

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.

Pada era modern saat ini, pengelolaan lembaga pendidikan tidak lagi dapat dilakukan secara konvensional, melainkan memerlukan pendekatan yang lebih strategis dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Salah satu pendekatan penting yang perlu diterapkan adalah upaya memadukan antara kepentingan sosial—yang mencakup tanggung jawab moral dan kontribusi terhadap masyarakat—dengan strategi promosi dan pemasaran yang profesional. Perpaduan antara dua elemen ini menciptakan karakteristik unik pada lembaga pendidikan, yaitu sebagai institusi yang tidak hanya menjalankan fungsi edukatif, tetapi juga mampu beradaptasi dengan dinamika komunikasi publik dan persaingan antarlembaga pendidikan lainnya.

Dalam konteks tersebut, lembaga pendidikan dituntut untuk mampu menyampaikan informasi secara efektif dan efisien kepada berbagai lapisan masyarakat. Pengelolaan informasi ini tidak bisa dilakukan secara sembarangan, melainkan harus dijalankan dengan teknik dan metode yang profesional, berbasis data, serta mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik audiens. Informasi yang disampaikan harus mampu mencerminkan visi, misi, program, dan keunggulan lembaga secara transparan dan menarik, agar publik dapat memahami, menerima, dan memberikan dukungan kepada lembaga pendidikan tersebut.

Fungsi pengelolaan informasi ini mencakup komunikasi kepada dua kelompok besar: publik internal dan publik eksternal. Publik internal meliputi peserta didik, tenaga pendidik, serta staf dan karyawan yang terlibat langsung dalam aktivitas pendidikan di dalam lembaga. Sementara itu, publik eksternal mencakup orang tua peserta didik, masyarakat umum, instansi pemerintah, dunia usaha, serta berbagai pihak lain yang memiliki keterkaitan atau kepentingan dengan lembaga pendidikan tersebut. Setiap kelompok ini memerlukan pendekatan komunikasi yang berbeda, disesuaikan dengan peran, kebutuhan informasi, dan tingkat

keterlibatan mereka terhadap lembaga.

Untuk itu, sangat diperlukan adanya suatu unit kerja atau bagian khusus dalam lembaga pendidikan yang secara khusus menangani fungsi komunikasi dan penyampaian informasi kepada publik secara terencana, strategis, dan berkelanjutan. Unit inilah yang dikenal dengan sebutan Hubungan Masyarakat (Humas). Humas memiliki peranan penting dalam membangun citra positif lembaga, menjalin kemitraan dengan pihak luar, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara lembaga dengan berbagai kelompok masyarakat. Melalui program kerja yang terstruktur, Humas menjadi jembatan komunikasi yang efektif antara lembaga dan seluruh pemangku kepentingannya.

Humas adalah suatu usaha yang sengaja, direncanakan secara berkesinambungan untuk menciptakan saling pengertian antara sebuah lembaga dengan masyarakat. Selain itu, humas bertujuan untuk menciptakan citra positif madrasah kepada *public* (masyarakat). Citra madrasah yang positif dimaksudkan agar madrasah dapat tetap dan meningkatkan kreativitasnya bahkan memberikan manfaat lebih bagi orang lain. Lahirnya humas seperti dipraktikkan sekarang ialah karena adanya kemajuan-kemajuan dalam berbagai macam bidang itu.

Kemajuan yang sekaligus merupakan juga kekuatan-kekuatan dalam masyarakat, memisahkan manusia kedalam berbagai kelompok atau golongan, yang masing-masing mempunyai tujuan sendiri dan berusaha untuk mencapai tujuan itu dengan sebaik-baiknya. Berdasarkan hal-hal tersebut, maka untuk menciptakan kerjasama, hubungan masyarakat merupakan suatu kebutuhan dalam masyarakat dewasa ini, dimana orang-orangnya bergerak diberbagai bidang, misalnya dalam bidang industri, perusahaan, pendidikan, pemerintahan, ekonomi, politik dan sebagainya.

Pada hakekatnya humas merupakan sebuah proses komunikasi antara organisasi dengan publiknya untuk menjalin hubungan yang baik agar tercipta citra serta tercapainya tujuan. Dimana, jika sebuah lembaga pendidikan memiliki citra yang positif maka akan muncul opini yang baik dari masyarakat. Salah satu pendukung dari kinerja humas adalah media massa. Salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pemasar dalam menghadapi perubahan pasar adalah meningkatkan

citra. Melalui kekuatan yang bisa diciptakan oleh lembaga pendidikan akan memperoleh berbagai manfaat. Beberapa riset tentang meningkatkan citra positif lembaga menunjukkan hubungan yang sangat signifikan antara citra yang positif dengan berbagai keuntungan yang dapat diperoleh lembaga pendidikan.

