kegiatan yang dipusatkan pada manajemen sumber daya manusia. Fungsi dari *staffing* mencakup penetapan tipe orang-orang yang akan dipekerjakan, menarik pekerja yang prospektif. Menyeleksi pekerja, menetapkan standar kinerja, dan mengevaluasi kinerja.
- b) Pemimpinan atau *leading*. *Leading* sebagai fungsi manajemen merupakan proses upaya menggerakkan semangat dan inspirasi untuk mencapai tujuan.
- c) Pemberian motivasi atau *motivating*. Pemberian motivasi memiliki makna yang lebih luas dari *leading*, yaitu mencakup upaya-upaya pembentukan perilaku manusia, kepemimpinan, komunikasi, kelompok kerja, modifikasi perilaku, pelimpahan wewenang, kepuasan kerja, serta moril manajerial.
- d) Pengendalian, yaitu proses yang menjamin bahwa kegiatan aktual sesuai dengan yang direncanakan.

3) Pelaksanaan

Pelaksanaan merupakan fungsi manajemen yang paling utama, jika perencanaan dan pengorganisasian lebih banyak

¹⁶ B. Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), hal 24.

berhubungan dengan aspek-aspek abstrak proses manajemen. Maka fungsi pelaksanaan lebih menekankan pada kegiatan yang berhubungan langsung dengan orang-orang dalam organisasi lembaga pendidikan.

Pelaksanaan dapat didefinisikan sebagai usaha keseluruhan usaha, cara, teknik, dan metode untuk mendorong para anggota organisasi agar mau dan ikhlas bekerja dengan sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi dengan efisien, efektif, dan ekonomis.¹⁷ Pelaksanaan program merupakan tahap dimana rencana program yang telah ditetapkan dilaksanakan atau diimplementasikan ke dalam suatu bentuk program aksi sebagai langkah nyata pemecahan masalah humas yang dihadapi.

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 19 Tahun 2007 juga menjelaskan tentang standar pengelolaan pendidikan oleh satuan pendidikan dasar dan menengah. Dalam permendiknas tersebut dijabarkan mengenai perencanaan program, pelaksanaan rencana kerja, pengawasan dan evaluasi, sistem informasi manajemen, dan penilaian khusus. Lalu, pada ranah pelaksanaan program di dalamnya disebutkan adanya peran serta masyarakat dan kemitraan sekolah/madrasah. Adapun butir-butir rumusan peran serta masyarakat dan kemitraan sekolah/madrasah adalah sebagai berikut:

¹⁷ H. M. Daryanto, *Administrasi dan Manajemen Sekolah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hal. 87.

- a) Sekolah/Madrasah melibatkan warga dan masyarakat pendukung sekolah/madrasah dalam pengelolaan pendidikan.
- b) Warga sekolah/madrasah dilibatkan dalam pengelolaan akademik.
- c) Masyarakat pendukung sekolah/madrasah dilibatkan dalam pengelolaan non-akademik.
- d) Keterlibatan peranserta warga sekolah/madrasah dan masyarakat dalam pengelolaan dibatasi pada kegiatan tertentu yang ditetapkan.
- e) Setiap sekolah/madrasah menjalin kemitraan dengan lembaga lain yang relevan, berkaitan dengan input, proses, output, dan pemanfaatan lulusan.
- f) Kemitraan sekolah/madrasah dilakukan dengan lembaga pemerintah atau non-pemerintah.
- g) Kemitraan SD/MI/SLB atau yang setara dilakukan minimal dengan SMP/MTs/SMPLB atau yang setara, serta dengan TK/RA/BA atau yang setara di lingkungannya.
- h) Kemitraan SMP/MTs/SMPLB, atau yang setara dilakukan minimal dengan SMA/SMK/SMALB, MA/MAK, SD/MI atau yang setara, serta dunia usaha dan dunia industri.
- i) Kemitraan SMA/SMK, MA/MAK, atau yang setara dilakukan minimal dengan perguruan tinggi, SMP/MTs atau yang setara serta dunia usaha dan dunia industri di lingkungannya.

