

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan merupakan sebuah lading investasi paling besar dalam membangun dan membentuk manusia seutuhnya. Sentuhan pendidikan diyakini mampu membentuk sumber daya manusia yang berkualitas. Oleh karena itu, lembaga pendidikan hendaknya perlu mendapatkan sentuhan manajemen yang profesional. Para manajer dan unsur pendidikan lainnya dituntut mencari dan menerapkan suatu strategi manajemen baru yang dapat meningkatkan kualitas lembaganya. Salah satu manajemen yang dapat digunakan dalam hal ini adalah manajemen humas atau *public relation*.¹

Hubungan Masyarakat (Humas) adalah suatu usaha yang sengaja direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga dengan masyarakat. Humas menjadi salah satu strategi dalam membentuk image lembaga baik itu image positif maupun imagenegatif. Dalam membentuk image suatu lembaga, humas harus membangun jaringan kerja yang tidak terbatas pada satu *level areal customersaja* tapi semua *level areal* harus dimasuki dalam membangun image lembaga.²

¹ Fifin Priando, "Manajemen Humas Pendidikan Dalam Upaya Pencitraan Sekolah Di Sekolah Menengah Kejuruan," *Jurnal At-Ta'lim* 18, no. 2 (2019): 392.

² Lattimore, "Public Relation Profesi & Praktek" (Jakarta: Salemba Humanika, 2010), 35.

Peran humas (hubungan masyarakat) adalah pertama, menumbuhkan kembangkan image lembaga yang positif baik untuk publik eksternal (masyarakat atau *customer*, atau konsumen), serta publik internal (karyawan dan staf lembaga/lembaga yang bersangkutan), kedua, mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan lembaga.³ Tujuan utama humas sendiri adalah menciptakan dan melindungi reputasi organisasi/perusahaan, memperluasnya, menampilkan citra-citra yang mendukung. Pada hakekatnya humas merupakan sebuah proses komunikasi antara organisasi dengan publiknya untuk menjalin hubungan yang baik agar tercipta citra serta tujuan. Jika sebuah lembaga memiliki citra yang positif maka akan muncul opini yang baik dari masyarakat, salah satu pendukung dari kinerja humas adalah media massa.

Peran Hubungan Masyarakat (Humas) dalam era digital di madrasah sangat erat kaitannya dengan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. UU ini menegaskan bahwa setiap lembaga publik, termasuk lembaga pendidikan seperti madrasah, harus menyediakan akses yang mudah dan transparan bagi masyarakat terkait informasi yang dimiliki. Hal ini sejalan dengan prinsip keterbukaan dalam humas yang bertujuan membangun kepercayaan publik melalui penyebaran informasi yang akurat dan positif. Keterbukaan informasi ini dapat dilakukan melalui media

³ Nik Haryati Achmad Patoni, "Manajemen Humas Dan Pelayanan Publik Berbasis Digital," ed. Empatdua Media (Malang, 2023), 14.

digital, yang mempercepat penyebaran informasi kepada publik.⁴ Penelitian Chotimah menunjukkan bahwa penggunaan pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan brand image lembaga secara signifikan melalui strategi yang terencana dan kolaboratif.⁵

Hubungan Masyarakat (Humas) menurut Richat Mc. Elreath berarti penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia dari penyelenggaraan open house hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.⁶

Hubungan Masyarakat (humas) merupakan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi terhadap pihak lain dalam rangka melakukan pembinaan pengertian dan memperoleh dukungan dari pihak lain untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Untuk mencapai tujuan itu, maka diperlukan komunikasi yang merupakan sarana untuk terjalinnya hubungan antar seseorang dengan orang lain, dengan adanya komunikasi maka terjadilah hubungan sosial, karena bahwa manusia itu adalah sebagai makhluk sosial, di antara yang dengan yang lainnya saling membutuhkan, sehingga terjadinya

⁴ Indonesia, “Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik,” ed. Pemerintah Republik Indonesia (Jakarta, 2008), 2.

⁵ N.K. Chotimah, C & Akrom, “Digital Marketing for Improving Brand Image at Al-Munawwir Komplek Q Islamic Boarding School in Yogyakarta,” *Jurnal Tarbiyatuna* 15 (2024), 43–53.

