



BAB I

PENDAHULUAN

A. Kontek Penelitian

Kepemimpinan merupakan kekuatan atau kualitas seorang pemimpin dalam mengarahkan arahan apa yang dipimpinnya untuk mencapai tujuan.¹ Dalam hubungan masyarakat, kedudukan seorang pemimpin memiliki peran yang sangat sentral. Tanpa adanya seorang pemimpin dalam sebuah lembaga pendidikan, maka hubungan masyarakat tersebut tidak akan maju ataupun berkembang dengan baik. Kepemimpinan adalah kemampuan memengaruhi orang-orang untuk mencapai tujuan organisasional.² Istilah manajemen dan kepemimpinan memang sering dipertukarkan. Hal ini terjadi karena aktivitas manajemen yang mencakup perencanaan (*planning*), pengarahan (*leading*), pengorganisasian (*organizing*), dan pengendalian (*controlling*) dianggap tidak berbeda dengan aktivitas kepemimpinan.

Manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut Torang,³ Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan manajemen adalah ilmu mengatur proses untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mencapai hasil yang sesuai. Lembaga pendidikan yang telah memiliki sistem yang mumpuni sudah tentu saling ketergantungan antara lembaga pendidikan dengan lingkungannya. Lembaga pendidikan pada era milenial ini sudah selayaknya memiliki manajemen pada bagian hubungan masyarakat yang nantinya dapat menjadi jembatan

¹ Agustinus Hermino, *Kepemimpinan Pendidikan di Era Globalisasi*, (Yogyakarta: Pelajar Pustaka, 2014), cet. Ke-1, 126.

² Hafulyon, "Keragaman Konsep Kepemimpinan dalam Organisasi", *Jurnal al-Fikrah*, Vol. II, No. 1, Januari-Juni 2014. 2-3.

³ Torang, Syamsir. *Organisasi dan Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi*. Alfabeta. Bandung. 2013, 165



penghubung antara dua atau bahkan lebih banyak lagi kelompok/elemen masyarakat, untuk mengakui dan membantu kemajuan lembaga pendidikan yang ada di lingkungannya.

Cutlip,⁴ menyatakan, *public relations* adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasikan kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. Menurut Kasali,⁵ hubungan masyarakat (*public relation*) adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang/sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik.

Humas dalam lembaga atau organisasi berbeda-beda, bergantung pada latar belakang lembaga yang menggunakan humas. Namun pada intinya adalah untuk membangun pencitraan yang baik pada lembaga atau organisasi yang bersangkutan. Tujuan humas tentu untuk membangun opini masyarakat dari berbagai sudut pandang, membangun hubungan yang baik antara organisasi dan publik. Namun, hubungan antara organisasi dengan publik bergantung pada sasaran organisasi yang menentukan manakah yang menjadi publik sasarannya.⁶

Dalam lembaga pendidikan, humas memiliki tujuan atau visi dan misi tersendiri dan biasanya sesuai dengan visi dan misi lembaganya, antara lain sebagai berikut. Visi adalah suatu pernyataan komprehensif tentang apa yang diinginkan oleh pemimpin organisasi, mengapa suatu organisasi berdiri dan apa yang diyakininya, atau gambaran masa depan organisasi. Visi humas atau *public relations*, yaitu meningkatkan *image* positif kepada masyarakat menuju lembaga pendidikan tinggi yang unggul dan menjadi rujukan dalam pengembangan bidang pendidikan, sains, teknologi, bahasa dan seni. Kegiatan waka hubungan masyarakat di lembaga pendidikan tidak lepas dari manajemen, begitu juga manajemen lembaga tidak bisa berjalan

⁴ Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom.Glen. M. *Effective Public Relations*, Ed. 9. Jakarta : Kencana.2009. 4

⁵ Kasali, Rhenald. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti. 1994, 7

⁶ Yuli Supriani, *Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah*, JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Volume 5, Nomor 2, Februari 2022, 590

sebagaimana mestinya seperti yang diharapkan tanpa adanya manajemen hubungan masyarakat. Adapun tahapan-tahapan dalam manajemen hubungan masyarakat sebagaimana fungsinya meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerak, pengoordinasian, pengarahan, dan pengewasan dalam konteks kegiatan waka humas di lembaga pendidikan.⁷

