

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Hubungan masyarakat memiliki posisi penting dalam suatu organisasi. Hubungan masyarakat atau yang sering dikenal dengan sebutan humas memiliki keterlibatan terhadap keberadaan, kelangsungan, bahkan kemajuan suatu lembaga atau organisasi, begitu juga dalam lembaga pendidikan. Sesuai dengan namanya, humas adalah sebagai corong lembaga dan bertanggung jawab dalam membangun komunikasi yang baik antar lembaga pendidikan (pihak internal) dan pihak eksternal lembaga atau masyarakat. Komunikasi yang baik antar pihak internal lembaga dengan pihak eksternal akan dapat membangun kepercayaan masyarakat. Hal ini menjadi penting mengingat salah satu faktor maju tidaknya suatu lembaga pendidikan adalah keterlibatan dan kepercayaan masyarakat. Masyarakat yang terlibat aktif dalam lembaga pendidikan akan dapat memberikan pengaruh dan berbagai masukan yang dapat dipertimbangkan untuk memajukan lembaga pendidikan. Adapaun kepercayaan masyarakat akan meningkatkan pelanggan pendidikan.

Kepercayaan masyarakat menjadi salah satu kunci kemajuan lembaga pendidikan. Ketika masyarakat memiliki kepercayaan terhadap lembaga pendidikan, mereka akan mendukung penuh dengan memasukkan putra-putrinya ke dalam lembaga pendidikan tersebut, selain itu mereka juga akan mempengaruhi orang lain untuk melakukan hal yang sama.

Sebaliknya, ketika masyarakat tidak percaya, mereka akan enggan memasukkan putra-putrinya ke lembaga pendidikan tersebut dan bahkan memprovokasi masyarakat lain untuk memasukkan putra-putri mereka di lembaga pendidikan lain.¹Maka disini jelas perlu dibangun hubungan dan komunikasi yang baik antar lembaga pendidikan dengan masyarakat.

Hubungan perguruan tinggi dengan masyarakat atau humas memiliki keterkaitan yang sangat erat terhadap tercapainya tujuan sekolah atau lembaga pendidikan secara efektif dan efisien. Lembaga yang tidak mampu membangun hubungan baik dengan masyarakat atau stakeholder, maka tidak akan mempunyai nama baik di benak masyarakat dan akan ditinggalkan. Sebaliknya, lembaga yang mampu membangun hubungan dengan masyarakat, maka akan bisa bertahan lama bahkan akan terus mengalami kemajuan.²Dari hal tersebut, maka jelas bahwa humas lembaga pendidikan memiliki tugas penting dalam pencapaian tujuan lembaga pendidikan.

Adapun istilah hubungan masyarakat atau humas pertama kali dikemukakan oleh Presiden Amerika Serikat, yaitu Thomas Jefferson pada tahun 1807. Akan tetapi, yang dimaksudkan pada waktu itu dengan istilah public relations yang dihubungkan dengan foreign relations. Secara etimologis hubungan masyarakat diterjemahkan dari bahasa Inggris public relations yang berarti hubungan timbal balik antara suatu organisasi (sekolah) dan masyarakatnya. Dengan demikian, maka humas dapat

¹Mujamil Qomar, *Manajemen Pendidikan Islam, Strategi Baru Pengelolaan Pendidikan Islam* (Jakarta: Erlangga, 2007), 183.

²Sulistiyorini, *Manajemen Pendidikan Islam* (Surabaya: Elkaf, 2006), 106-107.

diartikan sebagai hubungan lembaga pendidikan dengan masyarakat untuk berusaha menanamkan pengertian masyarakat tentang kebutuhan pendidikan serta mendorong minat dan tanggungjawab masyarakat dalam usaha memajukan lembaga pendidikan.³

Public relations dalam dunia pendidikan adalah proses komunikasi dua arah yang terencana dan sistematis antara organisasi pendidikan dengan lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk membangun nilai, ketertarikan, pemahaman, dan dukungan terhadap organisasi tersebut. Public relations atau humas adalah gerbang terdepan yang menghubungkan lingkungan internal lembaga atau organisasi dengan public atau masyarakat. Humas juga disebut-sebut sebagai corong suatu lembaga yang memiliki fungsi sebagai media penyalur informasi. Humas memiliki tanggungjawab membangun komunikasi internal maupun eksternal.

