

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan merupakan salah satu aspek fundamental dalam kehidupan manusia yang memiliki peran penting dalam membentuk kualitas sumber daya manusia. Melalui pendidikan, individu tidak hanya memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman, tetapi juga nilai-nilai moral, sosial, serta budaya yang dibutuhkan dalam menghadapi dinamika kehidupan. Pendidikan dipandang sebagai instrumen strategis untuk menciptakan generasi yang cerdas, berkarakter, serta mampu berkontribusi secara positif terhadap kemajuan masyarakat. Oleh karena itu, lembaga pendidikan memiliki tanggung jawab besar tidak hanya dalam menyelenggarakan proses pembelajaran, tetapi juga dalam menjaga kepercayaan publik melalui citra yang dimilikinya.

Menurut laporan dari World Bank tentang pendidikan di Indonesia, sekolah dengan reputasi yang baik memiliki tingkat pendaftaran 43% lebih tinggi dibandingkan sekolah dengan reputasi yang kurang baik, meskipun dengan fasilitas dan kurikulum yang relatif serupa. Hal ini menunjukkan betapa krusialnya peran manajemen humas dalam keberhasilan lembaga pendidikan secara keseluruhan.¹

Dalam perspektif Islam, pentingnya membangun hubungan yang baik, menjaga komunikasi, serta menjalin kerja sama dengan sesama juga

¹ Hardiata dan sudadi, Strategi Manajemen Humas dalam membangun Reputasi Sekolah di Mata Publik, *Al-Mahrus: Jurnal manajemen Pendidikan Islam*, vol. 03 No. 01, 2025, hal. 29.

dijelaskan dalam Al-Qur'an. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Imran Ayat 159:²

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka berkah rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad)

berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.”

Ayat tersebut menegaskan bahwa komunikasi yang baik, sikap terbuka, serta keterlibatan pihak lain dalam proses pengambilan keputusan merupakan prinsip penting dalam membangun hubungan yang harmonis. Dalam konteks lembaga pendidikan, nilai tersebut dapat diimplementasikan melalui peran hubungan masyarakat yang menjalin komunikasi secara terbuka dengan berbagai pihak, seperti peserta didik, orang tua, alumni, masyarakat, serta stakeholder lainnya. Pendekatan yang komunikatif dan partisipatif akan memperkuat kepercayaan publik dan menciptakan citra positif lembaga.

Hubungan Masyarakat dalam lembaga pendidikan memiliki peran yang sangat penting dan strategis, terutama dalam membangun komunikasi

² Departemen Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Algesindo. 2013)

yang efektif antara lembaga dengan publiknya. Humas tidak hanya bertugas menyampaikan informasi secara sepihak, tetapi juga berfungsi sebagai penghubung yang menjalin komunikasi dua arah antara sekolah, siswa, orang tua, alumni, masyarakat, hingga pihak-pihak eksternal lainnya.³

Humas berperan lebih luas dari sekadar penyebar informasi. Humas memiliki fungsi untuk membentuk persepsi dan citra positif lembaga di mata masyarakat. Keberhasilan sebuah lembaga pendidikan tidak hanya diukur dari prestasi akademik atau ketersediaan fasilitas semata melainkan juga bagaimana lembaga tersebut mampu membangun reputasi yang baik.⁴ Persaingan antar lembaga pendidikan di Indonesia saat ini semakin ketat, baik antara sekolah negeri maupun swasta. Kondisi ini menuntut setiap lembaga pendidikan untuk tidak hanya mengandalkan kualitas akademik, tetapi juga mengembangkan strategi dalam membangun citra positif di mata masyarakat. Kepercayaan masyarakat akan lebih mudah diperoleh apabila sebuah sekolah memiliki reputasi yang baik dan mampu menunjukkan keunggulannya dibandingkan dengan lembaga lain.