Misi *public relation* adalah mengelola dan menyosialisasikan kepada publik tentang kebijakan lembaga pendidikan dalam penyelenggaraan pendidikan untuk menghasilkan lulusan yang unggul dalam berbagai bidang. RI juga memiliki misi kebijakan pendidikan terhadap penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan untuk menghasilkan karya akademik yang unggul dari segala bidang. Misi *public relation* kebijakan dalam menjalin kerja sama dengan berbagai pihak di dalam maupun di luar negeri untuk meningkatkan kualitas kinerja dalam lembaga pendidikan, memberdayakan alumni dalam rangka peningkatan peran dan citra lembaga pendidikan serta membangun organisasi yang berprinsip pada prinsip otonomi, akuntabilitas, akreditasi dan evaluasi diri secara berkesinambungan.⁸

Secara garis besar, misi pokok humas ke depan adalah membangun *image* positif terhadap lembaga dalam memasuki era globalisasi dan otonomi, menumbuhkan komunikasi yang sinergis antara lembaga dan masyarakat, serta membangun institusi responsif terhadap dinamika masyarakat.⁹ “*The Statement of Mexico*” mendefinisikan *public relations* sebagai seni dan ilmu pengetahuan sosial untuk menganalisis kecenderungan, memprediksi konsekuensi-konsekuensi, menasihati para pemimpin organisasi, dan melaksanakan program-program yang berencana mengenai kegiatan-kegiatan yang melayani baik kepentingan organisasi maupun kepentingan umum.

Glen M. Broom, nilai sikap public adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.¹⁰ Onong Uchjana

⁷ Ahmad Fatoni dan Nik Haryanti, *Manajemen Humas dan Pelayanan Publik Berbasis Digital*, Malang Empatdua Media, 2023.5

⁸ Yuli Supriani, *Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah*, JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Volume 5, Nomor 2, Februari 2022, 590

⁹ Yuli Supriani, *Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah*, JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Volume 5, Nomor 2, Februari 2022, 590

¹⁰ Cultip M Scott, *Effective Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 23.



Efendi, menyatakan nilai sikap publik adalah kegiatan berencana untuk menciptakan membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi organisasi di satu pihak dan publik di pihak lain. Untuk mencapainya, dilakukan yaitu dengan jalan komunikasi yang baik dan luas secara timbal balik.¹¹

Mc. Elraath, mengidentifikasi kebijakan *public relation* adalah melakukan perencanaan, pelaksanaan, penilaian dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi atau lembaga.¹² *Public relation* Mengidentifikasi kebijaksanaan opini, persepsi atau pun tanggapan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Opini, persepsi atau pun tanggapan orang tua peserta didik terhadap sekolah sebagai lembaga pendidikan tentunya tidak bisa dilepaskan dari peran yang dilakukan sekolah itu sendiri. Apakah sekolah itu mampu menciptakan kondisi sekolah yang nyaman, bermutu, dan atau berkualitas atau tidak. Opini, persepsi atau tanggapan ini harus diidentifikasi oleh humas lembaga pendidikan yang nantinya dibawa pada rapat bulanan dengan seluruh guru dalam upaya memperbaiki program-program atau kegiatan-kegiatan yang tidak sejalan dengan keinginan para orang tua peserta didik.

Public relation mendukung kegiatan-kegiatan pengelolaan lembaga pendidikan (manajemen sekolah humas khususnya) dalam upaya mencapai tujuan bersama melalui mitra komite lembaga pendidikan.¹³ Wahjosumidjo, menyatakan kegiatan dukungan publik adalah suatu proses pengembangan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang bertujuan memungkinkan orang tua dan warga wilayah berpartisipasi aktif dan penuh arti di dalam kegiatan pendidikan di sekolah.¹⁴ Menurut Cutlip, Center, & Broom, pengumpulan fakta (*fact finding*) mencakup pengkajian pemantauan opini, sikap dan perilaku yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi. Secara esensi, hal ini adalah fungsi inteligen sebuah organisasi. Tahap ini memberikan landasan bagi tahap-tahap lainnya

¹¹ Onong Uchjana Efendi, *Human Relations dan Public Relations....*, 55

¹² Mc. Elerath, *Managing Systematic and Ethical Public Relation Campaigns*, (New York: Beanchmark publisher, 1997), 7.