j) Sistem kemitraan sekolah/madrasah ditetapkan dengan perjanjian secara tertulis.¹⁸

4) Monitoring dan evaluasi

Evaluasi merupakan tahapan akhir setelah tahap-tahap perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan. Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengetahui apakah kegiatan humas benar-benar dilaksanakan menurut rencana ataukah tidak. Melalui evaluasi, humas akan mengetahui faktor-faktor yang menjadi kegagalan atau keberhasilan suatu kegiatan, sehingga dapat dilakukan langkah-langkah selanjutnya. Menurut teori yang dikemukakan oleh Tyler dalam Tayibnapi, evaluasi adalah proses yang menentukan sampai sejauh mana tujuan pendidikan dapat dicapai.¹⁹

Pengendalian bukan hanya untuk mencari kesalahan-kesalahan, tetapi berusaha untuk menghindari terjadinya kesalahan-kesalahan serta memperbaikinya jika terdapat kesalahan-kesalahan. Perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan tidak menjamin kesuksesan jika tidak menggunakan fungsi pengendalian atau evaluasi, karena fungsi pengendalian tujuannya untuk memantau kinerja dan menerapkan perubahan-perubahan yang dilakukan.

¹⁸ Permendiknas Nomor 19 Tahun 2007 tentang Standar Pengelolaan Pendidikan.

¹⁹ Tayibnapi dan Farida Yusuf, *Evaluasi Program dan Instrumen Evaluasi. Untuk Program Pendidikan dan Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hal. 3.

Dengan demikian pengendalian dilakukan sebelum proses, saat proses, dan setelah proses, yakni sampai hasil akhir diketahui.²⁰

Oleh karena itu, manajemen hubungan masyarakat harus dikelola sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen di atas, agar tujuan yang ditetapkan dapat tercapai. Khususnya dalam hal menarik minat masyarakat.

d. Peran humas

Peran hubungan masyarakat di lembaga pendidikan antara lain:

- 1) Membina hubungan harmonis kepada publik internal (dosen/guru, tenaga administrasi, dan siswa), dan hubungan kepada publik eksternal (orang tua siswa, lembaga/instansi, masyarakat).
- 2) Membina komunikasi dua arah kepada publik internal (dosen/guru, tenaga administrasi, dan siswa), dan publik eksternal (orang tua siswa, lembaga/instansi, masyarakat, dan media massa) dengan penyebaran pesan, informasi dan publikasi, dan berbagai kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan.
- 3) Mengidentifikasi dan menganalisis suatu opini atau berbagai persoalan, baik yang ada di lembaga pendidikan maupun yang ada di masyarakat.
- 4) Bersikap terampil dalam menterjemahkan kebijakan-kebijakan pimpinan dengan baik.

²⁰ Malayu S. P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hal. 242.

- 5) Berkemampuan mendengar keinginan atau aspirasi-aspirasi yang terdapat di dalam masyarakat.²¹

2. Minat Peserta Didik

a. Pengertian minat

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat adalah kecenderungan yang agak menetap untuk merasa tertarik pada bidang-bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu. Minat juga diartikan sebagai sikap positif terhadap aspek-aspek lingkungan. Selain itu, minat juga merupakan kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati suatu aktivitas disertai dengan rasa senang.

Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap suatu objek. Rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, maka semakin besar pula minat yang dimiliki.

Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar pula minatnya. Crow and Crow

²¹ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Pres, 2010), hal. 24.

mengatakan minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang.²² Minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswalebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas.²³

b. Macam-macam minat

1) Minat Primitif

Minat primitif merupakan minat yang timbul dari kebutuhan-kebutuhan dari jaringan yang berkisar pada soal-soal makanan, comfort, dan kebebasan aktivitas. Minat primitif dapat dikatakan sebagai minat pokok dari manusia.