Hubungan masyarakat memiliki peranan yang sangat strategis dalam menunjang keberhasilan sebuah lembaga pendidikan. Hal ini disebabkan karena *public relation* bukan hanya sekadar aktivitas komunikasi, tetapi juga merupakan rangkaian usaha yang dirancang untuk

³ Cultip, Center. & Broom, *Effective public Relations*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011)

⁴ Ariyanti, Nova Syafira, Ahmad Yusuf Sobri & Desi Eri Kusumaningrum. Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*, No. 1, Vol. 1, 2023, hal. 1-6.

menumbuhkan dan menjaga keterhubungan yang baik antara pihak sekolah dengan masyarakat luas. Melalui peran humas, sekolah berupaya menyampaikan informasi, membangun pemahaman, serta menciptakan iklim kepercayaan yang dapat menumbuhkan opini publik yang positif.⁵

Citra yang baik dapat menjadi daya tarik tersendiri yang membedakan satu lembaga dengan lembaga lainnya, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, humas juga berfungsi sebagai media promosi non-komersial yang menyampaikan berbagai prestasi, kegiatan, dan inovasi sekolah kepada publik. Proses pembentukan citra lembaga pendidikan tidak dapat dipisahkan dari peran serta masyarakat, karena baik buruknya citra lembaga sangat bergantung pada partisipasi dan persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut.

Menurut Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional pada BAB XV pasal 54 bagian kesatu Umum menyebutkan: (1) Peran serta masyarakat dalam pendidikan meliputi peran serta perseorangan, kelompok, keluarga, organisasi profesi, pengusaha dan organisasi kemasyarakatan dalam penyelenggaraan dan pengendalian mutu pelayanan pendidikan. (2) Masyarakat dapat berperan serta sebagai sumber, pelaksana dan penggunaan hasil pendidikan. (3) Ketentuan mengenai peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 dan ayat 3 diatur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah.⁶

⁵ Chusnul Chotimah, *Strategi Komunikasi Lembaga Pendidikan dengan Masyarakat*. (Tulungagung: IAIN Tulungagung Press, 2017), hal. 46.

⁶ Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang sistem Pendidikan Nasional pasal 54.

Sekolah maupun madrasah kini berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat publikasi agar lebih dikenal luas oleh masyarakat. Media sosial, website resmi sekolah, hingga publikasi melalui media massa menjadi sarana penting untuk memperlihatkan prestasi siswa, program unggulan, maupun kegiatan positif lainnya. Publikasi tersebut pada dasarnya merupakan bagian dari strategi humas yang dirancang untuk menanamkan citra positif dan membangun loyalitas masyarakat terhadap lembaga pendidikan.⁷ Banyak lembaga yang memiliki sarana, prasarana, serta capaian akademik yang baik, tetapi belum mampu mengelola komunikasi secara efektif sehingga keberhasilan tersebut kurang dikenal masyarakat luas. Di sinilah pentingnya peran humas untuk mengisi kesenjangan antara prestasi nyata dengan persepsi masyarakat. Tanpa strategi komunikasi yang tepat, keunggulan lembaga pendidikan sulit diakui dan diapresiasi secara lebih luas.⁸

MAN 3 Tulungagung saat ini dikenal sebagai salah satu lembaga pendidikan yang aktif dalam mempublikasikan berbagai capaian, baik akademik maupun non-akademik. Melalui media sosial, website resmi, serta jaringan komunikasi dengan masyarakat, madrasah ini secara konsisten menampilkan prestasi siswa dan berbagai kegiatan positif yang telah dicapai.⁹ Hal ini menunjukkan bahwa lembaga telah menyadari

⁷ Sutisna, *komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), hal. 102.

⁸ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta Rajawali Pers, 2012), hal. 67.