¹³ Zakirun Pohan, *PERAN HUMAS (PUBLIC RELATHIONS) PADA BIDANG PENDIDIKAN*, (2018).17

¹⁴ Wahjosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah, (Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 334.

dalam proses penyelesaian masalah dengan mengatakan “Apa yang terjadi sekarang?”¹⁵

Jadi hubungan masyarakat (*public relation*) baru mulai ada secara terstruktur dalam suatu organisasi di dunia pendidikan pada jenjang menengah baik itu di SMP atau MTs. Adapun dasar hukum dari keberadaan humas di lembaga sekolah atau madrasah adalah SK Dirjen Dikdasmen Depdiknas RI Nomor 541/C.C3/Kep/MN/ 2004 tentang Pedoman Tipe Sekolah Menengah pertama. Jumlah wakil kepala sekolah diatur berdasarkan jumlah rombel dan Permendinas Nomor 35 tahun 2010. Suatu lembaga pendidikan yang mempunyai hubungan masyarakat (*public relation*) yang baik, bisa diprediksi lembaga tersebut akan tetap *survive* (bertahan) dan eksis di tengah-tengah persaingan kompetisi persaingan antarlembaga. Namun kenyataannya, banyak lembaga yang memandang sebelah mata tentang pentingnya hubungan masyarakat (*public relation*) sehingga berpengaruh terhadap keberadaan dari lembaga tersebut.

Keberadaan SMP Unggulan Berbasis Al Qur'an Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto sebagai lembaga yang tergolong baru, tetapi mendapat apresiasi yang tinggi dari masyarakat tidak lepas dari keberadaan hubungan masyarakat (*public relation*) yang dijalankan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing dalam menciptakan citra lembaga baik sehingga antusias masyarakat untuk memasukkan putra-putrinya cukup tinggi dan terus merangkak naik grafik inputnya. Citra lembaga adalah kumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang seseorang atau lembaga mengenai suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut. *Image/citra* juga merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.¹⁶ Menurut Buchari Alma, citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada apublik mengenai suatu objek, orang atau suatu lembaga. Citra terbentuk dari cara lembaga atau perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi layanan.¹⁷

¹⁵ Ardianto, Elvinaro. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.2011. 212

¹⁶ Philip Kotler, *Marketing Management*, Edisi Bahasa Indonesia. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2002), 80

¹⁷ Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 92.



Hal itu sebagaimana observasi,¹⁸ di lembaga SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto yang dikemukakan oleh Muhammad Ikhsan sebagai berikut.

“Respon terhadap pencitraan lembaga pendidikan Islam merupakan perwujudan dari persepsi, realitas dan opini masyarakat dalam membangun reputasi lembaga pendidikan Islam. Tentunya bukan dalam waktu yang singkat, tetapi pastinya ada berbagai macam peluang, hambatan, tantangan, yang harus dikelola dengan efektif dan efisien.”

Manajemen hubungan masyarakat (*public relation*) di suatu lembaga pendidikan Islam juga harus mampu berperan dalam menjaga citra lembaga pendidikan Islam dan memberikan gagasan dan ide cemerlang dalam meningkatkan citra lembaga dan reputasi lembaga pendidikan Islam di masa yang akan datang. Caranya, yaitu dengan menggunakan berbagai macam langkah yang bermanfaat dalam mencapai tujuan dan reputasi yang dikehendaki oleh lembaga pendidikan Islam dalam menjaga kepercayaannya dengan masyarakat sekitar.”¹⁹ Menjaga reputasi dan respon masyarakat terhadap lembaga pendidikan merupakan suatu yang sangat penting untuk dilakukan oleh bagian hubungan masyarakat (*public relation*) di suatu lembaga Pendidikan. Hal itu disebabkan adanya keberagaman sosiokultur yang dimiliki oleh masyarakat sekitar lembaga pendidikan Islam.

Tentunya pekerjaan tersebut, bukan suatu hal yang mudah untuk dilakukan oleh bagian *public relation* lembaga pendidikan Islam. Hal itu perlu adanya pengetahuan yang detail tentang keberagaman masyarakat tersebut, dengan bersosialisasi dan bersilaturahmi dengan mereka. Hal itu sebagaimana yang dikemukakan oleh Quraish Shihab sebagai berikut.

“Silaturahmi adalah menghangatkan yang dingin, mencairkan yang beku, dan meluruskan benang kusut. Dengan silaturahmi melalui jalinan hubungan yang baik akan mendatangkan banyak manfaat, sebagaimana disebutkan dalam sebuah hadis yang berbunyi: “Barangsiapa yang ingin diluaskan rezekinya dan ingin

¹⁸ Observasi ke lembaga SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto, Senin pada tanggal 05 April 2021, pukul 10.15 WIB

¹⁹ Indhira Hari Kurnia, Djoko Santoso, Andre Rahmanto, Strategi Humas Dalam Meningkatkan Reputasi Sekolah (Studi Kasus Di SMA Negeri 1 Surakarta), JUPE-Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.1, No.2, April 2013, 2

dipanjangkan umurnya, maka hendaklah ia selalu menjalin hubungan silaturahmi.”²⁰

Salah satu lembaga pendidikan swasta tingkat menengah yang menerapkan manajemen hubungan masyarakat (*public relations*) dengan baik yaitu SMP UBQ (Unggulan Berbasis Al Qur'an) Nurul Islam yang terletak di Dusun Pangreman Desa Tunggalpager Kecamatan Pungging Kabupaten Mojokerto yang berada dalam naungan Yayasan Pondok Pesantren Nurul Islam, salah satu keunikan SMP UBQ Nurul Islam adalah meskipun lembaga ini berlabel SMP tetapi terdapat Program Tahfiz, Selain itu, sekolah ini juga menyediakan asrama santri putra dan putri bagi peserta didik yang bermukim dari segi sarana dan prasarana. Sekolah ini terbilang cukup lengkap dengan gedung besar dan berlantai 3 dan 4. Kurikulum yang diterapkan di SMP UBQ Nurul Islam ini yaitu kurikulum dari Dinas Pendidikan dipandukan dengan kurikulum pesantren.

Salah satu guru SMP UBQ Nurul Islam mengatakan sebagai berikut.²¹

“Di SMP UBQ Nuris samping dari sarana dan prasarana yang terbilang lengkap dengan gedung-gedung yang besar, berlantai tiga, aula, dan tenaga pendidik yang masih muda-muda, profesional, mempunyai loyalitas tinggi tidak kalah pentingnya yaitu biaya syariah perbulan juga tidak terlalu besar sehingga bisa terjangkau oleh semua kalangan. Tugas pokok dan fungsi humas sekolah didukung penuh oleh semua tenaga pendidik dan *stakeholder* sekolah.”²²

Sosok pendiri Yayasan Pondok Pesantren Nurul Islam yang begitu “*tlaten*” dalam berkhidmat di bidang pendidikan dan istikamah dalam menjalankan amanah untuk ikut mencerdaskan anak bangsa lewat dunia Pendidikan, beliau adalah Dr. K.H. Ahmad Siddiq. Bu Sulisyowati, berkata kepada semua tenaga pendidiknya, seperti yang dikatakan oleh Dr. K.H. Ahmad Siddiq sebagai berikut.²³

²⁰ Trimanah, Diah Wulandari, Prinsip Public Relations dalam Ajaran Islam Menurut Persepsi Anggota Perhumas Jawa Tengah, Mediator: Jurnal Komunikasi, Vol.11, No.1, Juni 2018, 69

²¹ Observasi ke lembaga SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto, Senin pada tanggal 05 April 2021, pukul 10.15 WIB

²² Hurin (waka kurikulum) SMP UBQ ” Nurul Islam”, 18 Oktober 2021

²³ Observasi ke lembaga SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto, Senin pada tanggal 05 April 2021, pukul 10.15 WIB