Menurut Djanalis dalam Frida, humas atau public relations memiliki fungsi sebagai perata jalan yaitu sebagai garda terdepan yang dibelakangnya terdiri dari rombongan tujuan-tujuan, seperti tujuan marketing, tujuan produksi, tujuan personalia, dan sebagainya.⁴ Dari pendapat tersebut humas lembaga pendidikan memiliki tanggungjawab dalam membangun hubungan dan komunikasi antara pihak internal dengan eksternal atau masyarakat. Komunikasi yang baik dapat membangun simpati masyarakat sehingga dapat mencapai berbagai tujuan yang memiliki sasaran masyarakat. Dengan adanya simpati dari masyarakat, maka akan menimbulkan ketertarikan yang

³Sri Minarti, *Manajemen Sekolah, Mengelola Lembaga Pendidikan Secara Mandiri* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), 280-281.

⁴Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Hubungan Masyarakat* (Bogor: Ghalia Indah, 2004), 23.

akhirnya menjadi kepercayaan jika benar-benar dilayani dengan baik. Hal ini menjadi tujuan utama dalam pengembangan lembaga pendidikan.

Kepercayaan, ketertarikan, dan simpati menjadi penting mengingat adanya persaingan dalam semua lembaga atau organisasi. Baik yang menawarkan barang maupun jasa, berorientasi pada keuntungan, atau tidak, termasuk didalamnya adalah lembaga pendidikan. Penting bagi lembaga untuk membangun hubungan dengan masyarakat, agar tidak ditinggalkan oleh masyarakat atau mengalami kemunduran (kesengsaraan), sebagaimana hal ini sesuai dengan firman Allah QS. Ali Imran: 112;

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيْنَ مَا تُفْتَوُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُوا بِغَضَبٍ مِنَ اللَّهِ
وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ^ج ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقٍّ^ج
ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ (١١٢)

Artinya: “Mereka diliputi kehinaan (kesengsaraan) dimana saja mereka berada, kecuali jika mereka menjaga hubungan dengan Allah dan hubungan dengan sesama manusia. Sepantasnya mereka mendapat murka dari Allah dan menderita. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para Nabi, tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas”(QS. Ali Imran: 112).⁵

Pengembangan dan inovasi harus dilakukan untuk menciptakan daya saing, bahkan memenangkan persaingan. Muhaimin⁶ berpendapat bahwa hidup dalam iklim kompetitif seperti saat ini, sulit bagi organisasi untuk dapat hidup dengan baik jika tidak memiliki kemampuan mengubah diri dengan cepat dan mampu berkembang seiring dengan berbagai tuntutan

⁵ Departemen Agama, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Kementerian Agama, 2005), 64.

⁶ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan (Aplikasinya dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), Cet. ke-14, 23.

stakeholder. Kondisi ini berlaku hampir pada seluruh organisasi baik yang bersifat profit maupun non-profit. Dari pendapat tersebut jelas bahwa lembaga pendidikan juga termasuk dalam organisasi yang harus menyiapkan diri untuk berkompetisi dalam memenangkan kepercayaan masyarakat, meskipun lembaga pendidikan termasuk lembaga non-profit. Pengelolaan pendidikan tidak dapat dilakukan dengan tetap menggunakan cara yang lama atau secara tradisional akan tetapi juga membutuhkan kemampuan khusus, pengembangan, dan inovasi sehingga output pendidikan dapat memuaskan masyarakat sehingga meningkatkan input dimasa depan.

Kerjasama IAIN Tulungagung dengan berbagai stakeholder antara lain dilakukan dengan PEMDA Trenggalek, PEMDA Blitar maupun PEMDA Tulungagung dalam hal Kuliah Kerja Nyata (KKN) maupun dalam hal Praktik Pekerjaan Lapangan (PPL). Kerjasama ini dalam rangka menambah keeratatan hubungan antara kedua belah pihak. Kerjasama ini sudah berlangsung lebih dari 5 tahun.

Di sini dapat dilihat bahwa humas di perguruan tinggi berperan dalam pengembangan dan pemeliharaan kerjasama antara pihak intern perguruan tinggi dengan pihak ekstern (orang tua, masyarakat dan stakeholder) serta humas menyampaikan informasi kepada pihak intern dan ekstern tersebut sehingga kerjasama dapat berjalan dengan harmonis dan lancar. Dari sinilah dapat dikatakan bahwa humas perlu untuk melakukan kerjasama dengan stakeholder.