2) Minat Kultural

Minat kultural merupakan minat yang berasal dari perbuatan belajar yang lebih tinggi tarafnya.

c. Faktor yang mempengaruhi minat

Minat yang timbul dalam diri seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri (faktor intrinsik) maupun faktor yang berasal dari luar individu itu sendiri (faktor ekstrinsik). Faktor dari dalam yaitu sifat pembawaan, sedangkan faktor dari luar diantaranya adalah keluarga, sekolah, dan masyarakat atau lingkungan.

²² Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 121.

²³ Djaali, *Psikologi Pendidikan...* hal. 121.

Menurut Crow and Crow yang dikutip Dimiyati Mahmud yang menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu sebagai berikut:

- 1) Faktor dorongan dari dalam, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit dan sebagainya. Jika individu merasa lapar ini akan menimbulkan minat untuk mencari makan.
- 2) Faktor motif sosial, merupakan faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktifitas demi memenuhi kebutuhan sosial, seperti kebutuhan hunting foto demi memenuhi tugas pameran, dan sebagainya.
- 3) Faktor emosional atau perasaan. Faktor ini dapat memacu minat individu apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang, perasaan ini akan membangkitkan minat dan memperkuat minat yang sudah ada.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa minat bersifat pribadi yang berkembang dimulai sejak kanak-kanak yang tertanam dalam diri individu ataupun dari lingkungan masyarakat.

3. Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menarik Minat Peserta Didik

a. Perencanaan humas dalam menarik minat peserta didik

Fungsi perencanaan merupakan fungsi yang sangat urgen dalam sebuah manajemen. Perencanaan sebagai bagian dari fungsi

manajemen dilaksanakan pada tahap pertama sebelum melaksanakan kebijakan, program dan kegiatan. Setiap proses perencanaan sedapat mungkin harus disusun secara sistematis, rapi, dan rasional. Beberapa hal yang harus tercakup dalam perencanaan manajemen hubungan masyarakat, yaitu:

- 1) Penentuan prioritas. Penentuan prioritas ini dimaksudkan agar pendidikan dapat berjalan dengan efektif. Dalam menentukan prioritas kebutuhan, seluruh komponen harus terlibat di dalamnya.
- 2) Penetapan tujuan yang berfungsi sebagai garis pengarah sekaligus sebagai evaluasi terhadap pelaksanaan pendidikan berikut hasilnya.
- 3) Penetapan tahap rencana tindakan atau formulasi prosedur.
- 4) Penyerahan tanggung jawab baik terhadap individu maupun kelompok kerja bersama.²⁴

Dalam hal menjalankan fungsi perencanaan, George R. Terry mengidentifikasi beberapa hal yang harus dilakukan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan, memastikan, dan memantapkan tujuan yang ingin dicapai.
- 2) Membaca peristiwa dan keadaan yang akan terjadi di waktu yang akan datang.
- 3) Memperkirakan kondisi pekerjaan yang akan dijalankan.

²⁴ Ramayulis, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2006), hal. 271.

- 4) Memilih dan menentukan tugas yang sesuai untuk tercapainya tujuan.
- 5) Membuat perencanaan secara menyeluruh dengan menitikberatkan pada aspek kreativitas.
- 6) Membuat kebijakan, prosedur, metode, dan standar kerja yang harus dilaksanakan.²⁵

b. Pelaksanaan humas dalam menarik minat peserta didik

Dalam seluruh rangkaian proses manajemen, pelaksanaan merupakan fungsi manajemen yang paling utama. Pelaksanaan (*actuating*) pada dasarnya adalah bentuk arahan, motivasi, dan bimbingan yang diberikan kepada semua sumber daya dalam organisasi agar mereka memiliki kesadaran tinggi untuk menjalankan tugasnya dengan baik.

Dalam hal ini, G. R. Terry mengemukakan bahwa pelaksanaan (*actuating*) merupakan sebuah usaha untuk menggerakkan para anggota kelompok sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran organisasi.²⁶ Pelaksanaan hubungan masyarakat disesuaikan dengan program yang telah direncanakan. Berbagai prinsip yang perlu dipertimbangkan dalam pelaksanaan hubungan madrasah dengan masyarakat, sebagai berikut:

1) *Integrity*

²⁵ Hambali dan Mualimin, *Manajemen Pendidikan Islam Kontemporer*, (Yogyakarta: IRCiSoD, 2020), hal. 31.

