

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Madrasah sebagai lembaga pendidikan yang seringkali dipersepsikan hanya berfokus pada studi agama, telah lama dihadapkan pada stigma bahwa lulusan mereka memiliki keterbatasan dalam keterampilan vokasi dan kemampuan kerja. Persepsi ini terbentuk di tengah masyarakat yang cenderung memandang pendidikan keagamaan sebagai kurang relevan dengan kebutuhan pasar kerja modern yang semakin kompetitif.² Dalam konteks ini, pandangan bahwa madrasah tidak mampu menghasilkan lulusan yang siap kerja, terutama di bidang-bidang yang memerlukan keterampilan teknis atau vokasional, menjadi tantangan signifikan bagi institusi pendidikan ini. Persepsi ini sering kali muncul karena kurikulum di madrasah dianggap lebih berfokus pada pendidikan agama, sehingga mengabaikan aspek-aspek keterampilan praktis yang dibutuhkan di dunia kerja modern. Tantangan ini tidak hanya berdampak pada citra madrasah di mata masyarakat, tetapi juga mempengaruhi kepercayaan diri para lulusannya dalam bersaing di pasar kerja.

Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan tuntutan dunia kerja yang semakin tinggi, beberapa madrasah mulai mengambil langkah-langkah strategis untuk mengatasi tantangan tersebut. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mengembangkan program vokasi yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa, agar lebih siap bersaing di pasar kerja.³ Program-program ini tidak hanya

² Zubaedi, *Desain Pendidikan Karakter di Madrasah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hal. 45

³ Suparman, dkk, "Implementasi Pendidikan Vokasi di Madrasah" *Jurnal Pendidikan Islam* 12(3), Yogyakarta, 2020, hal. 78

fokus pada pengembangan keterampilan teknis semata, tetapi juga mencakup pembinaan *soft skills* yang dibutuhkan di dunia kerja, seperti kemampuan komunikasi, manajemen waktu, dan kerja sama tim.⁴ Tentunya dengan pengalaman yang matang akan membangun jiwa *self efficacy* atau rasa/keyakinan seseorang pada kemampuan dan kompetensi yang ia miliki.⁵ dengan kebutuhan pelanggan. Hal ini telah dijelaskan dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 yang mengamanatkan bahwa setiap satuan pendidikan, termasuk madrasah, harus mampu menghasilkan lulusan yang kompeten di bidangnya dan siap untuk terjun ke dunia kerja.⁶ Hal ini sesuai dengan pendapat Harun, yang mengatakan bahwa "Madrasah yang menerapkan program vokasional tidak hanya fokus pada aspek akademis, tetapi juga pada pengembangan keterampilan praktis yang dapat meningkatkan daya saing lulusannya di dunia kerja".⁷

Namun demikian, meskipun sudah ada upaya untuk mengintegrasikan program vokasi dalam kurikulum madrasah, peran humas dalam mempromosikan program-program ini masih belum sepenuhnya tereksplorasi. Humas atau *Public Relations* (PR) di lingkungan pendidikan memiliki peran penting dalam membangun citra positif lembaga, termasuk dalam memperkenalkan program-program baru yang dikembangkan oleh madrasah kepada masyarakat luas.⁸ Dengan peran yang strategis, humas menjadi jembatan antara madrasah dan masyarakat, menjelaskan bahwa madrasah tidak hanya fokus pada pendidikan agama, tetapi juga mampu

⁴ Muhammad F., *Soft Skills yang Dibutuhkan di Dunia Kerja*, (Bandung : Pustaka Setia, 2015), hal. 34.

⁵ Bandura, A., "Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning and Functioning Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning" *Educational Psychologist* 28(2), (Copyright o 1993, Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Perceived, <https://doi.org/10.1207/s15326985ep2802>

⁶ Republik Indonesia, *Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003*, (Jakarta : Sekretariat Negara, 2003) hal. 12

⁷ *Ibid*, hal. 56

⁸ Iskandar, M., *Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2018) hal. 102.

melahirkan lulusan yang siap bersaing di dunia kerja melalui program-program vokasi yang ditawarkan.⁹

Berdasarkan data dari Kementerian Agama Republik Indonesia, pengembangan program vokasi di madrasah juga telah menjadi salah satu prioritas pemerintah dalam meningkatkan kualitas pendidikan di madrasah.¹⁰ Pemerintah mengakui bahwa madrasah memiliki potensi besar dalam mencetak generasi yang tidak hanya religius, tetapi juga kompeten di bidang-bidang tertentu yang dibutuhkan di dunia kerja.¹¹ Oleh karena itu, strategi promosi yang tepat sangat diperlukan untuk mengubah persepsi negatif yang masih ada di Masyarakat.¹² Untuk mengatasi masalah ini, madrasah perlu melakukan inovasi kurikulum yang tidak hanya mengintegrasikan nilai-nilai agama, tetapi juga menekankan pada pengembangan keterampilan teknis dan vokasional. Dengan demikian, madrasah dapat membuktikan bahwa mereka mampu menghasilkan lulusan yang tidak hanya memiliki moral dan etika yang baik, tetapi juga siap bersaing dan berkontribusi dalam berbagai sektor industri dan profesi yang membutuhkan keterampilan khusus.

Hubungan masyarakat memiliki peran yang strategis untuk menjaga dan meningkatkan reputasi, citra, serta komunikasi yang efektif antara suatu lembaga dan berbagai kelompok masyarakat, baik yang berada di dalam *internal* maupun di luar *eksternal* lembaga tersebut. Dalam menjaga keberlanjutan dan keharmonisan hubungan antara lembaga dengan publiknya, sangat penting untuk memberdayakan masyarakat dan secara aktif menerima umpan balik dari mereka. Umpan balik ini

⁹ Pratama, A., "Strategi Komunikasi Humas dalam Pendidikan", *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan* 8(3), (Jakarta: 2022) hal. 56

¹⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Rencana Strategis Kementerian Agama 2020-2024*, (Jakarta : Kementerian Agama RI, 2020), hal. 89

¹¹ *Ibid*, hal. 91

¹² Suherman, D., "Pendidikan Vokasi di Indonesia: Tantangan dan Harapan", *Jurnal Pendidikan Nasional*, (Bandung, 2019) hal. 27

bisa digunakan sebagai alat analisis lingkungan yang berguna dalam merumuskan strategi yang lebih tepat, guna memperkuat dan meningkatkan citra lembaga di mata publik. Dengan demikian, hubungan yang baik dengan masyarakat tidak hanya memperkokoh posisi lembaga, tetapi juga memastikan bahwa lembaga tetap relevan dan dipercaya oleh berbagai pihak yang terlibat.

Oleh karena itu, hubungan masyarakat dianggap menjadi garda terdepan yang dipercaya dapat menjadikan citra madrasah positif dan dikenal oleh masyarakat luas. Dengan menawarkan produk berupa program vokasi ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dan mewujudkan kepuasan pelanggan/masyarakat. Dengan demikian, madrasah bisa dikatakan setara bahkan lebih unggul dari sekolah setaranya. Sejalan dengan pendapat Cutlip dan Center melalui bukunya *Effective Public Relations dalam buku Public Relation & Crisis Management* karangan Rahmat Kriyantono, menyatakan bahwa Humas sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.¹³

Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana peran humas dapat dioptimalkan dalam meningkatkan citra madrasah melalui program-program vokasi yang ada. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan mengkaji peran humas, strategi-strategi komunikasi humas dan dampak yang dihasilkan dari apa yang sudah diterapkan oleh madrasah dalam mempromosikan program vokasi mereka, serta hambatan-hambatan apa saja yang mungkin dihadapi dalam proses tersebut. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan rekomendasi praktis bagi madrasah dan para praktisi humas dalam upaya

¹³ Rahmat Kriyantono, *Public Relation & Crisis Management*, (Kencana Prenada Media, 2012) hal. 2

meningkatkan citra positif lembaga pendidikan ini di mata masyarakat, sehingga lulusan madrasah tidak lagi dipandang sebelah mata, tetapi diakui sebagai tenaga kerja yang kompeten dan berkualitas.

Berangkat dari topik ini penulis mengusulkan penelitian yang berjudul **“Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah Melalui Program Vokasional di MAN 3 Blitar”**

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas penulis mengambil fokus penelitian. Adapun pertanyaannya sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk strategi humas dalam meningkatkan citra madrasah melalui program vokasional di MAN 3 Blitar ?
2. Bagaimana peran humas dalam mempromosikan program vokasional untuk meningkatkan citra MAN 3 Blitar ?
3. Bagaimana dampak promosi humas dalam meningkatkan citra madrasah melalui program vokasional di MAN 3 Blitar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan bentuk strategi humas dalam meningkatkan citra madrasah melalui program vokasional di MAN 3 Blitar.
2. Untuk mendeskripsikan peran humas dalam mempromosikan program vokasional untuk meningkatkan citra MAN 3 Blitar.
3. Untuk mendeskripsikan dampak promosi humas dalam meningkatkan citra madrasah melalui program vokasional di MAN 3 Blitar?

D. Kegunaan Penelitian

Pada dasarnya sebuah penelitian dilakukan dengan harapan dapat bermanfaat, baik dalam aspek teoritis maupun praktis yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang hubungan masyarakat (Humas) dan pendidikan vokasional. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang bagaimana peran strategis Humas dalam institusi pendidikan, khususnya madrasah, dalam meningkatkan citra melalui program-program vokasional. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dan praktisi dalam memahami efektivitas strategi komunikasi dan promosi yang diterapkan oleh Humas dalam meningkatkan reputasi lembaga pendidikan.

Penelitian ini juga berpotensi memperluas wacana tentang integrasi antara pendidikan agama dan keterampilan vokasional, yang hingga kini mungkin masih minim dibahas dalam konteks pendidikan madrasah. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan dasar teoritis yang lebih kuat bagi studi-studi lanjutan mengenai peran Humas dalam konteks pendidikan yang lebih luas, serta memberikan pandangan baru mengenai cara-cara inovatif untuk meningkatkan daya saing dan citra institusi pendidikan berbasis agama di era modern.

2. Manfaat Praktis

Penelitian tentang Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah Melalui Program Vokasional di MAN 3 Blitar ini memiliki manfaat praktis yaitu:

a. Bagi Sekolah (MAN 3 Blitar)

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi pihak sekolah tentang efektivitas strategi Humas dalam mempromosikan program vokasional. Sekolah dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif guna meningkatkan citra dan daya tarik madrasah di mata masyarakat.

b. Bagi Lembaga Terkait

Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi lembaga-lembaga terkait dalam merumuskan kebijakan atau program yang bertujuan untuk meningkatkan citra dan kualitas pendidikan di madrasah. Lembaga-lembaga ini dapat menggunakan temuan penelitian untuk mengidentifikasi strategi-strategi promosi yang efektif dan dapat diterapkan di madrasah-madrasah lain.

c. Bagi Perpustakaan UIN SATU Tulungagung

Penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi referensi yang relevan untuk kajian di bidang hubungan masyarakat, pendidikan, dan komunikasi. Perpustakaan kampus dapat menggunakan penelitian ini sebagai sumber rujukan bagi mahasiswa dan dosen yang sedang melakukan studi atau penelitian sejenis.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian-penelitian berikutnya yang ingin mengkaji lebih dalam tentang peran Humas dalam institusi pendidikan, khususnya madrasah. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan topik ini dengan mengeksplorasi aspek-aspek lain, seperti peran teknologi digital dalam promosi program vokasional atau dampak

jangka panjang dari strategi Humas terhadap citra institusi. Penelitian ini juga dapat menjadi acuan metodologis dan teoritis untuk penelitian-penelitian sejenis di masa depan.

E. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini, ada beberapa istilah yang harus diperjelas untuk menghindari adanya salah pengertian dan untuk memperjelas konsep-konsep yang akan dibahas sebagai berikut:¹⁴

1. Penegasan Teori

Secara konseptual, penegasan istilah dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Peran Humas

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan peran Humas adalah seluruh bentuk aktivitas, fungsi, dan tanggung jawab yang dijalankan oleh bagian Hubungan Masyarakat (Humas) dalam suatu lembaga, yang bertujuan untuk menciptakan, membina, dan memelihara hubungan yang harmonis antara lembaga dengan publik atau masyarakat.

Peran Humas mencakup kegiatan komunikasi, penyampaian informasi, pencitraan institusi, serta membangun hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara organisasi dan pihak eksternal. Dalam konteks madrasah, peran Humas dapat berupa promosi program pendidikan, publikasi kegiatan, menjalin kemitraan dengan masyarakat, serta menjaga reputasi positif lembaga di mata publik.

¹⁴ Syaifudin Nurdin dan Basyiruddin Usman, *Guru Professional dan Implementasi Kurikulum*, (Jakarta: Ciputat Pers, 2002), hal. 7

b. Citra Madrasah

Citra adalah kesan, perasaan, Gambaran diri publik terhadap Perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.¹⁵

Citra madrasah merujuk pada persepsi atau pandangan yang terbentuk di masyarakat mengenai kualitas, nilai, dan reputasi dari sebuah madrasah. Citra ini dibentuk melalui berbagai aspek seperti prestasi akademik, kegiatan ekstrakurikuler, moralitas peserta didik, dan keterlibatan madrasah dalam kegiatan sosial. Sebuah madrasah yang memiliki citra baik biasanya diidentifikasi sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas dan mampu menghasilkan lulusan yang unggul, baik dari segi akademis maupun akhlak. Oleh karena itu, citra madrasah sangat penting untuk menarik minat masyarakat agar menyekolahkan anak-anak mereka di sana, serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut. Citra madrasah yang positif dapat diperoleh melalui upaya yang konsisten dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan pelayanan yang diberikan, serta aktif dalam membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat.¹⁶

c. Program Vokasional

"Vocational programs are a type of education or training focused on practical and specific skills required for particular jobs in the workforce. These programs aim to equip individuals with the knowledge and skills that can be directly applied in specific professions or fields, such

¹⁶ Rudi Susanto, *Manajemen Pendidikan Islam: Membangun Citra dan Kualitas Madrasah*, (Bandung: Alfabeta, 2017) hal. 45

*as engineering, healthcare, or business. In vocational education, the curriculum is more oriented toward hands-on experience, so graduates are expected to be job-ready and able to adapt to the needs of the industry or job market. Vocational education also plays a crucial role in supporting local economic development by creating a skilled and work-ready workforce. Thus, vocational programs benefit not only the individuals who participate in them but also the communities and industries that require workers with specialized skills."*¹⁷

Yang artinya Program vokasional merupakan jenis pendidikan atau pelatihan yang berfokus pada keterampilan praktis dan spesifik yang dibutuhkan untuk pekerjaan tertentu di dunia kerja. Program ini bertujuan untuk membekali individu dengan pengetahuan dan keterampilan yang dapat langsung diterapkan dalam profesi atau bidang tertentu, seperti teknik, kesehatan, atau bisnis. Dalam pendidikan vokasional, kurikulum lebih diarahkan pada praktik lapangan, sehingga lulusannya diharapkan siap bekerja dan mampu beradaptasi dengan kebutuhan industri atau pasar kerja. Pendidikan vokasional juga berperan penting dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal dengan menciptakan tenaga kerja yang terampil dan siap kerja. Oleh karena itu, program vokasional tidak hanya memberikan manfaat bagi individu yang mengikuti, tetapi juga bagi komunitas dan industri yang membutuhkan tenaga kerja yang memiliki keterampilan khusus.

¹⁷ John Smith, *Vocational Education: Past, Present, and Future*, (New York: Oxford University Press, 2018) hal. 45.

d. Bentuk Strategi

Strategi humas adalah suatu perencanaan komunikasi jangka panjang yang dirancang untuk membentuk, memelihara, dan meningkatkan hubungan baik antara organisasi dengan publiknya melalui langkah-langkah komunikasi yang sistematis dan terukur. Menurut Cutlip, Center, dan Broom, strategi humas adalah “A comprehensive planning to achieve organizational goals by influencing public attitudes and behaviors using planned communication.”¹⁸

Sedangkan bentuknya sendiri dalam tataran teoritis, James E. Grunig dan Todd Hunt mengembangkan empat model strategi humas, dan yang paling ideal digunakan dalam konteks pendidikan adalah model Two-Way Symmetrical. Model ini menempatkan humas sebagai jembatan dialog antara organisasi dan publik, di mana terjadi komunikasi dua arah yang setara dan terbuka. Tujuannya bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi menciptakan hubungan yang saling memahami, menyerap aspirasi masyarakat, serta melakukan penyesuaian kebijakan dan program berdasarkan masukan dari publik. Melalui strategi ini, citra lembaga tidak dibangun secara sepihak, melainkan dibentuk bersama melalui interaksi yang sehat dan berkelanjutan.¹⁹

e. Dampak

Dalam kajian ilmu komunikasi dan hubungan masyarakat, dampak merupakan hasil atau konsekuensi yang muncul sebagai akibat dari kegiatan komunikasi atau promosi yang dilakukan oleh suatu organisasi.

¹⁸ Scott M. Cutlip, Allen H. Center, and Glen M. Broom, *Effective Public Relations*, 9th ed., 2006

¹⁹ Ronald D. Smith, *Strategic Planning for Public Relations*, 3rd ed. (New York: Routledge, 2005), hlm. 93–120.

Dampak bisa bersifat kognitif (pengetahuan), afektif (sikap/perasaan), dan konatif (perilaku) terhadap khalayak sasaran. Dalam konteks madrasah, dampak yang diharapkan dari promosi vokasional adalah meningkatnya pemahaman masyarakat tentang program tersebut, tumbuhnya citra positif terhadap madrasah, serta bertambahnya jumlah peserta didik yang tertarik.

Menurut Frank Jefkins, citra adalah gabungan antara kesan, pengalaman, komunikasi, dan harapan masyarakat terhadap sebuah institusi. Ia menyatakan: "Image is the result of a person's beliefs, ideas, impressions and feelings about an organization or institution. The better the communication, the better the image."²⁰

Dari kutipan tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi yang efektif akan berdampak langsung terhadap persepsi dan reputasi madrasah di mata masyarakat. Komunikasi yang konsisten, relevan, dan terarah akan membentuk opini publik yang positif.

2. Penegasan Operasional

Adapun penegasan istilah secara operasional dalam penelitian yang berjudul "Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Madrasah melalui Program Vokasional di MAN 3 Blitar" ini kajian terhadap proses kegiatan manajemen hubungan masyarakat yang ada dan diterapkan di dalam komponen lembaga Madrasah yang diantaranya melalui peran, strategi secara internal dan eksternal serta dampaknya dalam meningkatkan citra lembaga. Hal ini bertujuan untuk mengetahui dan meningkatkan kemampuan dari manajemen hubungan masyarakat agar mampu untuk melaksanakan tugasnya secara professional sehingga hubungan masyarakat dapat memberikan hal positif kepada masyarakat

²⁰ Frank Jefkins, *Public Relations and Image Building* (London: Longman, 1992), hlm. 45–49.

luas, Artinya apabila hubungan masyarakat atau *public relation* bekerja dengan baik pasti akan menimbulkan citra yang baik terhadap lembaga dan masyarakat.

F. Sistematika Pembahasan

Sebagaimana dalam penulisan ini bisa mudah dipahami, terdapat urutan sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini penulis menjabarkan mengenai hal-hal yang penting mengenai masalah, yaitu: konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, pada bab ini berisikan tentang landasan teori, yaitu tentang Peran Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga melalui Program Vokasi, penelitian terdahulu, dan membahas kerangka berfikir yang terkait dengan penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini berisi tentang metode penelitian yang mencakup pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan prosedur penelitian.

Bab IV Hasil Penelitian, pada bab ini memaparkan hasil penelitian terdiri dari paparan data penelitian yang telah dilakukan peneliti di MAN 3 Kunir Wonodadi Blitar 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 MAN 3 Blitar Kunir Wonodadi Blitar.

Bab VI Penutup, pada bab ini merupakan bab terakhir terdiri dari kesimpulan dan saran, kesimpulan merupakan penyjian secara singkat semua

penemuan penelitian yang ada kaitannya dengan masalah penelitian sedangkan saran berisi mengenai pengembangan dan perbaikan penelitian nantinya.