Semakin banyak kerjasama yang dilakukan oleh Humas perguruan tinggi maka semakin maju dan berkembang perguruan tinggi tersebut. Hal ini juga terjadi di IAIN Tulungagung. Semakin banyak kerjasama yang dilakukan oleh IAIN Tulungagung maka akan menjadikan semakin maju dan berkembang. Hal ini dapat dilihat melalui perkembangan gedung, dimana IAIN Tulungagung membangun beberapa gedung baru. Fakultas juga berkembang cukup pesat. Dulu, hanya terdapat 3 jurusan dan 8 program studi, sekarang di IAIN Tulungagung terdapat 4 fakultas antara lain:⁷ 1) Syari'ah dan Ilmu Hukum (FASIH), 2) Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (FTIK), 3) Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD), dan 4) Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Alih status yang pada mulanya STAIN Tulungagung menjadi IAIN Tulungagung. Akreditasi yang diperoleh institusi juga disebabkan kerjasama yang baik antara IAIN Tulungagung dengan stakeholder. Jumlah mahasiswa juga mengalami peningkatan, yang dulunya ketika masih STAIN Tulungagung sekitar 3000 mahasiswa, sekarang menjadi sekitar 15.663 mahasiswa.⁸ Di samping itu, mahasiswa IAIN Tulungagung tidak hanya berasal dari daerah di sekitar Tulungagung saja, namun juga dari berbagai penjuru daerah termasuk dari Thailand.

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung atau IAIN Tulungagung adalah perguruan tinggi Islam negeri di Indonesia yang berada di Tulungagung. IAIN Tulungagung didirikan berdasarkan pada Surat

⁷ Dokumen di iain-tulungagung.ac.id.

⁸ Wawancara dengan Bagian Humas, 25-02-2018, jam 13.00.

Peraturan Presiden Nomor 50 Tahun 2013, tanggal 6 Agustus 2013 bertepatan dengan Tanggal 12 Dzulqaidah 1417 H. Bersama dengan semakin meningkatnya animo masyarakat terhadap pendidikan tinggi Islam, khususnya IAIN. Diperlukan tempat yang lebih kondusif untuk meningkatkan proses belajar mengajar, di samping karena lokasi IAIN Cabang Tulungagung bukan milik sendiri. Pada pertengahan tahun 70-an, para pengelola sebenarnya sudah mendapatkan lokasi yang strategis untuk pengembangan ini, tepatnya di wilayah Beji sebanyak 5,4 ha.(sekarang menjadi kompleks Perumahan Telkom). Akan tetapi karena ada persoalan administratif yang belum dapat terselesaikan sedangkan Fakultas tarbiyah IAIN Sunan Ampel Cabang Tulungagung harus mengembangkan diri, maka pada tahun 1982 pengelola mempertimbangkan lokasi baru, dan dipilihlah tanah di Jl. Mayor Sujadi Timur, tepatnya di desa Plosokandang kecamatan Kedungwaru kabupaten Tulungagung. Pertimbangan utama penempatan ke lokasi ini karena daerah ini berada di jalur strategis, merupakan jalan utama Tulungagung-Blitar-Malang. Tanah seluas 1 ha. Ini merupakan tanah hasil pembelian seharga 31 juta yang berasal dari dana APBN tahun 1982/1983. Pada tahun 1984 Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Cabang Tulungagung, yang semula berada di jalan KH. Agus Salim secara resmi pindah di lokasi baru, yaitu Jl. Mayor Sujadi Timur 46 Tulungagung, sampai sekarang Lokasi yang semula hanya 1 ha, berkembang menjadi 12,00 ha.⁹

⁹ Dokumentasi Selayang Pandang IAIN Tulungagung tahun 2017.

IAIN Tulungagung melakukan kerjasama dengan berbagai stakeholder untuk meningkatkan ketangguhannya dalam membina mahasiswa dan juga sebagai jaminan bahwa lulusan IAIN Tulungagung mempunyai nilai lebih. Kerjasama dilakukan dengan berbagai bank, terutama bank muamalah dan juga beberapa PEMKAB wilayah sekitar. Ini menjadikan IAIN Tulungagung lebih dipercaya dan mempunyai image positif di mata masyarakat. Berbagai strategi juga dijalankan oleh IAIN Tulungagung dalam hal kerjasama dengan stakeholder tersebut.

Dalam hal pembelajaran, IAIN Tulungagung mengadakan kerjasama dengan para guru besar dari luar IAIN Tulungagung, baik dari UIN Maulana Malik Ibrahim Malang maupun UIN Sunan Ampel Surabaya untuk meningkatkan mutu pembelajaran terutama di program pascasarjana. Dalam hal kelembagaan, IAIN Tulungagung menjalin kerjasama dengan beberapa pemangku kebijakan dan juga lembaga yang lain guna mengubah IAIN menjadi UIN.

Dalam hal pengabdian, IAIN Tulungagung sesuai dengan branding-nya yaitu kampus dakwah dan peradaban, bekerja sama dengan beberapa masjid untuk mengadakan safari dakwah. Bahkan spesial pada bulan ramadhan ini, IAIN Tulungagung mengadakan kerjasama dengan salah satu stasiun televisi untuk menayangkan acara khusus gema ramadhan. Bahkan dalam penelitian, IAIN Tulungagung bekerjasama dengan beberapa lembaga pendidikan, lembaga perbankan, lembaga urusan agama, dan sebagainya

yang dipergunakan untuk tempat penelitian. Selain itu, IAIN Tulungagung juga bekerjasama dengan LIPI guna review dan verifikasi hasil penelitian.

Berangkat dari hal itulah maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang peneliti tuangkan dalam tesis yang berjudul “Strategi Hubungan Masyarakat dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Stakeholder (Studi Kasus di IAIN Tulungagung)”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Bertolak dari konteks penelitian di atas, maka secara general penelitian ini terfokus dan ingin mengungkap strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan stakeholder. Fokus tersebut dapat dirinci dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana formulasi kerjasama IAIN Tulungagung dengan stakeholder?
2. Bagaimana proses kerjasama IAIN Tulungagung dengan stakeholder?
3. Bagaimana implikasi dari adanya kerjasama IAIN Tulungagung dengan stakeholder?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan memahami:

1. Formulasi kerjasama IAIN Tulungagung dengan stakeholder.
2. Proses kerjasama IAIN Tulungagung dengan stakeholder

3. Implikasi dari adanya kerjasama IAIN Tulungagung dengan stakeholder.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan memperkaya ilmu pengetahuan tentang strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan stakeholder, sehingga diharapkan bisa segera berbenah dan meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia.
- b. Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan para pembaca, sehingga pembaca akan mengetahui tentang strategi hubungan masyarakat dalam kerjasama dengan stakeholder.

2. Praktis

- a. Untuk Lembaga Pendidikan Islam

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi instansi tersebut dalam hal pengembangan lembaga pendidikan Islam, dimana Humas memegang peran penting melalui kerjasamanya dengan stakeholder yang terkait.

- b. Untuk IAIN Tulungagung

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan motivasi bagi lembaga pendidikan yaitu IAIN Tulungagung yang dijadikan obyek penelitian untuk lebih mengembangkan hubungan dengan masyarakatnya sehingga dapat lebih diterima oleh masyarakat dan mempunyai image yang positif.

c. Untuk pemangku pengambil kebijakan

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi pemangku pengambilan kebijakan yang menyangkut strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan stakeholder

d. Untuk praktisi humas

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan bagi praktisi humas guna menerapkan strategi humas dalam menjalin kerjasama dengan stakeholder.

e. Untuk KEMENAG

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan pertimbangan bagi instansi tersebut dalam pengambilan kebijakan yang menyangkut strategi hubungan masyarakat dalam menjalin kerjasama dengan stakeholder.

f. Untuk peneliti selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan bagi peneliti berikutnya atau peneliti lain yang ingin mengkaji lebih mendalam mengenai topik dengan fokus serta setting yang lain sehingga memperkaya temuan penelitian ini.

E. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah pemahaman serta untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan istilah-istilah dalam judul penelitian ini, maka dalam kesempatan ini penulis memberikan penjelasan agar maksud dan artinya menjadi jelas, sebagai berikut :

1. Konseptual

- a. Strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan.¹⁰
- b. Hubungan masyarakat atau humas adalah segala bentuk komunikasi berencana, keluar dan ke dalam antara sebuah organisasi dengan masyarakat untuk tujuan memperoleh sasaran-sasaran tertentu yang berhubungan dengan saling pengertian.¹¹ Dari pendapat tersebut yang dimaksud dengan strategi adalah keseluruhan tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan. Hubungan masyarakat adalah segala bentuk komunikasi yang terencana antara organisasi dengan masyarakat dengan tujuan membangun saling pengertian antara kedua belah pihak. Maka yang dimaksud dengan strategi humas adalah keseluruhan keputusan tentang tindakan yang dipilih organisasi dalam berkomunikasi dengan masyarakat dengan tujuan-tujuan tertentu.
- c. Kerjasama adalah adalah suatu usaha bersama antara orang perorangan atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama.¹²
- d. *Stakeholder* menurut Freeman dan McVea adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi.¹³ Teori *stakeholder* adalah teori yang

¹⁰Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi*, (Bandung: Armico,1991), 10.

¹¹ Frank Jefkins, *Hubungan Masyarakat* (Jakarta: PT Intermedia, 1992), 2.

¹² *Ibid.*, 4.

¹³Freeman, R.E. dan J. McVea. 2001. "A Stakeholder Approach to Strategic Management". http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263511. SSRN. Diakses tanggal 18-01-2018.

menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggungjawab.

2. Operasional

Maksud dari “Strategi Hubungan Masyarakat dalam menjalin Kerjasama dengan Stakeholder” adalah sebuah penelitian yang membahas tentang keseluruhan keputusan tentang tindakan yang dipilih organisasi dalam berkomunikasi dengan stakeholder untuk melakukan kerjasama dengan stakeholder dalam formulasi kerjasama, dan proses kerjasama dengan stakeholder serta implikasinya terhadap image IAIN Tulungagung di mata masyarakat.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini peneliti membuat laporan dalam bentuk tesis menjadi enam bab, sebagaimana berikut:

Bab satu pendahuluan, dalam pendahuluan ini meliputi latar belakang masalah. Setelah menentukan konteks penelitian, penulis akan merumuskan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian sebagai dasar acuan dalam penelitian sekaligus menentukan tujuan penelitian. Setelah itu, penulis mendeskripsikan tentang kegunaan hasil penelitian, penegasan istilah, serta sistematika pembahasan. Dalam bab ini secara umum pembahasannya berisi tentang latar belakang atau alasan secara teoritis dari sumber bacaan terpercaya dan keadaan realistis di lokasi penelitian. Dengan demikian disimpulkan bab ini menjadi dasar atau titik acuan metodologis dari bab-bab selanjutnya. Artinya bab-bab selanjutnya tersebut isinya adalah

pengembangan teori, yang lebih banyak pada pendukung atau pengokohan sebuah teori yang didasarkan atau diacu pada bab 1 ini sebagai patokan pengembangannya

Pada *Bab kedua* memuat kajian pustaka, pada bab ini peneliti menjelaskan teori dan konsep dari pakar serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus dan pertanyaan penelitian. Kajian teori dari penelitian ini meliputi konsep strategi, Humas pendidikan yang meliputi peran, tujuan, sasaran humas. Juga membahas tentang konsep stakeholder yang meliputi: definisi, macam-macam model stakeholder. Dengan kata lain bab ini berisi teori-teori tentang atau bersangkutan paut tentang strategi humas dalam kerjasama dengan stakeholder.

Selanjutnya pada *Bab ketiga* merupakan metode penelitian yang mengurai tentang pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian. Lebih jelasnya bab ini adalah penguraian tentang alasan penggunaan penelitian lapangan pendekatan kualitatif, studi kasus, posisi atau peran peneliti di lokasi penelitian, penjelasan keadaan secara konkrit lokasi penelitian, dan strategi penelitian yang digunakan agar dihasilkan penelitian ilmiah yang bisa dipertanggungjawabkan.

Bab empat adalah temuan hasil penelitian. Bab ini akan membahas dan menuliskan tentang temuan dari penelitian di IAIN Tulungagung.

Bab lima adalah pembahasan yang berisi temuan-temuan, pembahasan temuan dan proposisi penelitian.

Bab enam adalah penutup yang didalamnya mencakup kesimpulan dan saran.