Menentukan sekolah yang terbaik untuk anak-anak merupakan keputusan penting bagi setiap orang tua. Sekolah nasional yang berkualitas tentunya harus memenuhi standar nasional pendidikan. Standar nasional pendidikan menurut peraturan pemerintah nomor 19 tahun 2005 adalah kriteria minimal tentang sistem pendidikan di seluruh wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia. Standar nasional pendidikan meliputi : standar kompetensi lulusan, standar isi, standar proses, standar pendidikan dan tenaga kependidikan, standar sarana dan prasarana, standar pengelolaan, standar pembiayaan, serta standar penilaian.¹

Banyaknya lembaga pendidikan yang bermunculan saat ini, menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Sekolah berusaha mendapatkan siswa sebanyak mungkin tetapi juga melihat kemampuan daya tampung ruang kelas. Dalam mendapatkan siswa yang banyak, lembaga akan menggunakan segala cara demi memenangkan persaingan. Ada yang menggunakan cara-cara baik adapula yang menggunakan cara-cara kotor guna melancarkan persaingan yang berpihak pada lembaga. Tantangan lembaga pendidikan ke depan adalah adanya persaingan yang tinggi sehingga banyak penawaran jasa lembaga pendidikan, meningkatnya tuntutan pelanggan pendidikan atau siswa yang utamamnya pada kualitas dan biaya, kemajuan teknologi komunikasi, informasi dan computer yang merubah semua segi kehidupan.

Sehingga untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan, maka meningkatkan citra positif madrasah merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh lembaga pendidikan untuk menyikapi semakin kompetitifnya persaingan dalam upaya mendapatkan siswa. Dengan meningkatkan citra positif madrasah diharapkan lembaga pendidikan semakin kuat dan kemudian akan mempengaruhi calon siswa dalam memilih lembaga pendidikan.

¹ Peraturan Pemerintah RI No 20, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003,” 2003.

Kemampuan dalam meningkatkan citra positif madrasah sangatlah penting agar masyarakat bisa mengenal sekolah tersebut dengan baik. Citra positif bisa dikembangkan dengan cara sering mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar seperti pameran, kunjungan sosial, kerja bakti atau study lapangan. Bisa juga dengan membuat spanduk yang dipasang di pinggir jalan yang berisi prestasi siswa-siswanya. Hal ini sangat bermanfaat guna membangun citra madrasah mempunyai kegiatan ataupun prestasi yang diunggulkan. Sekolah yang memiliki citra yang positif madrasah maka secara otomatis sekolah bisa bersaing dengan sekolah unggulan yang ada di lingkup daerah tersebut.²

Berdasarkan hasil pengamatan awal yang telah dilakukan, peneliti merasa tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul ***“Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MA Al-Inayah Kota Cilegon.”***

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini mengkaji bagaimana Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga di Madrasah Aliyah Al-Inayah yang berlokasi di Kota Cilegon. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis secara komprehensif strategi-strategi yang diterapkan oleh madrasah dalam meningkatkan citra lembaga dengan berbagai pihak terkait, baik itu siswa, orang tua, masyarakat sekitar, maupun pihak eksternal lainnya.

Adapun fokus penelitian ini yaitu “Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MA Al-Inayah Kota Cilegon”

² Wina Puspita Sari, “Fungsi Dan Peran Humas Di Lembaga Pendidikan,” *Communicology* 7 No.1 (2019): 51–52.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus masalah, penulis merumuskan masalah yang akan diteliti, sebagai berikut:

1. Bagaimana Implementasi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MA Al-Inayah Kota Cilegon?
2. Bagaimana Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MA Al-Inayah Kota Cilegon?
3. Apa Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat pada Pelaksanaan Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MA Al-Inayah Kota Cilegon?
4. Bagaimana Hasil Humas Berdasarkan Evaluasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MA Al-Inayah Kota Cilegon?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Menganalisis dan Mendeskripsikan Implementasi Humas di MA Al-Inayah Kota Cilegon
2. Untuk Menganalisis dan Mendeskripsikan Strategi Humas di MA Al-Inayah Kota Cilegon
3. Untuk Menganalisis dan Mendeskripsikan Faktor Penghambatan dan Faktor Pendukung pada Pelaksanaan Strategi Humas di MA Al-Inayah Kota Cilegon
4. Untuk Menganalisis dan Mendeskripsikan Hasil Humas Berdasarkan Evaluasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga di MA Al-Inayah Kota Cilegon

E. Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari peneliti ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang memperkuat penelitian terdahulu mengenai strategi manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan mengenai manajemen strategi manajemen humas dalam meningkatkan citra lembaga.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi lembaga pendidikan, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pedoman dalam menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat.
- b. Bagi peneliti, sebagai bekal dan menjadi nilai tambah bagi wawasan keilmuan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka secara menyeluruh peneliti membaginya dalam beberapa bagian yang dapat dilihat dalam sistematika pembahasan dibawah ini :

BAB 1 Pendahuluan meliputi ; Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II Landasan Teoretis, terdiri dari; Strategi Humas, Citra Lembaga, Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Lembaga, Penelitian Terdahulu yang Relevan dan Kerangka Berfikir.

BAB III Metodologi Penelitian meliputi; Tempat dan Waktu Penelitian, Metode Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Data dan Sumber Data, Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Uji Kredibilitas Data.

BAB IV Deskripsi Hasil Penelitian, meliputi: Profil Sekolah, Visi dan Misi Sekolah, Hasil Penelitian, Pembahasan dan Hasil Penelitian.

BAB V Penutup, meliputi: Kesimpulan dan Saran.