²⁶ Satrijo Budiwibowo, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2018), hal. 10.

Prinsip ini mengandung makna bahwa semua kegiatan hubungan madrasah dengan masyarakat harus terpadu, dalam arti segala sesuatu yang dijelaskan, disampaikan, dan disuguhkan kepada masyarakat harus informasi yang terpadu antara informasi kegiatan akademik maupun non akademik.

2) *Continuity*

Prinsip ini berarti bahwa pelaksanaan hubungan madrasah dengan masyarakat harus dilakukan secara terus-menerus. Jadi pelaksanaan hubungan masyarakat jangan hanya dilakukan secara insidental atau sewaktu-waktu.

3) *Simplicity*

Prinsip ini menghendaki agar dalam proses hubungan madrasah dengan masyarakat yang dilakukan baik komunikasi personal maupun komunikasi kelompok pihak pemberi informasi (madrasah) dapat menyederhanakan berbagai informasi yang disajikan kepada masyarakat.

4) *Coverage*

Kegiatan pemberian informasi hendaknya menyeluruh dan mencakup semua aspek, faktor atau substansi yang perlu disampaikan dan diketahui oleh masyarakat, misalnya program ekstrakurikuler.

5) *Constructiveness*

Madrasah hendaknya memberikan informasi yang konstruktif kepada masyarakat. Dengan demikian masyarakat akan memberikan respon positif tentang madrasah serta mengerti dan memahami secara detail berbagai masalah yang dihadapi oleh madrasah.

6) *Adaptability*

Program hubungan masyarakat hendaknya disesuaikan dengan keadaan di lingkungan masyarakat. Penyesuaian yang dimaksud termasuk penyesuaian terhadap aktivitas, kebiasaan, budaya, dan bahan informasi yang ada dan berlaku dalam kehidupan masyarakat.²⁷

c. **Evaluasi humas dalam menarik minat calon peserta didik**

Fungsi evaluasi humas bertujuan untuk mengawasi berbagai peristiwa yang terjadi dalam suatu organisasi, apakah telah sesuai atau tidak dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Dalam manajemen pendidikan, khususnya manajemen hubungan masyarakat, evaluasi dan pengawasan dilakukan terutama untuk mengetahui berbagai kejadian atau peristiwa yang terjadi selama proses pelaksanaan kegiatan hubungan masyarakat.²⁸

Pengawasan dapat dikatakan sebagai fungsi terakhir dalam sebuah manajemen. Dalam pengawasan dan evaluasi, hal pokok yang dilakukan antara lain adalah dengan melakukan pengamatan sekaligus

²⁷ Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah dan Masyarakat*, (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), hal. 96.

²⁸ Hambali dan Mualimin, *Manajemen Pendidikan...*, hal. 36.

pengukuran yang dilakukan untuk mengetahui apakah pelaksanaan dan hasil kerja yang dicapai sudah sesuai dengan perencanaan atau tidak.²⁹

Apabila dalam proses evaluasi dan pengawasan diketahui bahwa hasil kerja yang dicapai tidak sesuai dengan rencana, maka penting diketahui penyebab atau kendalanya dan solusi agar hasil kerja sesuai dengan rencana yang diharapkan. Dalam proses pendidikan, fungsi evaluasi tidak harus dilakukan di akhir tahun, tetapi dapat dilakukan secara berkala dalam waktu yang lebih pendek. Tujuannya adalah agar kendala atau hambatan yang ditemukan dapat ditangani dengan baik dan cepat.

B. Penelitian Terdahulu

Sejauh ini, peneliti menemukan beberapa penelitian yang mengkaji tentang strategi pemasaran pendidikan dalam bentuk karya ilmiah skripsi maupun jurnal. Oleh sebab itu, sebagai upaya menambah literatur pendukung penelitian, maka peneliti telah mengidentifikasi beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan tema yang diangkat oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Indana Zulfa dengan judul Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus di MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus).