⁶ Richard Mc. Erlath, *Manajemen Humas Dan Media Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).

interaksi yang timbal balik.⁷ Komunikasi berfungsi untuk mengelola informasi dari individu ke individu, atau organisasi kepada masyarakat secara terus menerus agar tercipta sebuah citra yang positif.⁸

Citra adalah seperangkat keyakinan, gagasan, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek yang mempengaruhi sikap dan perilakunya terhadap objek tersebut. Bagi lembaga pendidikan, citra merupakan gambaran yang sengaja dibuat untuk mewakili kepribadian dan ciri khas lembaga tersebut agar masyarakat mempunyai persepsi yang positif terhadapnya.

Menurut Siswanto Sutojo citra sekolah dianggap sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri lembaga pendidikan. Walaupun citra merupakan dunia menurut persepsi, tetapi citra perlu dibangun secara jujur agar citra yang dipersepsikan oleh publik adalah baik dan benar, dalam arti ada kesesuaian dengan keadaan realita yang ada di lembaga tersebut. Citra yang positif adalah tujuan utama sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh semua lembaga pendidikan. Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga atau organisasi.⁹

Soebagio menjelaskan bahwa, terdapat beberapa manfaat apabila suatu lembaga pendidikan menampilkan citra positif diantaranya konsumen akan

⁷ M Chotimah, C, Fathurrohman, *Komplemen Manajemen Pendidikan Islam Konsep Integratif Pelengkap Manajemen Pendidikan Islam* (Yogyakarta: Teras, 2014).

⁸ Siti Isnaini Azzah dan Makmur Syukri, "Strategi Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Madrasah Di MTS Azzuhri Tanjung Morawa Kab. Deli Serdang," *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Keislaman* 9, no. 2 (2020), 2.

⁹ Siswanto Sutojo, "Membangun Citra Perusahaan" (Jakarta: PT. Damar Mulia, 2014), 34.

tumbuh sikap kepercayaan yang tinggi dan mampu menarik sanak famili jika telah positif. Untuk mewujudkan citra sekolah/madrasah yang positif peran humas dalam hal pencitraan sekolah/madrasah diperlukan, Karena manajemen yang baik akan menghasilkan citra yang positif.¹⁰

Era digital dalam kehumasan memegang peranan yang sangat penting dalam membangun dan meningkatkan citra lembaga pendidikan, termasuk madrasah. Teknologi digital memungkinkan madrasah menggunakan berbagai platform komunikasi seperti media sosial, *website*, dan aplikasi untuk memperkuat citranya di mata masyarakat. Bagian hubungan masyarakat sebuah madrasah bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk mengelola persepsi masyarakat dan meningkatkan kepercayaan terhadap institusi.

Persaingan global menuntut seseorang untuk mengembangkan potensinya agar tidak tertinggal oleh zaman, salah Satu cara untuk mengembangkan diri tersebut adalah melalui jalur humas pendidikan. Hal ini sudah menjadi amanat konstitusi tentang hakekat dan tujuan pendidikan nasional yang tertera dalam Pembukaan UUD 1945 alenia 4 yang berbunyi "Kemu-dian daripada itu untuk membentuk suatu Pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa dan seluruh tumpah darah Indonesia, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian

¹⁰ Soebagio, "Manajemen Pendidikan Indonesia" (Jakarta: Ardadizya Jaya, 2000), 71.

abadi, dan keadilan sosial, maka disusunlah Kemerdekaan Kebangsaan Indonesia itu dalam...”.¹¹

Selain itu, pemanfaatan media sosial melalui kegiatan kehumasan madrasah dinilai sangat efektif dalam meningkatkan citra madrasah. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, humas dapat menyampaikan pesan-pesan positif secara visual dan menarik sehingga dapat meningkatkan citra madrasah di mata masyarakat, apalagi di era digital yang serba cepat ini. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi digital menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan misi kehumasan di era digital.

Penelitian terdahulu berdasarkan teori manajemen humas dapat meningkatkan citra madrasah pendidikan. Menurut Luthfi Khoirotun niswah, Hasil penelitian menjelaskan bahwa upaya membangun citra bisa dilakukan melalui kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan melalui brosur, *website*, media sosial, bazar dan lomba. Kegiatan tersebut untuk melakukan pemasaran pendidikan dalam bentuk publikasi. Fungsi pemasaran dalam suatu lembaga pendidikan untuk membentuk citra dan untuk menarik minat calon peserta didik.¹², manajer atau kepala sekolah harus memahami keadaan internal dan eksternal lembaga, dengan meningkatkan kualitas lembaga pendidikan, serta mewujudkan madrasah yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan pendidikan masyarakat sekitar.

¹¹ Chotimah, C, Fathurrohman, *Komplemen Manajemen Pendidikan Islam Konsep Integratif Pelengkap Manajemen Pendidikan Islam*.