⁹ Website MAN 3 Tulungagung <https://man3tulungagung.sch.id/> diakses pada tanggal 03 November 2025 Pukul 11.31 WIB.

pentingnya strategi komunikasi dalam memperkuat citra positif di mata masyarakat. Publikasi yang dilakukan tidak hanya dimaknai sebagai bentuk penyampaian informasi, tetapi juga bagian dari strategi humas yang lebih luas. Strategi humas bukan hanya sekadar mempromosikan prestasi, melainkan juga membangun kepercayaan, menjaga loyalitas stakeholder, serta menciptakan reputasi yang berkelanjutan.¹⁰

Sebagaimana dikemukakan oleh Cutlip, Center, dan Broom, hubungan masyarakat yang efektif tidak hanya berorientasi pada komunikasi satu arah, tetapi juga membangun komunikasi dua arah yang melibatkan aspirasi masyarakat. Sekolah sebagai institusi sosial memiliki berbagai pemangku kepentingan yang semuanya berhak didengar dan dilibatkan dalam proses komunikasi. Ketika humas menjalankan fungsinya dengan prinsip komunikasi dua arah yang terbuka dan partisipatif, maka kepercayaan publik akan tumbuh secara alami. Publik merasa diakui, didengarkan, serta dihargai pendapatnya sehingga mampu memperkuat citra positif lembaga.¹¹

Sekolah sebagai institusi sosial memiliki beragam pemangku kepentingan yang semuanya berhak untuk didengar dan dilibatkan dalam proses komunikasi. Ketika humas menjalankan fungsinya dengan prinsip komunikasi dua arah yang terbuka dan partisipatif, maka kepercayaan publik dapat tumbuh secara alami. Publik merasa diakui, didengarkan, dan

¹⁰ Ruslan, *Manajemen Public...* hal, 74.

¹¹ Cultip, Center. & Broom, *Effective public Relations*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011).

dihargai pendapatnya, yang pada akhirnya memperkuat citra positif lembaga. Oleh karena itu, penelitian mengenai strategi humas di MAN 3 Tulungagung menjadi relevan, karena dapat memberikan gambaran bagaimana lembaga ini tidak hanya menginformasikan prestasi, tetapi juga memperkuat citra melalui interaksi yang harmonis dengan masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai strategi hubungan masyarakat di MAN 3 Tulungagung menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana strategi humas diterapkan dalam membangun dan meningkatkan citra lembaga pendidikan, tidak hanya melalui publikasi prestasi, tetapi juga melalui hubungan yang harmonis dengan masyarakat serta keterlibatan berbagai pihak dalam mendukung keberhasilan madrasah. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung.”

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas maka peneliti memfokuskan pada “Strategi Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Citra lembaga Pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 3 Tulungagung.” Adapun peneliti merumuskan bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana formulasi strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di MAN 3 Tulungagung?

2. Bagaimana implementasi strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di MAN 3 Tulungagung?
3. Bagaimana evaluasi Strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di MAN 3 Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah pada fokus penelitian maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan secara mendalam formulasi strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di MAN 3 Tulungagung.
2. Untuk mendeskripsikan secara mendalam implementasi strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di MAN 3 Tulungagung.
3. Untuk mendeskripsikan secara mendalam evaluasi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di MAN 3 Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi, manfaat, memperluas wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai strategi hubungan masyarakat dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan. Selain itu hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pengembangan

keilmuan bagi peneliti, khususnya dalam melakukan penelitian tentang humas.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi kepala sekolah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kepala sekolah selaku pemimpin sekaligus manajer lembaga, sehingga dapat lebih tepat dalam merumuskan kebijakan serta strategi yang berkaitan dengan pengelolaan manajemen humas.

b. Bagi Waka Humas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi dalam bidang manajemen pendidikan islam khususnya yang berkaitan dengan strategi hubungan masyarakat.

c. Bagi guru

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kerja sama, menjaga komunikasi yang baik dengan peserta didik maupun wali murid, serta turut berpartisipasi dalam berbagai program madrasah guna memperkuat citra baik di mata masyarakat.

d. Bagi peserta didik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peserta didik dalam membangun citra positif kepada masyarakat ketika sudah menjadi alumni.

e. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta menjadi rujukan bagi peneliti berikutnya dalam Menyusun karya ilmiah sejenis, sekaligus menambah referensi dan memperkaya khazanah pengetahuan, khususnya dibidang hubungan masyarakat.

E. Penegasan istilah

Untuk mempermudah serta menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran serta pengertian terhadap istilah atau kata-kata yang ada dalam penelitian ini, maka perlu dijelaskan mengenai hal-hal yang nantinya akan menjadi pegangan dalam penelitian. Adapun penegasan istilah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual

a. Strategi

Menurut Fred R. David, gagasan strategi adalah bagian dari manajemen strategis yang didefinisikan sebagai seni dan ilmu dalam memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Proses manajemen strategis menurut Fred R. David terdiri dari tiga tahap utama, yaitu formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.¹²

¹² Fred R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases*, (New Jersey: Prentice Hall, 2009), hal. 15.

b. Hubungan Masyarakat

Menurut Oemi Abdurrachman, M.A., hubungan masyarakat (*public relations*) dipahami sebagai suatu sikap yang berorientasi pada upaya membangun relasi yang harmonis antara seluruh komponen dalam suatu lembaga. Hal ini dilakukan untuk menumbuhkan pemahaman, memotivasi, serta mendorong partisipasi publik. Tujuan utama dari kegiatan tersebut adalah menumbuhkan serta mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*good will*) masyarakat, sekaligus memperoleh opini publik yang menguntungkan.¹³ Berdasarkan pemahaman tersebut, praktik hubungan masyarakat dapat ditinjau melalui empat *model public relations* yang dikemukakan oleh James E. Grunig dan Hunt, yaitu *press agency, public information, two way asymmetric, dan two way symmetric*.¹⁴

c. Citra

Citra dapat dipahami sebagai persepsi atau representasi yang terbentuk dalam benak publik mengenai suatu lembaga. Pada hakikatnya, citra merupakan gambaran diri, baik secara personal, organisasi, maupun kelembagaan, yang sengaja dikonstruksi untuk menampilkan identitas atau karakteristik tertentu sehingga menghasilkan persepsi positif dari pihak lain terhadap suatu

¹³ Sulistyorini, *Manajemen Pendidikan Islam Konsep Strategi Dan Aplikasi*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal. 114

¹⁴ Chusnul Chotimah, *Strategi Komunikasi Lembaga ...* hal. 109.

lembaga, individu, komite, ataupun aktivitas. Pembentukan citra ini bersumber dari berbagai informasi, baik yang berasal dari internal lembaga maupun dari pihak eksternal. Keberadaan citra positif dapat memengaruhi sejumlah aspek penting, antara lain reputasi, tingkat kepercayaan publik, serta daya tarik bagi para pemangku kepentingan. Dengan demikian, lembaga pendidikan yang berhasil membangun citra akan memperoleh keuntungan kompetitif, yakni pengakuan nama baik di tengah masyarakat yang berimplikasi pada meningkatnya kepercayaan publik terhadap lembaga tersebut.¹⁵

d. Lembaga pendidikan Islam

Lembaga pendidikan Islam adalah tempat atau organisasi yang menyelenggarakan pendidikan Islam, yang mempunyai struktur yang jelas dan bertanggung jawab atas terlaksananya pendidikan Islam. Lembaga pendidikan Islam tersebut harus dapat menciptakan suasana yang memungkinkan terlaksananya pendidikan dengan baik, menurut tugas yang diberikan kepadanya, seperti sekolah yang melaksanakan proses pendidikan Islam.¹⁶

2. Definisi Operasional

Adapun penegasan istilah secara operasional dalam penelitian ini dimaknai sebagai proses pengelolaan kegiatan hubungan masyarakat yang diterapkan pada komponen lembaga pendidikan di MAN 3

¹⁵ Morissan, *Manajemen Public Relation*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2014) hal. 78.

¹⁶ Bukhari Umar, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Amzah, 2010), hal. 149.

Tulungagung. Proses tersebut meliputi tahap formulasi strategi, implementasi kegiatan secara internal maupun eksternal, serta evaluasi yang bertujuan untuk membangun dan memperkuat citra positif lembaga. Maka dari itu, apabila hubungan masyarakat dijalankan dengan baik, maka akan tercipta citra lembaga di mata masyarakat dan stakeholders pendidikan.