Penelitian yang dilakukan oleh Indana Zulfa ini dilatarbelakangi oleh minimnya partisipasi masyarakat dalam lembaga pendidikan yang menjadi salah satu masalah dalam peningkatan mutu pendidikan.

²⁹ Syahrizal Abbas, *Manajemen Perguruan Tinggi: Beberapa Catatan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hal. 102.

Penyebabnya bukan karena masyarakat tidak mau ikut serta dalam lembaga pendidikan, tetapi banyak diantara mereka yang belum mengerti akan kewajiban serta bentuk dan tata cara peran masyarakat terhadap peningkatan mutu pendidikan.

Penelitian ini berfokus pada manajemen hubungan masyarakat yang meliputi perencanaan manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, pelaksanaan manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, serta evaluasi manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus sudah menerapkan manajemen hubungan masyarakat dengan baik. Mulai dari perencanaan yang dilakukan berdasarkan rapat kerja awal pembelajaran. Pelaksanaan program humas dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Dalam pelaksanaan evaluasi, MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus melakukan rapat per 4 bulan, yakni sebelum semester gasal, setelah semester genap, menjelang kenaikan kelas.³⁰

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nilam Sari Agustine dengan judul Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK Antonius Semarang).

³⁰ Indana Zulfa. Skripsi, Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus di MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus), Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017.

Penelitian yang dilakukan oleh Nilam Sari dilatarbelakangi oleh menurunnya minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan, sehingga mendorong peneliti untuk mengetahui strategi yang dilakukan yang membuat sekolah tetap diakui keberadaannya dan menjaga reputasi yang positif di masyarakat meskipun banyak isu-isu yang kurang baik.

Penelitian ini berfokus pada strategi humas dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang. Kendala-kendala yang dihadapi dalam upaya menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah. Serta solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam menjaga dan meningkatkan reputasi SMK Antonius.

Hasil yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan yaitu strategi yang dilakukan meliputi menjalin hubungan baik dengan berbagai pihak seperti orang tua siswa, alumni, dan masyarakat. Selain itu sekolah juga memanfaatkan media untuk kegiatan promosi dengan memasang spanduk dan menyebarkan brosur. Adapun kendala yang dihadapi yaitu pesatnya persaingan antar sekolah, serta minimnya pendanaan yang dilakukan. Upaya sekolah dalam menghadapi kendala tersebut yaitu berusaha mendapatkan dukungan dari berbagai pihak serta berkoordinasi dengan yayasan terkait.³¹

3. Penelitian yang dilakukan oleh Mr. Muhammad Kasa dengan judul **Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di SMP Nurul Islam Purwoyoso Semarang.**

³¹ Nilam Sari Agustine, Skripsi, Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK Antonius Semarang), Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2017.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Kasa dilatarbelakangi oleh tingginya minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di SMP Nurul Islam Purwoyoso. Masyarakat cukup percaya akan keberadaan sekolah sebagai salah satu lembaga pendidikan yang memberikan pelayanan cukup bermutu. Kondisi tersebut tercapai antara lain karena adanya hubungan komunikasi yang efektif antara sekolah dan masyarakat sekitarnya.

Fokus penelitian ini tertuju pada manajemen hubungan masyarakat yang dilakukan oleh SMP Nurul Islam Purwoyoso dalam meningkatkan minat masyarakat. Manajemen humas meliputi perencanaan humas dalam meningkatkan minat masyarakat, pelaksanaan humas, serta evaluasi yang dilakukan dalam meningkatkan minat masyarakat.

Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu ditemukan bahwa perencanaan yang dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu menganalisis keadaan, menetapkan tujuan humas, dan merancang kegiatan atau program. Pelaksanaan kegiatan humas sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dengan menetapkan jadwal tertentu. Evaluasi dilaksanakan melalui rapat awal tahun, rapat koordinasi rutin satu bulan sekali, rapat terbatas dan koordinasi tidak resmi.³²

4. Penelitian yang dilakukan oleh Agus Suyanto dengan judul Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra di Universitas Islam Malang.