¹² Luthfi, “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3,” *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya* (2019), 7.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di MTsN 1 Tulungagung Humas dapat dikatakan memiliki keunikan dibandingkan madrasah lain yaitu adanya program berita digital dan web madrasah yang memberikan informasi terkait berita-berita madrasah dan juga buku tamu digital serta survei kepuasan pelayanan yang merupakan suatu inovasi atau prosedur baru di madrasah yang terkait dengan humas digital.

Program berita digital dan web madrasah, memungkinkan pihak madrasah untuk memberikan informasi yang lebih cepat dan mudah diakses oleh publik. Melalui berita digital, informasi terkait kegiatan, prestasi, dan berbagai perkembangan di madrasah dapat langsung disampaikan kepada masyarakat, orang tua, dan siswa secara *real-time*. Selain itu, adanya buku tamu digital dan survei kepuasan pelayanan memperlihatkan usaha proaktif dalam membangun keterbukaan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Buku tamu digital tidak hanya mencatat kunjungan, tetapi juga memungkinkan pengelolaan data secara terstruktur dan lebih efektif. Di sisi lain, survei kepuasan pelayanan memberikan peluang kepada pengunjung, orang tua, maupun siswa untuk memberikan masukan terkait kualitas pelayanan madrasah.

Semua inovasi ini adalah bentuk dari digital humas yang mendukung transparansi dan efisiensi, sekaligus meningkatkan citra positif madrasah di mata publik. Humas digital ini menjadi prosedur baru yang efektif dalam merespons kebutuhan informasi cepat dan komunikasi dua arah yang lebih interaktif antara madrasah dengan komunitasnya. Humas digital ini menjadi cara bagi madrasah untuk berkembang dan responsif terhadap kebutuhan

zaman, menciptakan lingkungan pendidikan yang adaptif dan terbuka terhadap perubahan. Hal inilah yang menjadikan madrasah tersebut mempunyai citra positif di mata publik.

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk mempelajari secara mendalam tentang manajemen humas dalam meningkatkan citra madrasah. Berdasarkan keingintahuan peneliti mengenai hal tersebut pada akhirnya melandasi disusunnya Proposal Skripsi yang berjudul ***“Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Di Era Digital (Studi Kasus Pada MTsN 1 Tulungagung)”***

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka fokus penelitian dan pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Peran Humas MTsN 1 Tulungagung dalam Mengelola Komunikasi Internal?
2. Bagaimana Peran Humas MTsN 1 Tulungagung dalam Mengelola Komunikasi Eksternal?
3. Faktor Apa Saja yang Mempengaruhi Keberhasilan Humas MTsN 1 Tulungagung dalam Mengelola Citra Lembaga di Era Digital?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk Mendeskripsikan Peran Humas MTsN 1 Tulungagung dalam Mengelola Komunikasi Internal
2. Untuk Mendeskripsikan Peran Humas MTsN 1 Tulungagung dalam Mengelola Komunikasi Eksternal
3. Untuk Mendeskripsikan Faktor Apa Saja yang Mempengaruhi Keberhasilan Humas MTsN 1 Tulungagung dalam Mengelola Citra Lembaga di Era Digital.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini memiliki 2 bentuk yaitu, dengan rincian sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis akan, menambah wawasan terkait teori komunikasi, teori *public speaking*, teori citra, menguatkan dan menelaah terutama dalam bidang kehumasan serta mengetahui bagaimana relevansi antara teori manajemen humas dalam membangun citra madrasah di MTsN 1 Tulungagung dengan kondisi di lapangan yang sebenarnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Kepala Sekolah

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan terkait pengelolaan kehumasan yang ada di MTsN 1 Tulungagung.

b. Bagi Waka Humas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi untuk menambah pengetahuan dan pemahaman terkait manajemen hubungan masyarakat, sehingga tenaga pendidik maupun tenaga kependidikan dapat mengimplementasikan untuk meningkatkan citra madrasah menjadi lebih baik lagi.

c. Bagi Sekolah Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan keilmuan, khususnya terkait pengaplikasian teori manajemen hubungan masyarakat dalam bidang ilmu manajemen pendidikan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dijadikan peneliti sebagai sarana dalam menambah wawasan dan pemahaman mengenai manajemen humas, sehingga nanti ketika terjun ke dunia pendidikan tidak tertinggal akan perubahan dan perkembangan. Sekaligus sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program S1 di studi Manajemen Pendidikan Islam.

E. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Penegasan konseptual dari judul penelitian “ Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Era Digital” adalah sebagai berikut:

a. Peran Hubungan Masyarakat

Peran humas atau hubungan masyarakat (*public relations*) adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu atau organisasi untuk membangun, mengelola, dan memelihara citra positif di mata publik. Humas bertanggung jawab untuk menciptakan komunikasi yang efektif antara organisasi dan berbagai pihak yang berkepentingan, termasuk pelanggan, karyawan, investor, media, dan masyarakat umum. Peran humas sangat penting dalam membentuk persepsi publik terhadap organisasi, menjaga reputasi, dan memastikan komunikasi yang efektif dengan semua pihak yang berkepentingan. Dengan demikian, humas berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan dan keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang.¹³

b. Citra Lembaga

Citra merupakan kata benda seperti rupa, gambaran-gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, organisasi, perusahaan, atau produk. Sedangkan persamaan kata citra dalam Bahasa Inggris yaitu *image* yang berarti gambar, patung, kesan, bayang-bayang dan tamsilan atau pelukisan. Menurut Jalaluddin Rakhmat, citra merupakan gambaran objektif mengenai realitas, yang dapat membantu seseorang dalam menyesuaikan diri dengan relitas kongkret dalam pengalaman seseorang. Sedangkan Katz menjelaskan citra adalah cara bagaimana

¹³ Glen M. Broom, “Manajemen Hubungan Masyarakat” (Jakarta: Salemba Humanika, 2016), 47–48.

pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Citra merupakan kata yang bermakna abstrak (*intangible*) sehingga sulit di ukur tetapi keberadaannya dapat dirasakan. Dari definisi tersebut citra dapat disimpulkan suatu kesan, gambaran, dan sesuatu yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu objek (benda, orang, lembaga, organisasi/perusahaan). Baik kesan tersebut muncul dengan sendirinya ataupun sengaja dibentuk oleh seseorang atau perusahaan yang bersangkutan. Maka dapat disimpulkan citra madrasah yaitu suatu kesan atau persepsi yang dirasakan oleh seseorang tentang citra dalam suatu lembaga secara keseluruhan yang ter tampilkan dalam perilaku personal warga sekolah.¹⁴

c. Era Digital

Era digital mengacu pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan kita menggunakan platform digital seperti media sosial, situs web, email, dan aplikasi online sebagai sarana komunikasi utama. Dalam konteks ini, humas madrasah hendaknya memanfaatkan teknologi tersebut untuk memperluas cakupan komunikasi, mempercepat penyebaran informasi, dan membuat interaksi dengan masyarakat menjadi lebih efektif dan efisien. Teknologi digital memungkinkan para profesional humas

¹⁴ Jalaludin Rahmat, "Citra Pendidikan" (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), 8.

menyampaikan informasi dengan cepat, interaktif, dan menarik melalui saluran seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan situs resmi.¹⁵

2. Penegasan Operasional

Dalam penelitian ini yang dikaji membahas terkait dengan bagaimana peran hubungan masyarakat yang tercantum dalam dua hal yaitu peran humas dalam komunikasi internal dan peran humas dalam komunikasi eksternal. Dalam penelurusan dilakukan oleh peneliti melalui penggalian data lapangan yang mana dilakukan dengan wawancara, observasi, dokumentasi, yang kemudian dianalisis untuk selanjutnya menghasilkan suatu konsep.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada skripsi ini, penulis deskripsikan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini penulis menjabarkan mengenai hal-hal yang penting mengenai latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, pada bab ini berisikan pembahasan teori yang terkait dengan judul penelitian sebagai dasar dalam pembahasan objek penelitian, yang terdiri dari kerangka teori yang memuat penjelasan peran hubungan masyarakat, citra lembaga, penelitian terdahulu, dan paradigma penelitian.

¹⁵ Raharjo A, "Media Digital Dan Transformasi Pendidikan" (Surabaya: Cakrawala Ilmu, 2019), 112.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknis pengumpulan data, teknis analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, pada bab ini memaparkan hasil penelitian terdiri dari paparan data penelitian yang telah dilakukan peneliti di MTsN 1 Tulungagung dan digunakan peneliti sebagai bahan utama penelitian.

Bab V Pembahasan, pada bab ini memaparkan dari temuan teori yang berkaitan tentang hasil penelitian yang ada di MTsN 1 Tulungagung.

Bab VI Penutup, pada bab ini merupakan bab terakhir terdiri dari kesimpulan dan saran, kesimpulan merupakan penyajian secara singkat semua penemuan penelitian yang ada kaitannya dengan masalah penelitian sedangkan saran berisi mengenai pengembangan dan perbaikan penelitian nantinya.