“Kepada semua tendik supaya senantiasa mendidik santri-santri Nurul Islam dengan sepenuh hati sebab santri-santri Nurul Islam oleh Yai Siddiq dianggap seperti anaknya sendiri., jangan sampai menelantarkan mereka.”²⁴

Lokus kedua adalah, Madrasah Tsanawiyah Rahmatul Ummah. Madrasah ini terletak di Desa Mojogeneng, Kecamatan Jatirejo, Kabupaten Mojokerto yang berada dalam naungan Pondok Pesantren Kun Aliman,. Salah satu keunikan MTs Unggulan Rohmatul Ummah ini adalah dalam manajemen kurikulumnya yang dintegralkan dengan program pondok pesantren sebagai salah satu strategi manajemen hubungan masyarakat untuk menarik citra lembaga, yaitu memadukan antara kurikulum Kemenag dan kurikulum pesantren, dan menjadikan program tahfiz, bilingual sebagai program pembiasaan sehari-hari.

Pengasuh Pondok Pesantren Kun Aliman mengatakan sebagai berikut.²⁵

“Dalam melayani dunia pendidikan, kita harus mengelola dan memanej sebaik mungkin, tidak asal-asal, semua kebutuhan santri harus terpenuhi dengan baik, baik itu sarana maupun prasarananya, program-programnya, sumber daya manusianya dan lain-lain.”²⁶

Berangkat dari uraian temuan di atas peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian secara mendalam di SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto karena beberapa keunikan dan keistimewaan lokasi tersebut serta peminat peserta didik yang meningkat. Maka dengan penuh keyakinan, peneliti membuat penelitian disertasi ini yang berjudul, **Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Lembaga (Studi Multikasus di SMP UBQ Nurul Islam Pungging dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto).**

²⁴ Sulisyowati, S.Pd. M.H , 20 Nopember 2021

²⁵ Observasi ke lembaga MTs Unggulan Rohmatul Ummah, Senin pada tanggal 05 April 2021, pukul 10.15 WIB.

²⁶ KH. Mahsus Dawam, Pengasuh Pon-Pes Kun Aliman

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang telah peneliti kemukakan di atas, fokus penelitian dari penelitian ini adalah manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga.

2. Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada fokus penelitian ini, pertanyaan penelitian ini dijabarkan sebagai berikut.

1. Bagaimana nilai sikap publik dalam meningkatkan citra lembaga di SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto?
2. Bagaimana mengidentifikasi kebijaksanaan dalam meningkatkan citra lembaga di SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto?
3. Bagaimana kegiatan dukungan publik dalam meningkatkan citra lembaga di SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada fokus penelitian yang telah diuraikan di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menemukan dan menganalisis nilai sikap publik dalam meningkatkan citra lembaga di SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto.
2. Untuk menemukan, menganalisis, dan mengidentifikasi kebijaksanaan dalam meningkatkan citra lembaga di SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto.
3. Untuk menemukan dan menganalisis kegiatan dukungan publik dalam meningkatkan citra lembaga di SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak terutama yang terlibat dalam dunia pendidikan.



Adapun kegunaan yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah, pemikiran dan ide segar serta sarana untuk memahami ilmu manajemen hubungan masyarakat (*public relation*) di dalam hubungan lembaga pendidikan. utamanya yang berkaitan dengan meningkatkan citra lembaga dilembaga pendidikan. Penelitian ini juga sebagai syarat tugas akhir untuk meraih gelar doktor (S-3) pada Fakultas Manajemen Pendidikan Islam (MPI) Pascasarjana UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Kepala Madrasah/sekolah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pedoman dalam menyusun program hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga diharapkan adanya nilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan, kegiatan dukungan publik semakin lebih baik begitu pula sebaliknya.

b. Bagi Humas Madrasah/Sekolah

Hasil penelitian ini juga bisa digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan sebelum menentukan dan mengambil keputusan manajemen humas dalam rangka meningkatkan citra lembaga.

c. Bagi Peneliti yang akan datang

Untuk memberikan dasar-dasar bagi penelitian yang lebih jauh tentang manajemen hubungan masyarakat di seluruh Indonesia terutama dalam mencari model-model dan praktik-praktik manajemen hubungan masyarakat dalam upaya meningkatkan citra lembaga dan dapat menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian terhadap tema yang sejenis.

E. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini, sesuai dengan judul disertasi, ada beberapa istilah yang perlu didefinisikan oleh peneliti sebagai penjelasan konsep sesuai dengan yang dimaksudkan. Hal ini penting agar tidak terjadi perbedaan dan bias pemahaman konsep istilah dalam penelitian ini

sehingga terjadi kesamaan persepsi. Adapun istilah yang didefinisikan adalah sebagai berikut:

1. Penegasan istilah secara konseptual
 - a. Nilai sikap publik dalam hubungan masyarakat

Cutlip, Scott, Center Allen, & Broom Glen menyatakan hubungan masyarakat (*public relation*) adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. Glen M. Broom, menyatakan nilai sikap publik adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan public yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.²⁷ Menurut Onong Uchjana Efendi, nilai sikap publik adalah kegiatan berencana untuk menciptakan membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi organisasi di satu pihak dan publik di pihak lain, untuk mencapainya yaitu dengan jalan komunikasi yang baik dan luas secara timbal balik.²⁸

- b. Mengidentifikasi kebijaksanaan dalam hubungan masyarakat

Mc. Elraath mengidentifikasi kebijaksanaan *public relation* adalah melakukan perencanaan, pelaksanaan, penilaian, dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi atau lembaga.²⁹

- c. Kegiatan Dukungan Publik

Wahjosumidjo, menyatakan kegiatan dukungan publik adalah suatu proses pengembangan hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat yang bertujuan memungkinkan

²⁷ Cultip M Scott, *Effective Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), 23.

²⁸ Onong Uchjana Efendi, *Human Relations dan Public Relations....*, 55

²⁹ Mc. Elerath, *Managing Systematic and Ethical Public Relation Campaigns*, (New York: Beanchmark publisher, 1997), 7.



orang tua dan warga wilayah berpartisipasi aktif dan penuh arti di dalam kegiatan pendidikan di sekolah.³⁰

d. Citra lembaga

Citra lembaga adalah kumpulan keyakinan, ide, dan kesan yang dipegang seseorang mengenai suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut. *Image/citra* juga merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya.³¹ Citra adalah impresi, perasaan, atau konsepsi yang ada pada publik mengenai suatu objek, orang atau suatu lembaga. Citra terbentuk dari cara lembaga atau perusahaan melaksanakan kegiatan operasionalnya yang mempunyai landasan utama pada segi layanan.³²

2. Penegasan secara operasional

Penegasan operasional merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian guna memberi batasan kajian pada suatu penelitian. Adapun penegasan secara operasional manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra Lembaga, dan citra lembaga yaitu penerapan model SMARTS (Ledingham) yakni *scan* (analisis atau *monitoring* lingkungan), *map* (perencanaan tujuan), *Act* (produksi atau melakukan inisiatif dan mengujinya), *rollout* (implementasi atau membuat program), *track* (mengevaluasi keberhasilan inisiatif), dan *steward* (memonitor dan menjaga kualitas relasi).³³

Definisi operasional dari judul “Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Lembaga” Studi Multikasus di SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto adalah penelitian tentang manajemen hubungan masyarakat dalam nilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan, dan kegiatan dukungan publik

³⁰ Wahjosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah, (Tinjauan Teoritik dan Permasalahannya)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 334.

³¹ Philip Kotler, *Marketing Management*, Edisi Bahasa Indonesia. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2002), 80

³² Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2003), 92.

³³Teori relationship management dapat terapkan melalui suatu model, yaitu SMARTS (Ledingham, 2005; 2006 dikutip di Kriyantono, 2014, 278

manajemen hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga di SMP UBQ Nurul Islam Pungging Mojokerto dan MTs Unggulan Rohmatul Ummah Jatirejo Mojokerto yang dilakukan kepala madrasah pada lembaga yang dipimpinnya sebagai upaya memberikan pengaruh ke arah perubahan yang lebih baik pada *stakeholder* meliputi warga madrasah seperti guru, wakil kepala madrasah, dan pengasuh yang ada untuk meningkatkan citra lembaga.