³² Muhammad Kasa, Skripsi, Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di SMP Nurul Islam Purwoyoso Semarang, Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Suyanto ini dilatarbelakangi oleh tingginya persaingan antar lembaga pendidikan khususnya perguruan tinggi. Untuk memerangi persaingan yang tidak terelakkan itu setiap perguruan tinggi berusaha mengatasi keadaan tersebut, disinilah pentingnya *public relations* dalam menjaga dan meningkatkan *image* suatu perguruan tinggi, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui strategi yang dilakukan lembaga perguruan tinggi UNISMA untuk membangun citra lembaga.

Penelitian ini berfokus pada proses manajemen hubungan masyarakat yang meliputi *planning, organizing, actuating, controlling* humas dalam membangun citra lembaga. Selain itu juga mengupas tentang strategi yang dilakukan humas dalam membangun citra. Serta citra UNISMA di masyarakat saat ini.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa pengembangan citra yang ada di UNISMA telah menggunakan azas-azas manajemen baik dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolannya dalam mencapai sebuah tujuan lembaga. Strategi humas berdasarkan temuan peneliti pada strategi yang diterapkan diperlukan seorang pengendali dalam pelaksanaan kegiatan yaitu dengan menggunakan tiga langkah strategi yaitu *brand*, posisi, dan keunggulan. Citra perguruan tinggi UNISMA menurut temuan peneliti sudah baik, hal ini bisa dilihat dari

kegiatan sehari-hari para pimpinan dan staf, dalam melakukan suatu kegiatan sudah sesuai dengan apa yang direncanakan.³³

5. Penelitian yang dilakukan oleh M. Farkhan Pamuji dengan judul Manajemen *Public Relation* dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan di SMA Takhassus Al-Qur'an Kalibeber Wonosobo.

Penelitian yang dilakukan oleh Farkhan Pamuji ini dilatarbelakangi oleh adanya respon positif dari masyarakat terhadap SMA Takhassus Al-Qur'an Kalibeber Wonosobo ditengah persaingan antar lembaga pendidikan di era sekarang yang cukup ketat. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di lembaga tersebut. Itulah yang melatarbelakangi peneliti untuk meneliti manajemen hubungan masyarakat yang ada di SMA Takhassus Al-Qur'an.

Penelitian ini berfokus pada manajemen *public relation* di SMA Takhassus Al-Qur'an Kalibeber Wonosobo dan juga kegiatan *public relation* yang dilakukan dalam upaya meningkatkan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa manajemen *public relation* di SMA Takhassus Al-Qur'an sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan teori fungsi-fungsi manajemen yakni perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan dan penilaian. SMA

³³ Agus Suyanto, Tesis, Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra di Universitas Islam Malang, Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016.

Takhassus Al-Qur'an dirasa sudah mampu menjalankan beberapa aspek yang seharusnya diterapkan pada kegiatan *public relation* di sebuah lembaga pendidikan seperti sekolah.³⁴

6. Penelitian yang dilakukan oleh Rosalina Nuriza Andi dengan judul Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosalina dilatarbelakangi oleh tingginya minat masyarakat terhadap SMK Negeri 2 Ponorogo. Hal ini terbukti dengan terus meningkatnya jumlah peserta didik setiap tahunnya. Sehingga menjadikan peneliti ingin mengetahui manajemen hubungan masyarakat yang dilakukan oleh SMK Negeri 2 Ponorogo dalam menarik minat masyarakat.

Penelitian ini berfokus pada strategi penguatan humas di SMK Negeri 2 Ponorogo, strategi humas dalam menarik minat masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo, serta model pengelolaan humas sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap SMK Negeri 2 Ponorogo.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa strategi penguatan humas di SMKN 2 Ponorogo dilakukan dengan beberapa proses seperti ta'aruf (saling mengenal), tafahum (saling memahami), tarahum (saling mengasihi), ta'awun, dan takaful (saling menanggung). Adapun strategi

³⁴ M. Farkhan Pamuji, Tesis, Manajemen *Public Relation* dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan di SMA Takhassus Al-Qur'an Kalibeper Wonosobo, Pendidikan Islam, Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

humas dalam menarik minat masyarakat yaitu melalui beberapa strategi yang meliputi distingtif, fokus, reputasi, dan identitas.³⁵

³⁵ Rosalina Nuriza Andi, Tesis, Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo, Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.

Tabel 2.1 Analisis Komparasi Penelitian Terdahulu

No.	Nama peneliti, judul, level, Instansi penelitian, tahun	Jenis dan pendekatan penelitian	Hasil penelitian	Persamaan penelitian	Perbedaan penelitian
1.	Indana Zulfa, <i>Manajemen Humas dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus di MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus)</i> , Skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017.	Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (<i>field research</i>) dengan jenis penelitian kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi data. Teknik analisis data yang digunakan berupa pengumpulan data, reduksi data, display data, dan verifikasi.	Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus sudah menerapkan manajemen hubungan masyarakat dengan baik. Mulai dari perencanaan yang dilakukan berdasarkan rapat kerja awal pembelajaran. Pelaksanaan program humas dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Dalam pelaksanaan evaluasi, MA NU Nurul Ulum Jekulo Kudus melakukan rapat per 4 bulan, yakni sebelum semester gasal, setelah semester genap, menjelang kenaikan kelas.	Pada penelitian ini sama-sama menggunakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi data.	Perbedaan penelitian ini terletak pada tempat penelitian yang diteliti. Penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus. Perbedaan penelitian berfokus pada manajemen humas dalam meningkatkan partisipasi masyarakat yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Sedangkan yang saya teliti mengenai proses manajemen dalam menarik minat calon peserta didik baru di MTs Assyafi'iyah Gondang Tulungagung.
2.	Nilam Sari Agustine, <i>Strategi Humas dalam Upaya Menjaga dan Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus di SMK</i>	Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam meningkatkan reputasi SMK Antonius Semarang yaitu mempromosikan sekolah ke SMP-SMP di kota Semarang, melakukan kegiatan bakti sosial	Pada penelitian ini persamannya yaitu menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan yaitu	Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi dilaksanakannya penelitian. Penelitian ini berfokus pada strategi humas dalam upaya menjaga dan

	<i>Antonius Semarang</i>), Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, 2017.	observasi, dokumentasi, dan wawancara. Analisis data yang digunakan yaitu mengumpulkan data, mereduksi data, dan penarikan kesimpulan.	dan menjalin relasi yang baik dengan dunia usaha/dunia industri. Kendala yang sering dihadapi berasal dari dalam sekolah dan luar sekolah, dari dalam sekolah adalah pendanaan dan siswa, dari luar sekolah adalah persaingan dengan sekolah lain.	observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.	meningkatkan reputasi lembaga, kendala yang dihadapi serta upaya dalam menghadapi kendala dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sekolah. Sedangkan penelitian yang saya lakukan berfokus pada pengelolaan hubungan masyarakat dalam menarik minat calon peserta didik.
3.	Mr. Muhammad Kasa, <i>Manajemen Humas dalam Meningkatkan Minat Masyarakat di SMP Nurul Islam Purwoyoso Semarang</i> , Skripsi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017.	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Uji keabsahan data yang digunakan yaitu teknik triangulasi. Teknik analisis data yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.	Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu ditemukan bahwa perencanaan yang dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu menganalisis keadaan, menetapkan tujuan humas, dan merancang kegiatan atau program. Pelaksanaan kegiatan humas sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dengan menetapkan jadwal tertentu. Evaluasi dilaksanakan melalui rapat awal tahun, rapat koordinasi rutin satu bulan sekali, rapat terbatas dan koordinasi tidak resmi.	Persamaan penelitian ini terletak pada jenis penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi. Sama-sama meneliti tentang manajemen humas dalam meningkatkan minat.	Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini dilakukan di SMP Nurul Islam Purwoyoso Semarang, sedangkan penelitian yang akan saya lakukan bertempat di MTs Assyafi'iyah Gondang Tulungagung. Penelitian ini hanya menggunakan triangulasi untuk menguji keabsahan data, sedangkan saya selain menggunakan triangulasi juga menggunakan ketelitian pengamatan dan konsultasi pembimbing.

4.	Agus Suyanto, <i>Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra di Universitas Islam Malang</i> , Tesis Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016.	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Untuk menguji kredibilitas data peneliti menggunakan triangulasi dan bahan referensi.	Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa pengembangan citra yang ada di UNISMA telah menggunakan azas-azas manajemen baik dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolannya dalam mencapai sebuah tujuan lembaga. Strategi humas berdasarkan temuan peneliti pada strategi yang diterapkan diperlukan seorang pengendali dalam pelaksanaan kegiatan yaitu dengan menggunakan tiga langkah strategi yaitu <i>brand</i> , posisi, dan keunggulan..	Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada jenis penelitian yang digunakan berupa penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sama-sama menggunakan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Uji keabsahan data sama-sama menggunakan triangulasi.	Perbedaan penelitian ini terdapat pada waktu dan lokasi penelitian. Uji keabsahan data yang digunakan selain triangulasi juga menggunakan ketelitian pengamatan serta konsultasi pembimbing. Penelitian ini berfokus pada membangun citra masyarakat, sedangkan penelitian yang saya lakukan berfokus pada manajemen humas untuk menarik minat calon peserta didik.
5.	M. Farkhan Pamuji, <i>Manajemen Public Relation dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan di SMA Takhassus Al-Qur'an Kalibeber Wonosobo</i> , Tesis Program Studi Pendidikan Islam, Pascasarjana UIN	Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.	Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa manajemen <i>public relation</i> di SMA Takhassus Al-Qur'an sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan teori fungsi-fungsi manajemen yakni perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, pengawasan dan penilaian. SMA Takhassus Al-Qur'an dirasa sudah mampu menjalankan beberapa aspek yang seharusnya diterapkan pada kegiatan <i>public relation</i> di sebuah	Persamaan pada penelitian ini terletak pada jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi	Pada penelitian ini perbedaan terletak pada lokasi dan waktu penelitian dilakukan. Penelitian ini berfokus pada manajemen humas dan juga kegiatan humas dalam meningkatkan minat masyarakat, sedangkan penelitian yang saya lakukan berfokus pada proses manajemen yang meliputi perencanaan,

	Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.		lembaga pendidikan seperti sekolah.	data, penyajian data, dan verifikasi.	pelaksanaan, serta evaluasi.
6.	Rosalina Nuriza Andi, <i>Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Menarik Minat Masyarakat di SMK Negeri 2 Ponorogo</i> , Tesis Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap analisis data dilakukan dengan penyajian data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pengecekan keabsahan data melalui meningkatkan ketekunan dan <i>member check</i> .	Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa strategi penguatan humas di SMKN 2 Ponorogo dilakukan dengan beberapa proses seperti ta'aruf (saling mengenal), tafahum (saling memahami), tarahum (saling mengasahi), ta'awun, dan takaful (saling menanggung). Adapun strategi humas dalam menarik minat masyarakat yaitu melalui beberapa strategi yang meliputi distingtif, fokus, reputasi, dan identitas.	Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis datanya sama-sama menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sama-sama membahas mengenai manajemen humas dalam menarik minat masyarakat.	Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi dan waktu dilaksanakannya penelitian. Pengecekan keabsahan data pada penelitian ini menggunakan ketekunan dan <i>member check</i> . Sedangkan penelitian yang saya lakukan uji keabsaha data menggunakan ketelitian pengamatan, triangulasi data, dan konsultasi pembimbing.

C. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah pandangan atau model pola pikir yang menunjukkan permasalahan yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian. Berdasarkan apa yang telah peneliti sampaikan di atas, dapat digambarkan bahwa manajemen hubungan masyarakat yang baik pada suatu lembaga akan berdampak pada meningkatnya ketertarikan masyarakat dalam hal ini peserta didik untuk bersekolah di lembaga tersebut. Sehingga paradigma penelitian ini dapat digambarkan dengan peta konsep berikut:

