MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA DI MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 3 JOMBANG

SKRIPSI

Oleh:

Luthfi Khoirotunniswah

D03215016

PRODI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : LUTHFI KHOIROTUNNISWAH

NIM : D03215016

JUDUL : MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA DI MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 3 JOMBANG

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang menjadi rujukan sebelumnya.

Surabaya, 29 November 2019

Pembuat pernyataan

METERAI TEMPEL
492CFAHF196941371
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Luthfi Khoirotunniswah
D03215016

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh:

NAMA :LUTHFI KHOIROTUNNISWAH

NIM : D03215016

JUDUL :MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA DI MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 3 JOMBANG

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 29 November 2019

Mengetahui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Samsul Ma'arif, M. Pd	**M. Nuril Huda, M. Pd**
NIP. 196404071998031003	**NIP.198006272008011006**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Luthfi Khoirotunniswah ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan keguruan, Universitas Negeri Islam Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 17 Desember 2019

Mengesahkan,

Dekan,

Prof. Dr. H. Ali Mas'ud, M.Ag. M.Pd.I
NIP. 196301231993031002

Penguji I,

Prof. Dr. H. Imam Bawani, MA.
NIP. 195208121980031006

Penguji II,

M. Bahri Mustofa, M. Pd.
NIP. 197307222005011005

Penguji III,

Dr. Samsul Ma'arif, M. Pd.
NIP. 196404071998031003

Penguji IV,

M. Nuril Huda, M. Pd
NIP. 198006272008011006

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : LUTHFI KHOIROTUNNISWAH
NIM : D03215016
Fakultas/Jurusan : FTK / MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
E-mail address : luthfiniswah13@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEMBANGUN CITRA LEMBAGA DI MADRASAH TSANAWIYAH NEGERI 3 JOMBANG

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 17 Desember 2019

Penulis

(LUTHFI KHOIROTUNNISWAH)

ABSTRAK

Luthfi Khoirotunniswah (D03215016), Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Dosen Pembimbing I Dr. Samsul Ma'arif, M. Pd, dan Dosen Pembimbing II M. Nuril Huda, M. Pd

Citra dibutuhkan lembaga agar masyarakat memberikan apresiasi sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat. Oleh karena itu Citra lembaga penting dan harus dijaga agar tetap baik di mata publik baik internal maupun eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Lembaga yang diterapkan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan prosedur analisa data yang dimulai dari proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Konsep manajemen humas di Madrasah Tsanwiyah Negeri 3 Jombang dilakukan dengan tahapan Evaluasi diri untuk mengetahui mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan, dan kendala dalam pelaksanaan manajemen humas. Kemudian program kerja yaitu menyusun atau merencanakan kegiatan yang akan dilakukan, dilanjutkan dengan pelaksanaan, dan yang terakhir yaitu control atau pengawasan. Citra Lembaga di MTs N 3 Jombang dikatakan baik karena setiap tahunnya jumlah pendaftar dan peserta didik mengalami peningkatan dan rata″ dari berbagai daerah di nusantara. Dengan begitu respon dari masyarakat dan wali murid juga baik. Manajemen humas dalam membangun citra dilakukan dengan melakukan promosi melalui brosur, website, media sosial, bazar dan lomba atau olimpiade. Juga dengan upaya menjadikan madrasah yang unggul dalam proses belajar mengajar, rekruitmen guru, rekruitmen siswa dan siswi. Mengadakan khotmil qur′an sebagai sarana komunikasi dan silaturrohmi. Kemudian juga melalui kerja sama dengan polisi dan mitra kerja lainnya. Dan dapat dilakukan dengan menyelenggarakan bakti sosial. Dengan adanya kegiatan tersebut bisa membantu masyarakat dan juga menjaga komunikasi antara madrasah dengan masyarakat

Kata kunci : Manajemen Humas, Citra Lembaga, Membangun Citra Lembaga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **iv**
MOTTO ..... **v**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
ABSTRAK ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Definisi Konseptual 9
F. Keaslian Penelitian 12
G. Sistematika Pembahasan 15
BAB II KAJIAN TEORI
A. Konsep Manjemen Humas 17
1. Pengertian Manajemen 17
2. Pengertian Humas 18
3. Pengertian Manajemen Humas 20
4. Fungsi dan Tujuan Humas 20
5. Prinsip-prinsip Manajemen Humas 24
6. Tahapan-Tahapan Manajemen Humas 28

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Citra Lembaga 32
1. Pengertian Citra Lembaga 32
2. Karakteristik Citra Lembaga 34
3. Faktor Pembentuk Citra Lembaga 35
4. Proses Pembentukan Citra Lembaga 38
C. Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Lembaga 39
BAB III METODE PENELITIAN
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 43
B. Lokasi Penelitian 45
C. Sumber Data dan Informan Penelitian 45
D. Teknik Pengumpulan Data 48
E. Prosedur Analisis Data 53
F. Keabsahan Data 55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Deskripsi Tempat Penelitian 57
B. Profil Informan 62
C. Temuan Penelitian 63
D. Analisis Hasil Temuan 82
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 92
B. Saran 94
DAFTAR PUSTAKA 95
LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Peserta Didik

Tabel 4.2 Data Sarana dan Prasarana Pendidikan

Tabel 4.3 Trianggulasi Konsep Manajemen Humas

Tabel 4.4 Prestasi MTs N 3 Jombang

Tabel 4.5 Trianggulasi Citra Lembaga

Tabel 4.6 Trianggulasi Manejemen Humas Dalam Membangun Citra Lembaga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Citra merupakan gambaran yang ada di dalam benak seseorang. Sehingga citra bisa berubah menjadi buruk atau negatif, apabila tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya.[1] Citra yaitu kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap institusi, kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi.[2]

Citra dibutuhkan lembaga agar masyarakat memberikan apresiasi sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat. Oleh karena itu citra lembaga penting dan harus dijaga agar tetap baik di mata publik baik internal maupun eksternal.

Kloter mendefinisikan citra sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki orang terhadap suatu obyek, dimana sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek sangat dipengaruhi oleh obyek tersebut. Hal ini memberikan arti bahwa kepercayaan, ide dan kesan seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku maupun respon yang mungkin akan

[1]Rhenald Kasali, Manajemen Public Relations, Cet.V, (Jakarta: Grafiti 2005), hlm. 30
[2]Chusnul Chotimah, *Strategi Public Relations Pesantran Sidogiri dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam*, ISLAMICA, Vol 7 No 1 (September 2012), hlm 191.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dilakukan.[3] Seseorang yang memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap lembaga pendidikan tentunya akan mendaftarkan dan mempercayakan lembaga pendidikan tersebut untuk menjadi tempat mendidik putra-putri mereka, bahkan tidak menutup kemungkinan untuk mempengaruhi orang lain supaya mempercayakan pendidikan putra-putri mereka pada lembaga pendidikan tersebut.

Yulianita menjelaskan bahwa suatu lembaga yang memiliki citra yang baik memiliki: 1) Pengertian yaitu publik memahami lembaga dalam hal produk/jasanya, aktivitasnya, reputasinya, dsb; 2) Kepercayaan yaitu publik percaya bahwa hal-hal yang berkaitan dengan lembaga benar adanya; 3) Dukunganbaik dalam bentuk material (membeli produk/jasanya) maupun spiritual (dalam bentuk pendapat/pikiran untuk menunjang keberhasilan lembaga); 4) Kerjasama yaitu adanya kerjasama publik yang berkepentingan dengan lembaga guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama.[4] Sedangkan Djoyonegoro mengemukakan bahwa sekolah atau madrasah yang ideal memili indikator-indikator sebagai berikut: 1) Memiliki prestasi bidang akademik maupun bidang non akademik di atas rata-rata sekolah yang ada di daerah tersebut; 2) Menerapkan sistem belajar yang lebih baik serta waktu belajar yang lebih panjang; 3) Melakukan seleksi yang cukup ketat terhadap calon peserta didik baru; 4) Memiliki fasilitas sarana prasarana dan pelayanan

[3]Erwin Indrioko, *Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam*, Jurnal Universum. Vol 9, No. 2 Juli 2015, hlm 265.

[4]Chozinul Mu'alimien, *Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan(Studi Multikasus di SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar)* : Tesis, Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018, hlm 34-35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang lebih lengkap; 5) Mendapat animo atau antusias yang besar dari masyarakat sekitar yang dibuktikan dengan jumlah calon peserta didik lebih banyak daripada kapasitas kelas yang disediakan; 6) Biaya sekolah yang lebih tinggi dari sekolah atau madrasah di sekitarnya.

Oleh karena itu, citra harus dikelola dengan baik melalui hubungan yang harmonis dengan khalayak atau publik, mengingat citra lembaga merupakan cerminan identitas lembaga tersebut. Citra lembaga terbentuk berdasarkan berbagai komponen antara lain reputasi akademis atau mutu akademik dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kinerja profesionalitas kepala madrasah, guru serta staf yang terkait di madrasah, memiliki jaringan organisasi yang baik untuk guru dan orang tua murid, serta kurikulum yang jelas agar tercipta lulusan yang baik pula. Agar masyarakat mengetahui baik buruknya lembaga tersebut maka dibutuhkan peran humas sebagai corong dari lembaga tersebut.

Peran hubungan masyarakat (humas) sangat penting bagi suatu organisasi/lembaga, baik organisasi/lembaga yang berskala kecil maupun organisasi/lembaga berskala besar. Menurut Harsono humas (*public relation*) secara umum diartikan sebagai semua kegiatan yang dilakukan oleh suatu lembaga atau organisasi,dan badan usaha melalui para petugas *public relation* untuk merumuskan organisasi atau struktur dan komunikasi guna menciptakansaling pengertian yang lebih baik antara lembaga dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

khalayaknya (orang-orang yang harus selalu dihubunginya). [5]

Menurut Fank Jefkins sebagaimana dikutip oleh Ropingi El Ishaq *public relations* atau humas adalah sesuatu yang merangkum semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.[6] Definisi ini memberikan pengertian bahwa pada intinya humas senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak yakni perubahan yang positif.

Public relations merupakan salah satu aspek penting di setiap organisasi/lembaga. Dalam hal ini *public relations* sangat dibutuhkan karena merupakan bagian yang sangat menentukan kelangsungan suatu organisasi /lembaga terebut. *Public relations* memiliki fungsi untuk menegakkan citra organisasi yang diwakilinya agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan tidak melahirkan isu-isu yang dapat merugikan organisasi.

Selain itu, *public relations* juga bertujuan untuk memperoleh kepercayaan (*trust*) saling pengertian (*mutual understanding*) dan citra yangbaik (*good image*) dari masyarakat. Sasaran *public relations* adalah mencipatakan opini publik yang *favorale* dan menguntungkan semua pihak.[7]

Humas dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang tujuan serta sasaran yang ingin direalisasikan madrasah, meningkatkan pemahaman

[5]Rachmadi, *Public Relation*, (Jakata: PT Gramedia Pustaka Utama 1992), hlm 14.
[6]Ropingi El Ishaq, *Public Relations* (Malang: Intrans Publishing 2017), hlm7.
[7]Rachmadi, *Public Relation,* hlm 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

madrasah tentang keadaan serta aspirasi masyarakat tersebut terhadap madrasah, meningkatkan usaha orang tua siswa dan guru-guru dalam memenuhi kebutuhan anak didik serta meningkatkan kuantitas serta kualitas bantuan orang tua siswa dalam kegiatan pendidikan madrasah, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya peran serta mereka dalam memajukan pendidikan di madrasah dalam era pembangunan, serta terpeliharanya kepercayaan masyarakat terhadap madrasah serta apa yang dilakukan oleh sekolah. Pentingnya humas memang harus disadari tidak hanya pimpinan organisasi atau yang menangani saja, akan tetapi juga harus disadari oleh semua unit yang ada di organisasi/lembaga itu sendiri.

Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang merupakan madrasah yang berada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang. Pada awalnya, MTs.N 3 Jombang merupakan Madrasah Mualimin Mualimat. Kemudian menjadi Madrasah Tsanawiyah Negeri Tambakberas Jombang. Pada Januari 2018, nama MTs.N Tambakberas resmi menjadi MTs.N 3 Jombang. Memiliki visi “Madrasah unggul, berakhlaqul karimah, kompetitif, dan peduli lingkungan”. Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang berupaya untuk Go Internasional. Animo masyarakat terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang sangat tinggi dilihat dari jumlah siswa mencapai 2600 orang.

Dalam bidang keagaman madrasah tersebut sudah tidak asing lagi di dengar masyarakat sehingga citra dari madrasah tersebut dipandang bagus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh masyarakat sehingga masyarakat bersaing ketat ingin memasukkan putra-putri mereka ke Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.

Berdasarkan hasil pengamatan Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang dapat diketahui bahwa minat masyarakat untuk mendaftar di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang mengalami kenaikan setiap tahunnya dan rata-rata yang mendaftar berasal dari luar kota atau bahkan dari luar jawa. Hal ini dapat dimungkinkan kepercayan publik terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang semakin bertambah. Adanya penambahan jumlah siswa manandakan bahwa humas bekerja keras dalam membangun citra madrasah. Untuk itu peran humas dirasa cukup penting untuk dijadikan media dalam membangun citra positif madrasah, selain itu peran humas juga menjadi media sosialisasi madrasah pada masyarakat serta diharapkan memberikan dukungan terhadap berbagai kegiatan yang dilakasanakan oleh madrasah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul "Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang".

B. Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini yakni mengenai Manajemen Humas dan Citra Lembaga Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan, maka peneliti merumuskan dalam pertanyaan sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Bagaimana konsep manajemen humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang?
2. Bagaimana konsep citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang?
3. Bagaimana manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan konsep manajemen humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.
2. Mendeskripsikan konsep citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.
3. Mendeskripsikan dan menganalisis manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.

D. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan gagasan baru terkait manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan. Sedangkan manfaat utama dari penelitian ini yakni untuk memperkaya kajian keilmuan dalam bidang manajemen pendidikan islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan menambah wawasan keilmuan untuk penelitian mengenai manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek keilmuan (teoritis): Hasil penelitian ini diharapkan memberi tambahan khazanah keilmuan yang baru tentang manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan.
2. Aspek terapan (praktis):
   a. Untuk lembaga: Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk diterapkan dalam praktik lembaga pendidikan tersebut tentang manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan.
   b. Untuk program studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI): Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk pengembangan keilmuan mengenai manajemen humas.
   c. Untuk peneliti: Kegiatan penelitian ini dijadikan sebagai sarana melatih diri dalam penulisan karya ilmiah yang baik dalam bidang manajemen pendidikan sekaligus sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Konseptual

Definisi konseptual atau definisi operasional merupakan petunjuk yang digunakan peneliti untuk menjelaskan dan mengukur variabel penelitian secara kongkrit.[8] Definisi konseptual diperlukan untuk menghindari kesalahpahaman dalam menafsirkan judul, oleh karena itu peneliti akan memperjelas definisi konseptual terkait judulManajemen Humas dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Berikut rincian definisi operasionalnya:

1. Manajemen Humas

a. Manajemen

Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan, kata ini digabung menjadi kata kerja yaitu *manager* yang artinya manangani.Dalam bahasa inggris istilah kata kerjanya disebut dengan *to manage*, dengan kata benda *management*, dan *manager* untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Kemudian, dalam KBBI, managemen diterjemahkan dengan manajemen atau pengelolaan.[9]

b. Humas

Humas adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari

[8]Nanag Martono, *Metode Penelitian Sosial,* Cet ke-1 (Jakarta: Raja Grafindo, 2015), 67.
[9]Onisimus Amtu, *Manajemen Pendidikan di Era Otonomi Daerah* (Bandung: Alfabeta 2013), hlm.1-2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

publik/masyarakat. Sasaran humas adalah menciptakan opini publik yang *favourable* menguntungkan semua pihak.[10]

c. Manajemen Humas

Manajemen humas menurut Mc Elreath berarti penelitian, perencanaan, pelaksanan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan *open house* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.[11]

2. Citra Lembaga

a. Citra

Citra (*image*) yaitu suatu gambaran yang ada di dalam benak seseorang. Sehingga citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya. Maka dalam kaitannya dengan tugas dan fungsi humas sebagai wakil dari lembaga yang mengkomunikasikan informasi kepada publik dituntut untuk mampu menjadikan

[10]Rachmadi, , Public Relations, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 1996), hlm 6.
[11]Ibid, hlm 31.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat memahami suatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaganya.[12]

d. Lembaga

Lembaga dijelaskan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah badan atau organisasi yang tujuannya melakukan suatu penyelidikan keilmuan atau melakukan suatu usaha.[13]

Jadi yang dimaksud dengan citra lembaga yaitu suatu kesan atau persepsi yang dirasakan oleh seseorang tentang citra dalam suatu lembaga secara keseluruhan yang tertampilkan dalam perilaku personal warga sekolah.

Djoyonegoro mengemukakan bahwa sekolah atau madrasah yang ideal memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

a. Memiliki prestasi bidang akademik maupun bidang non akademik di atas rata-rata sekolah yang ada di daerah tersebut.
b. Menerapkan sistem belajar yang lebih baik serta waktu belajar yang lebih panjang.
c. Melakukan seleksi yang cukup ketat terhadap calon peserta didik baru.
d. Memiliki fasilitas sarana prasarana dan pelayanan yang lebih lengkap.

[12]Rhenald Kasali, Manajemen Public Relations, Cet.V, (Jakarta: Grafiti 2005), hlm. 30
[13]Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia), hlm 808.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Mendapat animo atau antusias yang besar dari masyarakat sekitar yang dibuktikan dengan jumlah calon peserta didik lebih banyak daripada kapasitas kelas yang disediakan.

f. Biaya sekolah yang lebih tinggi dari sekolah atau madrasah di sekitarnya.

F. Keaslian Penelitian

Sebelum melaksanakan penelitian ini peneliti terlebih dahulu melakukan penelusuran untuk menghindari adanya pembahasan yang sama dengan karya tulis yang lain. Berdasarkan penelusuran tersebut peneliti tidak menemukan adanya penelitian yang secara khusus membahas tentang manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Namun, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Untuk mengetahui letak posisi penelitian dengan penelitian sebelumnya, berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan berdasarkan hasil pencaraian peneliti:

1. Skripsi Skripsi atas nama Parhan yang berjudul " Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan Pesantren (Studi Kasus di Pondok Pesantren Thohir Yasin Lenbang" tahun 2017. Penelitian ini mengulas bagaimana proses manajemen humas dalam mengembangkan lembaga tersebut. Penelitian ini sama sama membahas tentang manajemen humas. Namun terdapat perbedaan metode yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digunakan, penelitian terdahulu menggunakan metode studi kasus sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan teori Frank Jefkins dan Mc Elreath dalam menjelaskan manajemen humas, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teori Harlow. Kemudian obyek yang digunakan juga berbeda, penelitian ini menggunakan obyek MTsN 3 Jombang, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan obyek Pondok Pesantren Thohir Yasin Lenbang.

2. Skripsi dari Afifatun Mudawamah dengan judul "Pengaruh Manajemen Hubungan Masyarakat Terhadap Peningkatan Kepuasan Layanan Akademik di Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah 12 La" tahun 2010. Penelitian tersebut mengulas pengaruh manajemen humas terhadap peningkatan kepuasan layanan akademik di suatu lembaga pendidikan. Namun terdapat perbedaan metode yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitaf sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan teori Frank Jefkins dan Mc Elreath dalam menjelaskan manajemen humas, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan teori Harlow. Obyek yang dgunaka berbeda, penelitian ii menggunakan obyek MTsN 3 Jombang, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan obyek SMP Muhammadiyah 12 La.
3. Skripsi dari Usrotul Afifah dengan judul "Manajemen Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Kualitatif Rumah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta)" tahun 2016. Penelitian ini mengulas bagaimana manajemen public relations dalam membangun citra di suatu perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan sama, yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini memiliki persamaan fokus penelitian yang membahas tentang manajemen public relations dalam membangun citra. Namun terdapat perbedaan teori yang digunakan tentang citra lembaga, penelitian terdahulu menggunakan teori Simamora, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori Kotler. Obyek yang digunakan pun juga berbeda, penelitian ini menggunakan obyek MTsN 3 Jombang sedangkan penelitian terdahulu menggunakan obyek Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta.

Dari hasil pemaparan ketiga penelitian terdahulu di atas, terdapat beberpa persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini, yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Ketiga penelitian tersebut menggunakan jenis dan teknik penelitian yang berbeda-beda, yaitu studi kasus, kualitatif deskriptif, dan kuantitatif.
2. Ketiaga penelitian tersebut dan penelitian ini pada hakikatnya memiiki kesamaan pembahasan yaitu membahas tentang manajemen humas dan membangun citra lembaga. Namun penelitian ini menggunakan dasar teori yang berbeda dari teori yang telah digunakan oleh penelitian terdahulu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Penelitian ini menggunakan permasalahn penelitian pada obyek penelitian yang berbeda sehingga hasil analisis dan temuan dilapangan akan menghasilkan penelitian yang berbeda.

G. Sistematika Pembahasan

Agar memudahkan pembaca dalam memahami pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti mengelompokkan menjadi lima bab yang setiap bab terdiri dari sub-sub yang saling berkaitan. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini sebagai berikut:

Bab I :Merupakan bab pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah,fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

Bab II :Merupakan bab landasan teori. Bab ini memaparkan secara teoritis variable penelitian mengenai manajemen humas dengan rincian, pengertian manajemen humas, fungsi dan tujuan humas, prinsip-prinsip humas, serta tahapan-tahapan humas; citra lembaga pendidikan dengan rincian pengertian citra lembaga pendidikan, karakteristik citra lembaga pendidikan, faktor pembentuk citra lembaga pendidikan, serta proses pembentukan citra.

Bab III :Merupakan bab metode penelitian. Bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sumber data dan informan penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur analis data, keabsahan data.

Bab IV :Merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini menyajikan hasil data yang diperoleh di lapangan yang berisikan gambaran umum objek penelitian dan penyajian data. Menganalisis temuan di lapangan atau data yang diperoleh seperti pada fokus penelitian tentang manajemen humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang, citra Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang, serta manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang, yang selanjutnya akan dianalisis dengan kajian teori pada bab dua.

Bab V :Merupakan penutup. Bab ini adalah bab terakhir yang memuat tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Manajemen Humas

1. Pengertian Manajemen

Manajemen berasal dari bahasa latin, yaitu dari kata *manus* yang berarti tangan dan *agere* yang berarti melakukan, kata ini digabung menjadi kata kerja yaitu *manager* yang artinya manangani. Dalam bahasa inggris istilah kata kerjanya disebut dengan *to manage*, dengan kata benda management, dan manager untuk orang yang melakukan kegiatan manajemen. Kemudian, dalam KBBI, managemen diterjemahkan dengan manajemen atau pengelolaan.[14]

Menurut G.R Terry manajemen sebagai suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya.[15]

Sedangkan menurut Stoner manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pemimpin, dan evaluasi penggunaan semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah

[14]Onisimus Amtu, *Manajemen Pendidikan di Era Otonomi Daerah* (Bandung: Alfabeta 2013), hlm.1-2
[15]Badrudin, *Dasar-Dasar Manajemen* (Bandung: Alfabeta 2014) hlm 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ditetapkan. Richard juga mengemukakan bahwa manajemen adalah pencapaian tujuan organisasional secara efektif dan efisien melalui perencanan, pengelolaan, kepemimpinan, dan pengendalian sumber daya organisasi.[16]

2. Pengertian Humas

Humas atau hubungan masyarakat berasal dari Bahasa Inggris, yaitu *Public Relations* yang diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia. Humas merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari publik atau masyarakat. Humas memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang*favourable* menguntungkan semua pihak.[17]

Menurut Fank Jefkins sebagaimana dikutip oleh Ropingi El Ishaq, *public relations* atau humas adalah sesuatu yang merangkum semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Definisi ini memberikan pengertian bahwa setiap kegiatan yang dilakukan public relations selalu direncanakan dengan baik dan tidak hanya untuk kepentingan luar organisasi, tetapi juga bermanfaat untuk pihak di dalam organisasi.[18]

---

[16]Yakub Vico Hisbanarto, *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan* (Yogyakarta: Graha Ilmu 2014), hlm. 47-48.
[17]Rachmadi,*Public Relations*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 1996), hlm 6.
[18]Ropingi El Ishaq, *Public Relations* (Malang: Intrans Publishing 2017), hlm7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Rex Harlow dalam bukunya *A Model for Public Relations Educations for Professional Practices,* yang dikutib oleh Syarifuddin dan Suryanto menyatakan *public relations* adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, yang menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, kerja sama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan atau permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menanggapi opini publik, mendukung manajemen untuk mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikas yang sehat dan etis sebagai sarana utama.[19]

Public Relations adalah suatu upaya untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu lembaga atau organisasi dengan pihak masyarakat atau publik melalui suatu proses komunikasi timbal balik, saling mempercayai, dan menciptakan citra yang positif.[20]

Humas merupakan usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu lembaga/organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Hubungan harmonis

[19]Syarifuddin S. Gasing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Andi Offset 2016), hlm 9-10.
[20]Rosady Ruslan, *Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2002), hlm 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini timbul dengan adanya *mutual understanding*, *mutual confidence*, dan *image* yang baik.[21]

3. Pengertian Manajemen Humas

Manajemen humas menurut Mc Elreath berarti penelitian, perencanaan, pelaksanan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan *open house* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.[22]

2. Fungsi dan Tujuan Humas

Menurut F. Rachmadi fungsi humas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern dalam rangka menanamkan pengertian,menumbuhkan motivasi dan pertisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan organisasi.[23]

Menurut pakar humas international Cutlip & Centre and Canfied, menjelaskan fungsi *public relations* adalah sebagai berikut:

---

[21]Rachmadi, *Public Relations*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 1996), hlm 20.
[22]Ibid, hlm 31.
[23]Rachmadi, *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gramedia 1992) hlm21.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).

b. Membina hubungan yang harmonis antara lembaga/organisasi dengan publiknya, sebagai khalayak sasarannya.

c. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap lembaga/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.

d. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang-saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.

e. Menciptakan komunikasi dua arah timbal-balik, mengatur arus informasi publik serta pesan dari lembaga/organisasi ke publikya atau terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagai kedua belah pihak.[24]

Fungsi humas itu sendiri yaitu membantu manajemen dalam melaksanaan kebijakan-kebijakan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan berbagai macam publik.[25]

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan fungsi *public relations* atau humas adalah membantu menciptakan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga (organisasi) dengan

[24]Ropingi El Ishaq, *Public Relations Teori dan Praktek*, (Malang: Intrans Publishing 2017) hlm 29.
[25]Deddy Djamaluddin Malik, *Humas membangun Citra dengan Komunikasi*, Cet Kedua, (Bandung: Remaja Rossdakarya 2005) hlm13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

puliknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik atau masyarakat dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan bagi lembaga/organisasi.

Sedangkan tujuan utama *public relations* adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu ataupun kelompok saat saling berubungan, melaui dialog dengan semua golongan, persepsi, sikap dan opininya terhadap suatu kesuksesan sebuah organisai.

Menurut Frank Jefkins sebagaimana dikutib oleh Syarifuddin dan Suryanto mendefinisikan tujuan *public relations* sebagai berikut:

a. Untuk mengubah di mata publik terkait dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan organisasi/lembaga.
b. Untuk meningkatkan bobot kualitas calon pegawai.
c. Untuk menyebarluaskan cerita sukses yang telah dicapai organisasi kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
d. Untuk memperkenalkan organisasi kepada masyarakat luas, serta membuka pangsa pasar baru.
e. Untuk memperbaiki hubungan antara organisasi dengan masyarakat jika terjadi peristiwa yang mengakibatkan kecaman atau salah paham.
f. Untuk mendidik para pengguna atau konsumen supaya lebih efektif dan mengerti ketika memanfaatkan produk organisasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Untuk mempersiapkan penerbitan saham tambahan atau karena adanya organisasi yang *go public*.

h. Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.

i. Untuk memastikan para politisi benar-benar memahami kegiatan atau produk yang positif supaya organisasi yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang dan kebijakan yang merugikan.

j. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan.[26]

Menurut Frisda Kusumastuti, ada tiga tugas humas dalam organisasi atau lembaga yang berhubungan erat dengan tujuan dan fungsi humas. Ketiga tugas tersebut antara lan:

a. Menginterpresikan, menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik, kemudian direkomendasikan kepada manajemen untuk merumuskan kebijakan organisasi/lembaga.

b. Mempertemukan kepentingan organissi/lembaga dengan kepentingan publik.

[26]Syarifuddin S. Gasing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Andi Offset 2016), hlm 106-107.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Mengevaluasi program-program organisasi/lembaga khususnya uyang berkaitan dengan publik.[27]

Dapat disimpulkan dari penjelasan di atas tujuan *public relations* atau humas adalah untuk menciptakan dan memelihara hubungan saling percaya dengan publik dan memperoleh kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dengan publik dalam rangka menjalin kerjasama yang baik.

3. Prinsip-Prinsip Manajemen Humas

Kegiatan hubungan sekolah dengan masyarakat akan berhasil mencapai sasaran, baik dalam arti sasran masyarakat/orang tua yang dapat diajak kerjasama maupun sasaran hasil yang diinginkan, maka beberapa prinsip-prinsip pelaksanaan di bawah ini harus menjadi pertimbangan dan perhatian.

Beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dan dipertimbangkan dalam pelaksanaan humas adalah sebagai berikut:

a. *Integrity*

Prinsip ini mengandung makna bahwa semua kegiatan hubungan masyarakat harus terpadu, dalam arti apa yang dijelaskan, disampaiakan dan disuguhkan kepada masyarakat harus informasi yang terpadu antara informasi kegiatan akademik maupun informasi kegiatan yang bersifat non akademik. Hindarkan sejauh mungkin

[27]Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, (Jakarta: Ghalia Indonesia 2002), hlm 25.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

upaya menyembunyikan kegiatan yang telah, sedang dan akan dijalankan oleh sekolah, untuk menghindari salah persepsi serta kecurigaan terhadap sekolah.

b. *Continuity*

Prinsip ini berarti bahwa pelaksanan hubungan sekolah dengan masyarakat, harus dilakukan secara terus menerus. Jadi pelaksanaan humas jangan hanya dilakukan secara insedental atau sewaktu-waktu. Perkembangan informasi, perkembangan kemajuan sekolah, permasalahan belajar siswa selalu muncul dan tumbuh setiap saat, maka diperlukan penjelasan informasi yang terus menerus dari sekolah untuk masyarakat/orang tua murid, sehingga mereka sadar akan pentingnya keikutsertaan mereka dalam meningkatkan mutu pendidikan putra-putrinya.

c. *Simplicity*

Prinsip ini menghendaki agar dalam proses humas yang dilakukan baik komunikasi personal maupun komunikasi kelompok pihak pemberi informasi (sekolah) dapat menyederhanakan berbagai informasi yang disajikan kepada masyarakat.Informasi yang disajikan kepada masyarakat melalui pertemuan langsung maupun melalui media hendaknya disajikan dalam bentuk sederhana sesuai dengan kondisi dan karakteristik pendengar (masyarakat setempat).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. *Coverage*

Kegiatan pemberian informasi hendaknya menyeluruh dan mencakup semua aspek, factor atau substansi yang perlu disampaikan dan diketahui oleh masyarakat, misalnya program ekstra kurikuler, kegiatan kurikuler, *remedial teaching* dll. Prinsip ini juga mengandung makna bahwa segala informasi hendaknya lengkap, akurat dan *up to date*.

e. *Constructiveness*

Program humas sekolah hendaknya konstruktif dalam arti sekolah memberikan informasi yang konstruktif kepada masyarakat. Dengan demikian masyarakat akan memberi-kan respon hal-hal positif tentang sekolah serta mengerti dan me-mahami secara detail berbagai masalah (*problem* dan *constrain*) yang dihadapi sekolah.

f. *Adaptability*

Program hubungan sekolah dengan masyarakat hendaknya disesuaikan dengan keadaan di dalam lingkungan masyarakat tersebut. Penyesuaian dalam hal ini termasuk penyesuaian terhadap aktivitas, kebiasaan, budaya (culture) dan bahan informasi yang ada dan berlaku di dalam kehidupan masyarakat. Bahkan pelaksanaan kegiatan hubungan dengan masyarakat pun harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat.[28]

[28]Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Medeia Akademi 2016), hlm 125-129.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Oxley juga mengemukakan prinsip-prinsip *public relations*/humas. Adapun prinsip-prinsip tersebut yaitu:

a. *Public relations* lebih berfungsi sebagai teknik ketimbang ilmu.
b. Pendekatan rasional dalam perencanaan *public relations* lebih menjamin efektivitas *publik relations*.
c. Pendekatan yang sistematis dalam perencanaan *public relations* berarti bertindak untuk kemajuan.
d. *Public relations* merupakn fungsi manajemen.
e. *Public relations* yang efektif adalah komunikasi yang efektif.
f. Kontrak dengan organisasi *publik relations* eksternal hanya diperlukan bila tuntunan tugas berada diluar kemampuan dan sumber daya yang ada dalam organisasi.
g. Para praktisi *public relations* sekuat tenaga mendukung kliennya dan terus berupaya untuk mendorong kepentingan kliennya.
h. Dalam *public relations*, survei sosiologis hanya dijalankan oleh orang-orang yang terlatih.
i. Untuk menentukan opini publik tertentu pada suatu permasalahan, baik melakukan survei maupun membuat referensi yang handal, harus relevan dengan survei dan referensi sebelumnya.
j. *Public relation* berupanya membanun dan memelihara saling pengertian antar organisasi dan publik-publiknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

k. Dalam *public relations*, setiap publik dipandang secara berbeda dan ada banyak gaya relasi individual yang jumlahnya sama dengan jumlah relasi yang mesti dibentuk.

l. Tujuan nyata dan mutlak *public relations* adalah memberi sumbangan pada objektif organisasi.[29]

4. Tahapan-Tahapan Manajemen Humas

Cutlip dan Center mengemukakan sebagaimana dikutib oleh F. Rachmadi terdapat empat lengkah yang biasa dilakukan dalam proses *public relations* yaitu:

a. *Fact Finding*

Fact finding atau penemuan fakta dilakukan untuk mengetahui apakah situasi dan pendapat dalam masyarakat menunjang atau justru menghambat kegiatan organisasi, lembaga, atau perusahaan.

b. Planning

Planning atau perencanaan merupakan bagian penting di dalam usaha memperoleh opini publik yang menguntungkan. Perencanaan ini merupakan bidang yang cukup penting karena menghubungkan kegiatan komunikasi dengan kepentingan dan organisasi ataupun lembaga.

c. Communication

[29]Ropingi El Ishaq, *Public Relations* (Malang: Intrans Publishing 2017), hlm 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tahapan komunikasi tidak lepas dari perencanaan tentag bagaimana mengkomunikasikan dan apa yang dikomunikasikan. Bagaimana mengkomunikasikan sesuatu dan apa yang dikomunikasikan sebenarnya tidak lepas dari tujuan yang hendakdicapai melalui kegiatan public relations. Kegiatan omunikasi dapat berbentu lisan, tertulis, visual atau dengan menggunakan lambang-lambang tertentu.

d. Evaluation

Setelah komunikasi dilaksanakan, maka suatu organisasi atau lembaga tentu ingin mengetahui dampak atau pengaruhnya terhadap publik atau khalayak. Hal ini dilakukan melalui evaluasi.[30]

Secara rinci tahapan-tahapan dalam proses *public relations* menurut Lesly adalah sebagai berikut:

a. Menganalisis iklim umum sikap dan relasi organisasi dengan lingkungannya.

Setiap institusi berfungsi didalam sebuah "jagat" atau sistem, dan institusi tersebut bergantung pada segala sesuatu yang berlangsung dalam totalitas, ini sangatlah penting untuk memahami sebaik mungkin kecenderungan-kecenderungan di dalam sistem itudan bagaimana organisasi akan dipengaruhi oleh kecenderungan-kecenderungan tersebut. Termasuk kedalamnya "perasaan" mengenai sikap terhadap organisasi dan terhadap bidang tempat

[30]F. Rachmadi, *Public Relations dalam Teori dan Pratek Aplikasi dalam Badan Usaha Swasta Lembaga Pemerintah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

organisasi berada, di antara berbagai publik yang berhubungan dengan organisasi.

b. Menentukan sikap setiap kelompok terhadap organisasi.

Kelompok-kelompok tersebut bisa karyawan, pemegang saham, customer, atau bagian lain dari publik. Bila sikap kelompok-kelompok tersebut diketahui, maka kita bisa melihat apakah ada kesalah pahaman terhadap organisasi dan dimana kebijakan dan tindakan organisasi yang menimbulkan opini yang tidak *favourable*.

c. Menganalisis kondisi opini.

Pengkajian ini bisa saja mengungkapkan ketidak senangan dikalangan kelompok-kelompok tadi. Analisis akan membantu penyusunan rencana untuk memperbaiki opini yang berkembang pada berbagai kelompok yang menjadi keperdulian perusahaan atau organisasi.

d. Mengantisipasi masalah-masalah potensial, kebutuhan, atau peluang.

Analisis dan survey yang dilakukan bisa membuat organisasi memperkirakan apa yang akan berkembang dari sikap berbagai kelompok tadi. Karena itu, bisa direkomendasikan atau direncanakan tindakan yang sesuai untuk kondisi seperti itu.

e. Merumuskan kebijakan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Analisis juga bisa saja menunjukan kebijakan organisasi yang mana yang perlu diubah untuk memperbaiki sikap kelompok-kelompok tersebut terhadap organisasi.

f. Merencanakan sarana untuk memperbaiki sikap satu kelompok. Dengan memahami apa yang dipikirkan publik terhadap organisasi dan klarifikasi kebijakan organisasi yang mempengaruhi opini publik, maka landasan untuk tindakanpun sudah tersedia. Selanjutnya, pemprograman kegiatan yang memberi penjelasan tentang organisasi yang akan mengatasi kesalah pahaman dan akan mendorong *goodwill.*

g. Menjalankan kegiatan yang terencana. Pada tahap ini, perangkat-perangkat *public relations* seperti publisitas, iklan, dan kegiatan karyawan mulai dijalankan. Ini merupakan tahapan *public relations* yang paling kasat mata.

h. Umpan balik, evaluasi, dan penyesuaian.

Bagaimanapun kondisi akan terus berubah dan *public relations* berfungsi member sumbangan sekaligus dipengaruhi perubahan, sehingga menjadi penting untuk terus mengkaji publik.[31]

[31]Rosady Ruslan, *Kampanye Pubic Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2002), hlm 54.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Citra Lembaga

2. Pengertian Citra Lembaga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, citra merupakan kata benda yang berrti rupa, gambaran, gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, organisasi, perusahaan, atau produk.[32]Sedangkan persamaan kata citra dalam Bahasa Inggris yaitu *image* yang berarti gambar, patung, kesan, bayang-bayang, dan tamsilan atau pelukisan.[33]

Sebagaimana dikutip oleh Ropingi El Ishaq, Bill Canton mendefinisikan citra adalah "*Image is the impression, the feeling, the conception ehich the public has of company, a conciouslly created impression of an object, person or organization*" (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahan atau organisasi, kesan yang dengan segaja diciptakan dari suatu obyek, orang, atau organisasi).[34]

Menurut Jalaluddin Rakhmat, citra merupakan gambaran obyektif mengenai realitas, yang dapat membantu seseorang dalam menyesuaikan diri dengan relitas kongkret dalam pengalaman seseorang. Sedangkan Katz menjelaskan citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu

---

[32]Pusat Bahasa, *Kamus Bear Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional 2008), hlm 289.
[33]John M. Echolas dan Hasan Shadily, *Kamus Bahasa Inggris Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 1993), hlm 331.
[34]Ropingi El Ishaq, *Public Relations* (Malang: Intrans Publishing 2017), hlm 161.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aktivitas. Citra merukan kata yang bermakna abstrak (intangible), sehingga sulit diukur tetapi keberadaannya dapat dirasakan.[35]

Kotler menefinisikan citra sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki orang terhadap suatu obyek, dimana sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek sangat dipengaruhi oleh obyek tersebut. Hal ini memberikan arti bahwa kepercayaan, ide dan kesan seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku maupun respon yang mugkin akan dilakukan.[36]

Dari definisi di atas, citra dapat disimpulkan sebagai suatu kesan, gambaran, dan sesuatu yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu obyek (benda, orang, lembaga, organisasi/perusahaan). Baik kesan tersebut muncul dengan sendirinya ataupun sengaja dibentuk oleh seseorang atau perusahaan yang bersangkutan.

Citra (*Image*) yaitu suatu gambaran yang ada didalam benak seseorang. Sehingga citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya. Maka dalam kaitannya dengan tugas dan fungsi humas sebagai wakil dari lembaga yang mengkomunikasikan informasi kepada publik dituntut untuk mampu menjadukan masyarakat memahami suatau pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaganya.[37]

---

[35]Ibid..
[36]Erwin Indrioko, *Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam*, Jurnal Universum. Vol 9, No. 2 Juli 2015, hlm 265.
[37]Renald Kasali, *Manajemen Public Relations*, Cet V, (Jakarta: Grafiti 2005), hlm 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan pengertian lembaga dijelaskan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah badan atau organisasi yang tujuannya melakukan suatu penyelidikan keilmuan atau melakukan suatu usaha.[38]

Maka dapat disimpulkan citra lembaga yaitu suatu kesan atau persepsi yang dirasakan oleh seseorang tentang citra dalam suatu lembaga secara keseluruhan yang tertampilkan dalam perilaku personal warga sekolah.

3. Macam-macam Citra Lembaga

Menurut Frank Jefkins yang dikutip oleh Rosady Ruslan dalam bukunya Manajemen Public Relations terdapat beberapa jenis citra lembaga yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Citra bayangan, yaitu citra yang dianut oleh orang dalam tentang pandangan luar terhadap organisasi atau lembaganya. Citra ini biasanya melekat pada seseorang yang berada dalam lembaga tersebut (warga sekolah). Citra ini terbentuk akibat kurangnya informasi warga sekolah mengenai pandangan-pandangan dari masyarakat luar. Citra ini biasanya melekat pada pemimpin lembaga terkait dengan pandangan yang dimiliki oleh orang lain. Pemimpin tersebut selalu merasa bahwa semua orang memiliki pandangan yang positif terhadap lembaganya, padahal perasaan pemimpin tersebut tidaklah nyata dikarenakan perasaan tersebut hanyalah sebuah

[38]Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Ggramedia), hlm 808.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

fantasi. Oleh sebab itu perasaan tersebut dianggap sebagai citra bayangan.

b. Citra yang diharapkan (wish image) merupakan suatu citra yang diinginkan atau diharapkan oleh pihak manajemen lembaga atau organisasi. Citra ini tidak sesuai dengan realita yang ada (citra yang sebenarnya). Biasanya citra yang diharapkan akan lebih baik daripada citra yang ada pada saat ini.

c. Citra yang berlaku (Current image) adalah suatu pandangan yang dimiliki oleh masyarakat luar mengenai suatu organisasi atau lembaga. Citra ini tidak berbeda jauh dengan citra bayangan, artinya citra ini muncul akibat pengalaman dari masyarakat luar yang masih terbatas. Citra ini bergantung dari banyak dan tidaknya informasi yang telah diterima masyakat luar dari suatu lembaga. Citra ini biasanya berupa kesan baik dari masyarakat mengenai lembaga atau berbagai hal lain yang berkaitan dengan output atau produk dari lembaga tersebut.

d. Citra perusahaan atau citra lembaga yaitu citra suatu organisasi atau lembaga secara keseluruhan, yang tidak hanya dilihat dari kualitas produk atau pelayanannya saja. Citra ini dapat terbentuk dari berbagai hal, misalnya dari segi sejarah dan keberhasilan yang gemilang, proses manajemen yang baik, kualitas output atau produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan, hubungan organisasi atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lembaga dengan pihak lain (relasi), reputasi yang dimiliki lembaga dan lain sebagainya.

e. Citra Penampilan (performance image) merupakan citra yang lebih ditujukan kepada subjek suatu lembaga, bagaimana kinerja pelayanan atau penampilan diri para profesional lembaga pendidikan yang ada di lingkungan sekolah. Citra penampilan ini dapat dilihat dari proses pelayanan suatu lembaga pendidikan, misalnya dalam memberikan berbagai bentuk dan kualitas pelayanannya harus sesuai dengan prosedur pelayanan yang ditujukan guna memberikan kesan baik dari para pelanggan pendidikan.

f. Citra majemuk adalah citra yang telah melekat pada individu, cabang, dan perwakilan yang sangat banyak. Masing-masing dari lembaga itu telah memiliki citra yang berbeda-beda. Untuk meminimalisir citra yang tidak diinginkan, maka suatu lembaga perlu menegaskan berbagai aturan. Citra ini merupakan pelengkap dari citra lembaga, misalnya dalam suatu yayasan pendidikan yang memiliki lebih dari satu jenjang pendidikan mengenalkan identitas lembaga dengan ciri khas tersendiri.[39]

4. Karakteristik Citra Lembaga

Citra tidak bisa diukur dengan sistematis, hanya bisa dideskripsikan. Kenyataannya citra itu bersifat abstrak hanya wujudnya yang dapat dirasakan melalui penilaian negatif ataupun positif.

[39] Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005) hlm 74.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui citralah akan mempengaruhi opini publik sekaligus menyebarkan makna-makna bersifat informasi, sebab semakin baik kesan yang dipersepsikan oleh masyarakat akan semakin baik juga citra lembaga tersebut. Citra yang baik dalam suatu lembaga biasanya dapat dilihat dari logo lembaga tersebut, sebab dari adanya logo atau lambang tersebut akan lebih mudah menarik perhatian atau pengenalan lembaga tersebut. Logo suatu lembaga harus dirancang secara khusus dan unik kemudian harus ditampilkan pada setiap obyek yang bisa digunakan sebagi media publikasi, misalnya banner, surat edaran, brosur atau dalam seragam atau atribut lembaga tersebut. [40]

Dalam setiap lembaga pendidikan senantiasa menyandang citra yang positif maupun negatif, kedua macam citra tersebut bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku di masyarakat. Citra yang ideal adalah kesan yang sepenuhnya didasarkan pada pengalaman, pengetahuan, dan pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya.[41] Citra merupakan salah satu bentuk respect dan rasa hormat dari masyarakat terhadap suatu lembaga yang dilihat sebagai badan usaha atau personelnya yang baik, dipercaya, professional dan dapat diandalkan dalam pemberian pelayanan yang baik kepada konsumen.[42]

---

[40]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), hlm 260.
[41]M Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hlm 69-70.
[42]Rosady Ruslan, *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemluihan Citra*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1994), hlm 66.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Citra lembaga pendidikan yang baik perlu dibangun dan ditumbuhkan. Membangun citra yang baik bisa melalui kepercayaan, pengertian, dukungan dan kerjasama. Yulianita menjelaskan bahwa suatu lembaga yang memiliki citra yang baik memiliki: 1) Pengertian yaitu publik memahami lembaga dalam hal produk/jasanya, aktivitasnya, reputasinya, dsb; 2) Kepercayaan yaitu publik percaya bahwa hal-hal yang berkaitan dengan lembaga benar adanya; 3) Dukunganbaik dalam bentuk material (membeli produk/jasanya) maupun spiritual (dalam bentuk pendapat/pikiran untuk menunjang keberhasilan lembaga); 4) Kerjasama yaitu adanya kerjasama publik yang berkepentingan dengan lembaga guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama.[43]

Sedangkan Djoyonegoro mengemukakan bahwa sekolah atau madrasah yang ideal memili indikator-indikator sebagai berikut:

g. Memiliki prestasi bidang akademik maupun bidang non akademik di atas rata-rata sekolah yang ada di daerah tersebut.

h. Menerapkan sistem belajar yang lebih baik serta waktu belajar yang lebih panjang.

i. Melakukan seleksi yang cukup ketat terhadap calon peserta didik baru.

[43]Chozinul Mu'alimien, *Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan(Studi Multikasus di SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar)* : Tesis, Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018, hlm 34-35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

j. Memiliki fasilitas sarana prasarana dan pelayanan yang lebih lengkap.

k. Mendapat animo atau antusias yang besar dari masyarakat sekitar yang dibuktikan dengan jumlah calon peserta didik lebih banyak daripada kapasitas kelas yang disediakan.

l. Biaya sekolah yang lebih tinggi dari sekolah atau madrasah di sekitarnya.

4. Faktor Pembentuk Citra Lembaga

Ada beberapa faktor atau hal yang dapat membentuk citra, yaitu:

a. Identitas Fisik. Secara fisik, sebuah organisasi atau individu dapat dilihat dari pengenal visual, audio, dan media komunikasi yang digunakan. Pengenal visual misalnya nama yang melekat, logo, gedung, dan lobi sebuah kantor. Pengenal audio misalnya sebuah organisasi memiliki *jingle* atau lagu yang mencerminkan corak organisasi. Pengenal media berhubungan dengan media yang digunakan organisasi untuk memperkenalkan citra diri, misalnya berupa *company profile*, brosur, laporan tahunan, berita dan lain-lain. Beragam pengenal tersebut biasanya mencerminkan identitas, visi, misi, dan sifat si pemilik.

b. Identitas Nonfisik. Identitas nonfisik berhubungan dengan identitas organisasi yang tidak dapat dilihat dengan mata telanjang. Misalnya sejarah, filosofi, dan budaya di dalam organisasi, sistem punish and

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

reward, susunan manajemen, kepercayaan, nilai kemanusiaan yang ditanamkan, dan lain sebagainya.

c. Kualitas Hasil, Mutu, dan Pelayanan. Selain identitas, citra sebuah organisasi juga dibentuk oleh hasil dan mutu produk. Artinya, sebuah produk yang dirancang, baik barang atau jasa, mencerminkan kualitas manajemen. Semakin baik sebuah hasil kerja dengan dibarengi mutu yang terjaga, citra organisasi tentu semakin baik. Untuk menunjang hasil dan menjaga kebaikan mutu dimata konsumen, organisasi harus memaksimalkan pelayanan. Bentuk "pelayanan bintang lima" tentunya akan sangat berkesan di mata konsumen. Memaksimalkan pelayanan juga bentuk PR yang ideal.

d. Aktivitas dan Pola Hubungan. Jika sebuah oragnisasi sudah mempunyai produk dengan mutu terjaga, maka menjaga hubungan dengan konsumen dan rekan bisnis tentu harus selalu dicatat. Aktivitas dan pola hubungan dengan individu, jaringann dan sumber daya di luar organisasi mencerminkan citra organisasi. Memberikan respons jujur dan memperlihatkan tanggung jawab adalah pola dasar.[44]

5. Proses Pembentukan Citra Lembaga

Citra merupakan kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan.

[44]Syarifuddin S. Gasing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Andi Offset 2016), hlm 158.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu obyek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut.

Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto mengemukakan, terdapat empat komponen pembentukan citra:

a. Persepsi, diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan dengan kata lain. Individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi inilah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra.Persepsi atau pandangan individu akan positif apabila informasi yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

b. Kognisi,yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus keyakinan ini akan timbul apabila individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dapat memperngaruhi perkembangan kognisinya.

c. Motivasi yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegitan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

d. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi obyek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakann kecenderunganuntuk berperilaku dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cara-cara tertentu, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan dan diinginkan, sikap mengandung aspek evaluative artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenagkan, sikap juga diperhitungkan atau diubah.[45]

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa proses pembentukan citra menunjukkan bagaimana stimulus (rangsang) yang berasal dari persepsi, kognisi, motivasi, dan sikap dalam mempengaruhi respon, yang pada akhirya dapat mempengaruhi sikap dan perilaku publik atau masyarakat.

C. Manajemen Humas dalam Membangun Citra Lembaga

Dalam era globalisasi, lembaga pendidkan dituntut untuk memberikan manajemen pelayanan yang profesional kepada masyarakat. Saat ini masyarakat sebagai salah satu konsumen lembaga pendidikan semakin kritis dan realistis dalam memilih lembaga pendidikan. Hal tersebut menuntut lembaga pendidkan untuk terus meningkatkan citra positif lembaga.[46] Di sisi lain, peningkatan citra sekolah membutuhkan manajaemen yang profesional, oleh karena itu pembentukan citra tidak dapat lepas dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.[47]

---

[45]Soleh Sumirat dan Evinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2008), hlm 116.
[46]Hasbullah, Dasar-dasar Ilmu Pendidikan, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 1999), hlm 104
[47]Jamal Ma'mur Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*, (Yogyakarta: Diva Press, 2015), hlm 210-213.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebagaimana pemaparan diatas, dalam meningkatkan citra positif lembaga dibutuhkan peran para praktisi humas sekolah. Humas sekolah memiliki fungsi perkoordinasian yaitu sebagai penghubung, penyatu, dan penyelaras masyarakat dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan sehingga berjalan secara tertib dan mencapai tujuan yang diinginkan.[48]

Upaya lembaga pendidikan dalam memperoleh citra positif atas produk pendidikan yang dihasilkan yaitu dengan memperkenalkan lembaga tersebut. Memperkenalkan lembaga juga diebut sebagai publikasi lembaga. Dengan adanya publikasi lembaga akan semakin dikenal dan diminati oleh pelanggan atau konsumen pendidikan atas produk dan jasa yang ditawarkan. Publikasi lembaga dapat dilakukan melalui kegitan rapat bersama, menggelar bazar madrasah, pameran, penerbitan majalah, dan lain sebagainya.

Upaya atau strategi pencitraan sekolah dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas kerja kepala sekolah, pendidik, dan tenaga kependidikan.
2. Mengikutsertakan sekolah dalam kegiatan-kegiatan lomba atau olimpiade, dengan tujuan sebagai sarana untuk meraih prestasi sekolah maupun siswa.

[48]Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), hlm 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Membangun jaringan kerja (network) atau hubungan baik dengan orang tua murid dan masyarakat dengan tujuan untuk menjalin kerjasama yang baik.
4. Peningkatan layanan dalam bidang akademik maupun non akademik yang prima dan kepemilikan akreditasi sekolah yang baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam sebuah penelitian. Hal tersebut dikarenakan berhasil atau tidaknya sebuah penelitian juga tergantung pada tepat dan tidaknya metode penelitian yang digunakan.

Berikut akan dibahas beberapa hal yang berhubungan dengan metodologi penelitian yang dijadikan sebagai landasan konspetual dalam penelitian ini. Adapun metode yang digunakan peneliti yakni sebagai berikut:

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Berkaitan dengan fokus penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam melakukan penelitian ini. Krik dan Miller sebagaimana yang dikutip oleh Moleong mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif merupakan proses pencarian data yang didasarkan pada pengamatan manusia dalam mengamati objek penelitian yang kemudian disampaikan menurut bahasa peneliti.[49] Nanang Martono dalam bukunya berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggambarkan kehidupan sosial manusia dengan cara

[49]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Ofset 2009), hlm 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menganalisis dunia sosialnya berdasarkan sudut pandang peneliti.[50] Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif lebih menekankan pada analisis proses penyimpulan deduktif dan induktif serta dinamika hubungan antara fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam menyusun penelitian ini dikarenakan data-data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata atau narasi dan bukan berbentuk angka. Selain itu proses analisis datanya menggunakan interpretasi bukan statistik. Sehingga jenis pendekatan yang mampu menjawab alasan tersebut yakni pendekatan kualitatif.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Metode deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan apa yang terjadi pada objek yang diteliti berdasarkan kenyataan atau kejadian sebenarnya tanpa adanya analisa khusus. [51] Penelitian deskriptif berusaha mangamati objek secara cermat, rinci, dan teliti untuk menemukan masalah dan gejala sosial yang terjadi di masyarakat.

Jadi dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif-deskriptif yang merupakan jenis penelitian yang hanya menggambarkan dan menganalisis aktivitas atau peristiwa yang

[50]Nanang Martono, *Merode Penelitian Sosial,*Cet ke-1 (Jakarta: Raja Grafindo, 2015)hlm 212.
[51]Imam Bawani, *Metodologi Penelitian Pendidikan Islam,* Cet ke-1 (Sidoarjo: Khazanah Ilmu, 2016), hlm 113.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terjadi bukan untuk menguji hipotesis. Adapun peritiwa atau aktivitas yang dideskripsikan yang berkaitan dengan manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang, yang merupakan salah satumadrasah yang berada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang. Secara geografis Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang terletak di Jl. KH. A. Wahab Hasbullah Gg. III Tambakberas Jombang. Peneliti mengambil lokasi penelitian di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang didasarkan adanya kesesuaian masalah yang diteliti dengan fakta di lokasi. Pemilihan tersebut disarkan alasan yaitu Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang memiliki citra positif yang baik dengan dibuktikan dengan bertambahnya jumlah peminat setiap tahunnya dan rata-rata peminatnya dari luar kota.

C. Sumber Data dan Informan Penelitian

1. Sumber Data

Data yaitu kumpulan informasi atau bahan yang didapat melalui suatu metode pengumpulan data yang kemudian diolah dan dilakukan analisis yang pada akhirnya akan menghasilkan temuan baru.[52] Sumber data yakni dari mana data diperoleh. Menurut Lofland dan Lofland yang

[52]Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* Cet ke-2 (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm 116.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikutip oleh moleong berpendapat bahwa sumber utama data dalam penelitian kualitatif yakni kata-kata dan aktivitas, adapun selain itu seperti dokumen, berkas, tulisan merupakan data tambahan.[53] Data yang diperoleh bisa berupa data primer maupun data sekunder.

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya atau sumber pertama dan dijadikan sebagai bahan utama dalam penelitian. [54] Martono mendefinisikan data primer sebagai data yang didapat oleh peneliti langsung melalui sumber aslinya di lokasi penelitian dengan wawancara atau hasil pengamatan peneliti sendiri.[55] Data primer juga dapat berupa catatan atau dokumen yang dimiliki oleh informan. Data primer diperoleh dari kepala sekolah dan humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Adapun data primer yang dibutuhkan yakni mengenai manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan diMadrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat berdasarkan informasi secara tidak langsung misalnya data hasil penelitian orang lain, data dari media masa, buku, catatan, arsip orang lain. Data sekunder ini berfungsi sebagai pendukungdan melengkapi data

[53]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* hlm 157.
[54]Irfan tamwifi, *Metodologi Penelitian,* Cet ke-1 (Surabaya: UINSA Press, 2014),hlm 129.
[55]Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial,* hlm 65.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

primer, nilai data sekunder ini lebih rendah dibandingkan dengan data primer.[56] Data sekunder ini dapat diperoleh dari perpustakaan, pusat arsip atau bisa dengan membaca buku atau penelitian sebelumnyayang ada kaitannya dengan judul penelitian yang akan dilaksanakan. Adapun bentuk data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu profil sekolah.

Karena penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif maka, data yang peneliti kumpulkan dalam penelitian ini hanya data deskriptif yang berbentuk kata-kata verbal, narasi, pernyataan responden, catatan lapangan atau dokumen. Data tersebut diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumen resmi, dan arsip.

2. Informan penelitian

Sebelum mencari data di lapangan, terlebih dahulumenentukan informan dan subyek penelitiannya. Informan penelitian merupakan seseorang yang dapat dimintai informasi atau keterangan yang dibutuhkan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.[57] Sedangkan menurut Bagong Suyanto informan merupakan orang yang dapat memberikan keterangan atau informasi lengkap mengenai data penelitian yang dibutuhkan oleh peneliti.[58] Suyanto membagi informan penelitian menjadi tiga, yaitu informan kunci, informan utama, dan informan

[56]Irfan Tamwifi, *Metodologi Penelitian,* hlm129.
[57]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian,* (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), hlm 38.
[58]Bagong Suyanto & Sutinah, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan,* Cet ke-7 (Jakarta: Kencana Prenada, 2013), hlm 72.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tambahan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan informan kunci dan informan utama, yaitu:

a. Informan kunci (*key informan*)

Informan kunci adalah informan yang menjadi sumber utama untuk mendapatkan data pokok penelitian.[59] Adapun informan kunci dalam penelitian ini adalah kepala madrasah dan wakil kepala bidang humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.

b. Informan tambahan

Informan tambahan adalah informan yang tidak terlibat langsung dalam interaksi sosial objek penelitian akan tetapi dapat memberikan informasi.[60] Adapun informan tambahan dalam penelitian ini adalah guru dan wali murid Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dipakai oleh peneliti untuk mendapatkan data penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh peneliti dalam melakukan sebuah penelitian. Peneliti akan kesulitan memperoleh data yang dibutuhkan apabila tidak memahami teknik pengumpulan data yang benar. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

[59]Ibid
[60]Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Observasi

Metode ini merupakan cara pengumpulan data yang dilaksanakan melalui pengamatan. Menurut Irfan observasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati obyek penelitian. [61] Marshal berpendapat bahwa dengan menggunakan metode observasi peneliti dapat mempelajari perilaku dan maksud dari perilaku tersebut. [62] Nanang Martono mendefinisikan observasi sebagai proses memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dengan memanfaatkan pancaindra.[63] Dari berbagai definisi tersebut dapat dipahami bahwa metode observasi yaitu upaya untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan dengan cara mengamati suatu objek yang kemudian mencatat temuan dari obyek yang telah diselidiki dalam kaitannya dengan pokok permasalahannya yang dibahas.

Penelitian ini menggunakan metode observasi langsung dan jenis observasi partisipasi pasif. Dengan menggunaan metode observasi langsung, peneliti terjun ke lapangan melakukan pengamatan guna mendapatkan data-data yang dibutuhkan untuk diolah dan dianalisis. Dalam observasi partisipasi pasif, peneliti hanya hadir dalam lokasi penelitian untuk melakukan pengamatan tanpa terlibat langsung dalam

[61]Irfan Tamwifi, *Metodologi Penelitian,* hlm 229.
[62]Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R & D,* Cet ke-23 (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm 226.
[63]Nanang Martono, *Metode Penelitian Sosial,* hlm 239.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

aktivitas subjek penelitian.[64] Metode ini peneliti gunakan untuk memperoleh data tentang:

a. Hubungan kerjasama antara kepala sekolah dan wakil kepala sekolah bidang humas dengan masyarakat (wali murid).

b. Gambaran kepala sekolah,wakil kepala sekolah bidang humas, dan guru tentang manajemen humas dan citra lembaga

c. Kesan masyarakat (wali murid) terhadap madrasah

2. Wawancara

Metode ini merupakan cara pengumpulan data yang diperoleh melalui dialog dengan mengajukan pernyataan-pernyataan sistematis dan didasarkan pada tujuan penelitian. Menurut Moleong wawancara merupakan proses tanya jawab antara *interviewer* (pewawancara) dengan *interviewee* (terwawancara) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.[65] Nazir mendefinisikan wawancara sebagai kegiatan memperoleh informasi dalam kegiatan penelitian dengan cara penanya melakukan tanya jawab dengan narasumber dan berpedoman pada pemandu wawancara (*interview guide*). [66]

Ada tiga macam teknik wawancara yaitu, wawancara terstruktur (*structured interview),* wawancara semiterstruktur (*semistructure*

[64]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,*hlm 227.
[65]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* Cet ke-26 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm 186.
[66]Moh. Nazir, *Metodologi Penelitian,* Cet ke-4 (Jakarta: Rajawali Press, 1999), hlm 234.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

interview), dan wawancara tidak terstruktur (*unstructured interview*).[67] Karena kebutuhan dan informasi dapat berkembang setiap saat, maka penelitian ini menggunakan teknik wawancara semistruktur. Wawancara semistruktur merupakan perpaduan antara wawancara terstruktur dengan wawancara tidak terstruktur. Peneliti menggunakan pedoman wawancara namun subjek penelitian diberikan kebebasan dalam mengemukakan ide dan pendapatnya terkait pertanyaan yang diberikan dengan tetap dibatasi tema dan alur pembicaraan. Jadi, pertanyaan yang telah dibuat dalam pedoman wawancara dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan namun tetap fokus pada masalah penelitian. Wawancara dilakukan dengan beberapa pihak yang dapat memberikan informasimengenai manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Untuk memperoleh data wawancara yang akurat peneliti menggunakan pedoman wawancara dan buku catatan.

Tabel 3.1. Kebutuhan Data Wawancara

Informan	Data yang dibutuhkan
Wakil kepala madrasah bidang humas	1. Manajemen humas, yang meliputi pengertian manajemen humas, fungsi dan tujuan humas, prinsip-prinsip humas, serta tahapan dan sasaran humas. 2. Citra lembaga pendidikan, meliputi faktor pembentuk citra, manfaat, serta proses pembentukan citra.. 3. Manajemen humas dalam membangun citra lembaga

[67]Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* hlm 233.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	pendidikan.
Kepala Madrasah	1. Manajemen humas, yang meliputi pengertian manajemen humas, fungsi dan tujuan humas, prinsip-prinsip humas, serta tahapan dan sasaran humas. 2. Citra lembaga pendidikan, meliputi faktor pembentuk citra, manfaat, serta proses pembentukan citra.. 3. Manajemen humas dalam membangun citra lembaga pendidikan.
Guru	Pandangan mengenai citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.
Wali Murid	Pandangan mengenai citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data-data dalam bentuk berkas seperti buku, catatan, majalah, surat kabar, notulen, agenda, dan lain-lain yang mana dokumen tersebut berhubungan dengan masalah penelitian sehingga dapat dijadikan sumber data penelitian.[68] Scott membagi dokumen menjadi dua, dokumen primer dan dokumen sekunder. Dokumen primer yaitu dokumen yang dihasilkan oleh pihak yang mengalami peristiwa atau kejadian tersebut (pihak pertama), sedangkan dokumen sekunder dihasilkan oleh pihak yang tidak megalami peristiwa atau kejadian (pihak kedua), dokumen sekunder juga bisa dihasilkan dari dokumen primer.[69]

[68]Irfan tamwifi, *Metodologi Penlitian,* hlm 235.
[69]Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk kebutuhan ini peneliti menghubungi bagian humas Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang agar memperoleh data tentangmanajemen humas dalam membangun citra. Adapun dokumen primer yang peneliti butuhkan yaitu dokumen yang berkaitan dengan program kerja yang dibuat oleh humas. Sedangkan dokumen sekunder yaitu dokumen tentang profil sekolah, dokumen tentang jumlah guru dan pegawai, dokumen tentang keadaan peserta didik.

E. Prosedur Analisis Data

Analisa data merupakan upaya mengelola data yang diperoleh dari lapangan mulai dari mengumpulkan data, mengorganisasikan data, memilah data, mengklasifikasikan, mensitesiskannya, menemukan data-data yang penting yang kemudian menentukan data apa saja yang akan ditulis dalam penelitian.[70]

Miles dan Huberman sebagaimana yang dikutip oleh Sugiyono menyatakan bahwa proses analisis data dalam penelitian kualitatif saling berkaitan satu sama lain dan berjalan secara terus menerus sampai mencapai titik jenuh. Proses tahapan analisis data dimulai dari proses *data collection* (pengumpulan data), *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *conclusion drawing/ verification* (penarikan kesimpulan atau verifikasi).[71] Berikut penjelasannya:

[70]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* hlm 248.
[71]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* hlm 246.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

   Pengumpulan data merupakan proses memperoleh, mencari, dan mencatat data yang ada di lapangan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, maupun angket terkait dengan judul penelitian. Dalam penelitian kualitatif proses pengumpulan data dilakukan secara terus menerus, sebelum penelitian, saat penelitian, dan pada akhir penelitian. Jadi, proses pengumpulan data dapat dilakukan sepanjang penelitian, tidak ada pembagaian waktu tersendiri. [72]

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

   Dikarenakan banyaknya jumlah data yang didapatkan selama penelitian maka perlu dilakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses memilah data, menentukan mana data yang penting, data-data pokok, dan data yang diperlukan dalam penelitian. Data yang diambil harus relevan dan sesuai dengan masalah penelitian. Data yang tidak dibutuhkan atau tidak sesuai dengan tema akan dihapus.[73]

3. *Data Display* (Penyajian Data)

   Langkah selanjutnya yaitu menyajikan data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat ditampilkan dalam bentuk uraian naratif, skema, kaitan antara bagian satu dengan yang lain, dan sejenisnya.

[72]Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untu Ilmu-Ilmu Sosial,* hlm 164.
[73]Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,*hlm 247.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penyajian data bertujuan untuk mempermudah dalam memahami hasil penelitan.[74]

4. *Conclussion Drawing/ Verification* (penarikan kesimpulan atau verifikasi)

Langkah keempat dalam menganalisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam penelitian kualitatif kesimpulan merupakan jawaban dari fokus masalah. Kesimpulan ini berisikan penemuan baru yang sebelumnya tidak ada.[75]

F. Keabsahan Data

Penelitian kualitatif cenderung banyak dipengaruhi oleh pendapat peneliti, hal tersebut tentunya akan berpengaruh pada hasil akhir dari penelitian. Oleh karena itu dibutuhkan adanya pemeriksaan keabsahan data dengan tujuan untuk mengurangi kesalahan data yang dikumpulkan sehingga data yang diperoleh bisa dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan.

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini menggunakan teknik trianggulasi. Trianggulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Trianggulasi dalam pengujian kreadibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.[76]

---

[74]Sugiyono, *Metodologi Penenlitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* hlm 249.
[75]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* hlm 252.
[76]Ibid, hlm 372.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Trianggulasi Sumber

Trianggulasi sumber digunakan peneliti untuk mengecek data yang telah diperolehmelalui beberapa sumber sampai mencapai titik jenuh.[77] Dengan menggunakan triangulasi sumber, hasil wawancara yang dilakukan dengan wakil kepala humas akan peneliti bandingkan dengan data wawancara yang dilakukan dengan kepala sekolah dan informan lainnya.

b. Trianggulasi Teknik

Trianggulasi teknik digunakan peneliti untuk mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.[78] Trianggulasi ini digunakan peneliti untuk memperoleh data peran humas dan citra lembaga melalui metode wawncara, observasi dan mencocokkan dengan dokumen-dokumen terkait.

c. Triangulasi waktu

Trianggulasi waktu digunakan peneliti untuk menguji kreadibilitas data dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu, hari dan situasi kondisi yang berbeda-beda.[79] Maka pengecekan bisa dilakukan secara beruang-ulang sampai ditemukan kepastian datanya.

[77]Ibid, hlm 373.
[78]Ibid, hlm 375.
[79]Ibid, hlm 376.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Tempat Penelitian

Gambaran umum yang akan diuraikan berdasarkan hasil penelitian meliputi lokasi, sejarah, dan visi misi Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang.

1. Lokasi Penelitian

Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang merupakan salah satu madrasah yang berada di bawah naungan Yayasan Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambakberas Jombang.

Adapun MTs Negeri 3 Jombang terletak di Jalan KH. Abdul Wahab Chasbullah Gg. III, Dusun Tambakberas, Desa Tambakrejo Kecamatan Jombang, Kabupaten Jombang, tepatnya kurang lebih 3 km sebelah utara kota Jombang.

2. Sejarah MTs N 3 Jombang

Kota Jombang merupakan basis dari pondok pesantren. Hal tersebut dapat diketahui dengan adanya berbagai pondok pesantren yang tumbuh dan berkembang dengan pesat. Salah satu dari pesantren tersebut adalah Pondok Pesantren Bahrul Ulum. Bahrul Ulum merupakan pemberian nama oleh KH. Abdul Wahab Hasbullah tahun 1967. Pada tahun 1969, ketika Menteri Agama waktu itu KH. M. Dahlan berkunjung

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ke Tambakberas telah disepakati bersama antara KH. Abdul Wahab dan KH. M. Dahlan untuk mendirikan madrasah.

Secara resmi Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) 3 Jombang dibuka pada tanggal 4 Maret 1969 sesuai dengan Surat Keputusan (SK) Menteri Agama RI No. 23 Tahun 1969 dengan nama Madrasah Tsanawiyah Agama Islam Negeri (MTsAIN) Tambakberas Jombang. Pada saat itu keberadaan MTsN masih bergabung dengan Muallimin dengan masa pendidikan selama 6 tahun, yaitu :

1. Kelas I, II dan III Mualimin menjadi MTs.AIN (Madrasah Tsanawiyah Agama Islam Negeri).
2. Kelas IV, V dan VI Mualimin menjadi MAAIN (MadrasahAliyahAgama Islam Negeri).

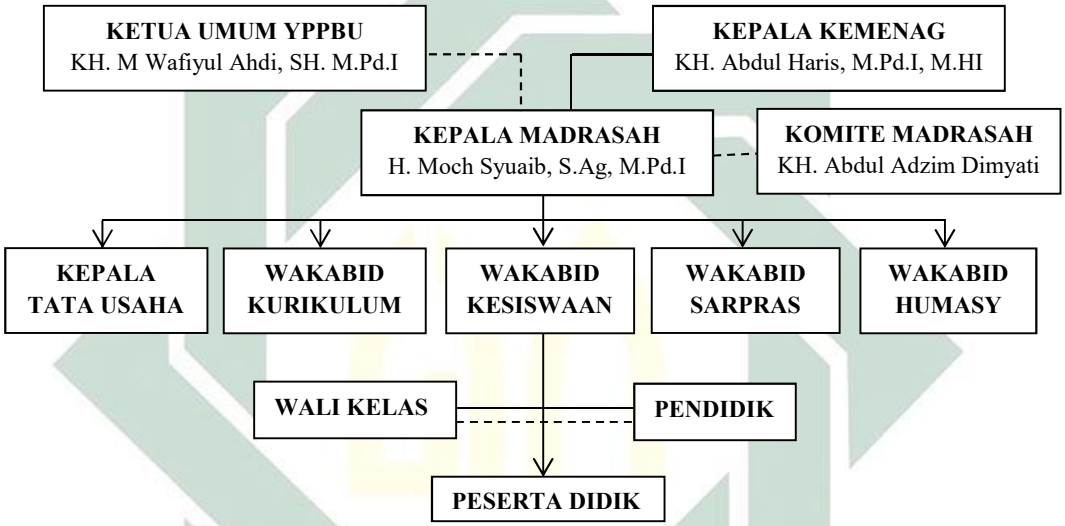
Pada saat diresmikannya Muallimin menjadi MTs.AIN jumlah kelasnya sudah lengkap yaitu 3 (tiga) kelas dengan jumlah peserta didik 191 orang, sedang untuk peserta didik putri pada saat itu belum ada. Pendaftaran peserta didik putri dibuka pada tahun ajaran berikutnya, tahun 1973. Pembukaan pendaftaran peserta didik putri tidak mengalami hambatan, karena kelas I Muallimin telah siap menerima lulusan peserta didik kelas VI MI Bahrul Ulum 1972 untuk tahun ajaran 1972. Kedua madrasah tersebut sama-sama masih eksis serta berkembang pesat sampai sekarang.

Sejak didirikan hingga menjadi MTs N, lembaga ini sudah lima kali mengalami pergantian kepala madrasah, namun selalu terus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengalami kemajuan dan perkembangan. Masyarakat dan orang tua yang tergabung dalam komite diwakili oleh pengurusnya selalu berperan aktif sebagaimana fungsinya memberikan kontribusi dalam memajukan madrasah.[80]

3. Struktur Organisasi MTs.N 3 Jombang[81]



4. Visi dan Misi

Visi Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang adalah "Madrasah unggul, berakhlaqul karimah, kompetitif dan peduli lingkungan". Sedangkan misi dari MTs Negeri 3 Jombang adalah:

a. Melaksanakan manajemen ISO 9001-2015
b. Melaksanakan dan mengikuti workshop pendidik dan tenaga kependidikan secara berkala
c. Melaksanakan rekruitmen peserta didik baru

[80] *Buku Profil MTs N 3 Jombang* 2019
[81] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Melaksanakan rekruitmen pendidik dan tenaga kependidikan
e. Menyediakan lingkungan, sarana dan prasaran yang sesuai SNP
f. Melaksakan dan mengembangkan pembelajaran sesuai kurikulum yang berlaku
g. Membuat buku panduan akhlakul karimah dan menerapkanya
h. Melaksanakan kepedulian social lingkungannya
i. Melaksanakan kewirausahaan di lingkungan Madrasah
j. Melaksanakan pembinaan, pembiasaan, pengawasan dan penilaian
k. Melaksanakan reward dan punishman pendidik, tenaga kependidikan dan peserta didik
l. Melaksanakan pembinaan dan mengikutkan lomba guru berpresatis
m. Melaksanakan pembinaan dan mengikutkan olimpiade
n. Melaksanakan pembinaan dan meningkatkan perolehan rata – rata Ujian Nasioanal
o. Melaksanakan pembinaan ekstra kurikuler secara intensif
p. Melaksanakan program kepedulian lingkungan dan mencapai prestasi tingkat ASEAN
q. Melaksanakan budaya peduli lingkungan
r. Melaksanakan 5 nilai madrasah (Kesolehan, Kejujuran, Kearifan, Kepedulian dan Kesadaran)
s. Melaksanakan pembelajaran berbasis IT
t. Melaksanakan Program Bahasa Asing

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

u. Melaksanakan Internasional Class Program (ICP)[82]

5. Data Peserta Didik[83]

Tabel 4.1

Data Peserta Didik

Tahun Pelajaran	Jumlah Peserta Didik			Jumlah Tamatan		
	L	P	Jumlah	L	P	Jumlah
2014-2015	896	1231	2127	312	318	630
2015-2016	976	1248	2224	305	431	736
2016-2017	989	1260	2249	268	414	682
2017-2018	1027	1385	2412	307	369	676
2018-2019	1040	1502	2542	291	485	776

6. Data Sarana dan Prasarana Pendidikan[84]

Tabel 4.2

Data Sarana dan Prasarana

Jenis Ruang	Jumlah (Ruang)	Luas (M-2)	Kondisi Ruang (Jml. Rg)		
			B	RR	RB
Ruang Tamu	1	12	B		
Laboratorium IPA	1	72	B		
Laboratorium Bahasa	1	72	B		
Laboratorium Komputer	1	80	B		
Perpustakaan	2	64	B		
Ruang Koperasi/Toko	2	24	B		
Ruang BP/BK	2	16	B		

[82] *Buku Profil MTs N 3 Jombang* 2019
[83] Ibid.
[84] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ruang Kepala Sekolah	1	24	B		
Ruang Pendidik	1	136	B		
Ruang Kurikulum	1	68	B		
Ruang Humasy	1	34	B		
Ruang Kesiswaan	1	68	B		
Ruang Kelas	64	3304	B		
Ruang TU	1	63	B		
Ruang Osis	2	21	B		
Ruang UKS	2	98	B		
Ruang Ibadah/Musholla	2	160	B		
Ruang GSG	1	350	B		
Kamar Mandi/WC Tendik	5	80	B		
Kamar Mandi/WC Peserta Didik	35	958	B		
Gudang	5	48	B		
Kantin UKS	22	748	B		
Lapangan Olahraga (Basket, Voli, Tennis Meja, Takrow, Lompat Jauh, Bulu Tangkis, Futsal)	2	750	B		
Radio UKS FM	1	55	B		
Audio Visual	43	-	B		
R. ICT Center	1	12	B		
Ruang Kuliner	1	24	B		

B. Profil Informan

Profil subjek dalam penelitian ini sengaja disamarkan dengan memakai inisial sesuai dengan kode etik penelitian. Ada beberapa subjek yang memiliki tugas dan wewenang yang berbeda dan memberikan berbagai infomasi yang berbeda. Deskripsi informan secara detail dideskripsikan sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Profil Informan I

Subjek utama adalah ENH (nama inisial), berjenis kelamin perempuan, berumur 45 tahun. Informan ini menjabat sebagai wakil kepala bidang humasy dan pengasuh pondok Al-Asy'ariyah.

b. Profil Informan II

Informan pendukung pertama adalah MS (nama inisial), berjenis kelamin laki-laki dan berusia 49. Informan ini menjabat sebagai kepala MTs.N 3 Jombang.

c. Profil Informan III

Informan pendukung kedua adalah ZB (nama inisial), berjenis kelamin laki-laki, berusia 30 tahun. Informan ini sebagai salah satu guru di MTs. N 3 Jombang.

d. Profil Informan IV

Informan Pendukung ketiga yaitu EM (nama inisial), yang berjenis kelamin perempuan , berusia sekitar 45 tahun. Informan ini sebagai salah satu wali murid di MTs.N 3 Jombang.

C. Temuan Penelitian

Pada bagian ketiga mendeskripsikan hasil temuan-temuan penelitian yang merupakan uraian dari fokus penelitian yaitu mengenai manajemen humas dalam membangun citra lambaga di MTs. Negeri 3 Jombang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Konsep Manajemen Humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang

Secara umum pengertian manajemen humas yaituproses perencaaan, pelaksanaan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi antara organisasi dengan publiknya.Hal tersebut sesuai dengan ungkapan dari Wakil Kepala Bidang Humasy MTs N 3 Jombang sebagai berikut:

> "Manajemen humas yaitu kita memanage/mengelola bagaimana hubungan antara siswa dengan guru, guru dengan guru, mempublikasikan yang baik dari madrasah ke masyarakat sebagai jembatan komunikasi antara pihak madrasah dengan wali murid atau masyarakat."[85]

Kepala MTs N 3 Jombang juga mengungkapkan bahwa manajemen humas merupakan kegiatan mengelola hubungan antara sekolah dengan warga sekolah dan masyarakat. Sebagaimana diungkapkan sebagai berikut:

> "Manajemen humas itu ya kegiatan mengelola hubungan sekolah dengan warga sekolah yaitu dengan guru, siswa dan wali murid. Seperti mengadakan silaturrami dengan guru dan wali murid. Juga mengelola hubungan dengan komite sekolah dan kerja sama denga dunia usaha dan industri"[86]

Berdasarkan pendapat dari narasumber ENH dan MS mengungkapkan manajemen humas merupakan kegiatan pengelolaan

[85]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019
[86]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

antara pihak sekolah dengan warga sekolah meliputi guru dan siswa serta kerjasama dengan pihak luar.

Kepala MTs N 3 Jombang mengungkapkan tujuan dibentuknya humas di MTs N 3 Jombang sebagai berikut:

> "Tujuannya ya untuk membantu kepala sekolah dalam menyusun program pelaksanaan terpadu, membantu dalam menyebar luaskan program dan prestasi di media sosial, untuk mengatur mengatur hubungan antara pihak sekolah dengan wali murid dan masyarakat, juga menyusun profil madrasah sebagai sarana informasi dan komunikasi".[87]

Dari pemaparan diatas bisa disimpulkan bahwa tujuan dibentuknya humas yaitu untuk membantu dalam hal menyusun program pelaksanaan terpadu, membantu menyebarluaskan program dan prestasi melalui website dan sosial media, mengatur hubungan dengan wali murid dan masyarakat, dan menyusun profil madrasah sebagai sarana informasi dan komunkasi.

Menurut narasumber ENH berpendapat bahwa pentingnya manajemen humas dilakukan yaitu untuk menyambung komunikasi antara pihak sekolah dengan masyarakat. Berikut ungkapan narasumber ENH:

> "Bagi saya manajemen humas itu sangat perlu dilakukan dan penting bagi madrasah untuk menyambung komunikasi antara masyarakat dalam madrasah maupun luar agar tidak

[87]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> terjadi kesalahpahaman dan menjaga hubungan dengan wali murid dan masyarakat"[88]

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen humas merupakan hal penting dan perlu dilakukan untuk menyambung komunikasi antar warga madrasah maupun dengan wali murid atau masyarakat agar tidak terjadi kesalahpahaman. Menurut narasumber MS mengungkapkan bahwa sistem komunikasi antara waka humas dengan masyarakat berjalan dengan dengan baik melalui komunikasi langsung dan tidak langsung. Sebagaimana ungkapan dari narasumber MS sebagai berikut:

> "Sistem komunikasi yang dilakukan itu menggunakan 2 cara mbak, secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung itu dengan melakukan pertemuan-pertemuan wali murid dengan komite terkait kebijakan, kunjungan ke masyarakat melalui kegiatan-kegiatan silaturrohmi, dan mengadakan pameran hasil karya madrasah. Sedangkan yang tidak langsung itu melalui media elektronik dan koran, sosial media dan televisi.[89]

Dari ungkapan di atas bisa disimpulkan bahwa sistem komunikasi antara waka humas dengan masyarakat berjalan dengan baik. Sistemnya menggunakan dua cara yaitu komunikasi langsung dan tidak langsung. Langsung yaitu dengan melakukan pertemuan wali murid dengan komite terkait kebijakan, kunjungan ke masyarakat melalui kegiatan-kegiatan silaturrohmi dan mengadakan

---

[88]Hasil wawancaradengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019

[89]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pamerah hasil karya madrasah. Tidak langsung yaitu melalui media elektronik dan koran, sosial media dan televisi.

Berdasarkan observasi yang peneliti, dengan mengakses website resmi madrasah dapat mengetahui informasi tentang madrasah. Selain website dan sosial media, terdapat juga buku profil madrasah dan majalah yang digunakan utuk menyaurkan informasi tentang madrasah.[90]

Dalam melaksanakan kegiatan humas pasti ada prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan untuk mencapai sasaran dengan baik. Narasumber ENH menyampaikan bahwa prinsip yang diterapkan humas yaitu demokrasi, kerja sama, persatuan rasa, dll. Berikut penyampain dari Narasumber ENH:

> "Prinsip-prinsip yang diterapkan itu seperti demokrasi, kerja sama, persatuan rasa, terpadu, melaksanakan program dengan baik, menyeluruh dan saling keterkaitan. Jadi prinsip yang paling utama itu adalah melaksanakan tugas. Dalam melaksanakan tugas kita harus ada kerja sama karna tidak mungkin humas berjalan sendiri, kerja sama dengan kurikulum, TU, dan lain sebagainya. Maka dari itu harus saling keterkaitan."[91]

Apa yang dikemukakan di atas menjelaskan bahwa prinsip-prinsip dalam manajemen humas yang utama yaitu melaksanakan tugas. Dalam menjalankan tugas harus dibarengi dengan demokrasi, kerja sama, persatuan rasa dan saling keterkaitan.Dalam

[90]Observasi, 5 November 2019
[91]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjalankan manajemen humas terdapat tahapan-tahapan yang perlu diperhatikan. Menurut narasumber ENH tahapan-tahapan dalam manajemn humas sebagai berikut:

> "Tahapan-tahapannya ya otomatis kan pertama evaluasi diri, kemudian dilanjutkan dengan program kerja atau perencanaan, lalu pelaksanaan, dan yang terakhir yaitu control. Setelah itu ya kembali lagi ke ED, terus program begitu seterusnya."[92]

Dari ungkapan tersebut dapat disimpulkan bahwa tahapan-dalam manajemen humas yaitu evaluasi diri untuk mengetahui mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan, dan kendala dalam pelaksanaan manajemen humas. Kemudian program kerja yaitu menyusun atau merencanakan kegiatan yang akan dilakukan, dilanjutkan dengan pelaksanaan, dan yang terakhir yaitu control atau pengawasan.Dari hasil observasi yang peneliti lakukan, banyak kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh humas seperti mengadakan bazar setiap akhir semester, rapat wali murid setiap 6 bulan sekali, mengadakan kerja sama sampai luar negeri, dan mempublikasikan melalui website dan sosial media.[93] Hal ini didukung oleh ungkapan dari narasumber ENH sebagai berikut:

> "Kegiatannya ya biasanya kita mengadakan rapat dengan wali murid untuk sosialisasi program atasan dan perkembangan peserta didik, menyelenggarakan bazar dan pameran karya hasil madrasah, mengadakan silaturrahmi dengan guru dan wali murid, mengelola penyiaran radio,

[92]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019
[93]Hasil Observasi, 03 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

website madrasah dan *gateway*, menyusun program pelaksanaan layanan terpadu, dan mengelola hubungan dengan mitra kerja."[94]

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh humas yaitu mengadakan rapat dengan wali murid untuk sosialisasi program atasan dan perkembangan peserta didik, menyelenggarakan bazar dan pameran karya hasil madrasah, mengadakan silaturrahmi dengan guru dan wali murid, mengelola penyiaran radio, website madrasah dan *gateway*, menyusun program pelaksanaan layanan terpadu, dan mengelola hubungan dengan mitra kerja.

Tabel 4.3

Trianggulasi data konsep manajemen humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang

	Wawancara	Observasi	Dokumentasi
Bagaimana konsep manajemen humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang	• Manajemen humas merupakan kegiatan pengelolaan antara pihak sekolah dengan warga sekolah meliputi guru dan siswa serta kerjasama dengan pihak luar • Manajemen humas merupakan hal penting dan	• Rapat yang dilakukan oleh komite dan wali murid setiap 6 bulan sekali • Mengadakan bazar • Menggunakan sms *gateway*untuk menyebarkan informasi kepada seluruh	• Buku Profil MTs N 3 Jombang • Foto rapat wali murid • Gambar website

[94]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	perlu dilakukan untuk menyambung komunikasi • sistem komunikasi antara waka humas dengan masyarakat berjalan dengan baik. Sistemnya menggunakan dua cara yaitu komunikasi langsung dan tidak langsung. • Prinsip-prinsip yang digunakan yaitu melaksanakan tugas, demokrasi, kerja sama, persatuan rasa dan saling keterkaitan • Tahapannya yaitu - Evaluasi diri - Program - Pelaksanaan - Control atau pengawasan • Kegiatannya rapat dengan wali murid, menyelenggarakan bazar dan pameran karya hasil madrasah, mengadakan silaturrahmi dengan guru dan wali murid, mengelola penyiaran radio,	dewan guru • Menggunakan website dan sosial media untuk media informasi • Kerja sama dengan polisi, klinik pendidikan, SMK BBST Bandar Salak, Universitas Islam Malaysia, dsb.	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	website madrasah dan gateway, menyusun program pelaksanaan layanan terpadu, dan mengelola hubungan dengan mitra kerja.		

b. Konsep Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang

Citra lembaga merupakan suatu kesan atau gambaran yang dirasakan oleh seseorang tentang suatulembaga secara keseluruhan yang tertampilkan dalam perilaku warga sekolah. serta bisa berupa kesan baik atau buruk yang muncul dari yang bersangkutan. Citra suatu lembaga didasarkan pada realitas yang ada, jika proses pelayanan baik dan ekspektasi pelanggan pendidikan sesuai dengan dengan apa yang ditawarkan sudah terpenuhi, maka citra lembaga pendidikan akan dengan sendirinya memiliki citra positif.

Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa citra lembaga yaitu kesan atau penilaian seseorang atau masyarakat terhadap lembaga tersebut. Hal itu sesuai dengan ungkapan dari narasumber ENH sebagai berikut:

> "Citra lembaga yaitu bagaimana penilaian atau kesan masyarakat terhadap lembaga itu. Masyarakat tersebut bisa dari masyarakat dalam lembaga tersebut kayak gurudan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

siswa. Sedangkan yang masyarakat luar itu ya wali murid dan warga sekitar lembaga tersebut".[95]

Pendapat mengenai citra lembaga juga disampaikan oleh narasumber MS sebagai kepala MTs N 3 Jombang sebagai berikut:

"Citra lembaga yaitu gambaran keseluruhan dari lembaga tersebut. Itu dapat diketahui dari keberhasilan, mutu, dan bagaimana lembaga itu berhubungan dengan masyarakat."[96]

Berdasarkan pendapat dari ENH dan MS, citra lembaga merupakan penilaian, kesan atau anggapan-anggapan yang dimiliki oleh seluruh warga sekolah, wali murid dan masyarakat. Dalam suatu lembaga pendidikan pasti meiliki citra yang dapat berupa citra positif maupun citra negatif. Sehubungan dengan itu, peneliti melakukan observasi mengenai citra yang dimiliki oleh MTs N 3 Jombang. Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan citra MTs N 3 Jombang dianggap baik karena telah mendapat tanggapan-tanggapan yang baik dari wali murid maupun masyarakat. Pernyataan tersebut didukung oleh ungkapan dari MS sebagai berikut;

"Citranya baik, hal ini dibuktikan dengan animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di madrasah ini semakin tinggi dan masyarakat semakin menaruh kepercayaan terhadap madrasah. Rata-rata peserta didik berasal diberbagai daerah di nusantara dan hal itu menjad kebanggaan tersendiri bagi madrasah"[97]

---

[95]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019
[96]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019
[97]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Citra MTs N 3 Jombang dikatakan baik karena setiap tahunnya jumlah pendaftar dan peserta didik mengalami peningkatan dan rata" dari berbagai daerah di nusantara. Hal itu merupakan suatu kebanggaan tersendiri bagi madrasah. Dengan begitu respon dari masyarakat dan wali murid juga baik. Hal tersebut sejalan dengan ungkapan dari wali murid sebagai berikut:

> "Menurut kami citranya cukup baik karena banyak prestasi-prestasi yang diraih. Menghasilkan lulusan yang berkualitas dan berakhlak yang baik. Banyak program dan ekstrakulikuler yang bisa menunjang perkembangan bakat siswa-siswinya."[98]

Dari observasi yang dilakukan, peserta didik banyak berasal dari berbagai daerah di nusantara, dan setiap tahunnya mengalami peningkatan .

Karakteristik citra lembaga yang positif berbeda menurut setiap individu. Namun dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, suatu lembaga yang memiliki karakteristik ideal yaitu lembaga yang input dari tahun ke tahun semakin meningkat dan memiliki banyak prestasi yang diraih.

Penjelasan ini didukung dari ungkapan narasumber ENH sebagai berikut:

[98]Hasil wawancara dengan Ibu Enik Masruroh sebagai wali murid MTs N 3 Jombang di rumah Ibu Enik, 11 Novmber 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Menurut saya lembaga yang ideal itu dilihat dari sudut dari sarana dan prasarananya ,kurikulumnya, kesiswaannya itu semuanya saling menunjang antara jumlah siswa dengan sarana dan prasarananya, input siswa dan outputnya antara lembaga itu sendiri dengan masyarakat, dan itu tidak dilihat dari segi kehumasan saja tapi dari semua aspek."[99]

Hal tersebut juga diungkapkan oleh narasumber MS sebagai berikut:

"Lembaga yang ideal itu ya lembaga yang inputnya dari tahun ke tahun meningkat terus outputnya dari tahun ke tahun semakin berkualitas dan meningkat prestasinya. Memiliki banyak prestasi yang diraih oleh siswa maupun madrasah. Juga memiliki sarana dan prasarana yang baik dan lengkap untuk menunjang pembelajaran."[100]

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa lembaga pendidikan yang ideal yaitu lembaga yang saling menunjang antara peserta didik dan sarana prasarana, input dan outputnya yang meningkat dan berkualitas, dan memiliki banyak prestasi.

Berikut beberapa prestasi peserta didik MTs N 3 Jombang sebagai berikut:[101]

Tabel 4.4
Prestasi MTs N 3 Jombang Tahun 2019

Juara 1	Lomba Kaligrafi Kategori A FTM Got Talen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Se-Jawa Timur
Juara 3	Festival Al Banjari Tingkat SMP/MTs Se Jawa Timur HUT MAN 1 Jombang
Juara 2	Kompetisi Matematika Nalaria Realistik (KMNR-14) Se Kab. Jombang

[99]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019
[100]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019
[101]Dokumentasi, 06 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Juara 2	Lomba Teaterikal Puisi dalam Rangka HUMAPON Bahrul Ulum
Juara 2	Lomba Paduan Suara dalam Rangka HUMAPON Bahrul Ulum
Juara 2	Matic Robotic Race Compotition Tingkat Nasional di Universitas Muhammadiyah Purwokerto 2019
Juara 4	Matic Robotic Race Compotition Tingkat Nasional di Universitas Muhammadiyah Purwokerto 2019
Juara 1	He Best Student of Bahrul Ulum Tambakberas Jombang di Yayasan Bahrul Ulum
Peserta	Jambore Internasional (International Global School Network) di USIM Malaysia dan Studi Banding ke Singapore (SOAV)

Dapat diketahui bahwa citra suatu lembaga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Semua elemen yang di madrasah bisa menjadi faktor terbentuknya citra madrasah tersebut. Seperti ungkapan dari salah satu guru di MTs N 3 Jombang sebagai berikut:

> "Menurut saya salah satu faktornya yaitu mutu dan sistem belajarnya. Orang juga menilai sebuah sekolah itu dari prestasi-prestasi yang dicapai oleh sekolah itu dan kualitas lulusannya."[102]

Sedangkan kepala sekolah MTs N 3 Jombang memiliki pendapat sendiri mengenai faktor pembentuk citra, beliau berpendapat sebagai berikut:

> "Faktor yang mempengaruhi citra pastinya banyak, akan tetapi menurut saya faktor yang mempengaruhinya itu ada dari faktor internal yaitu dalam pelaksanaannya seluruh guru dan pegawai melaksanakan tugas dengan prima dan totalitas. Juga memberikan pembinaan kepada semua siswa terutama

[102]Hasil wawancara dengan bapak Zeri Bastiru Firdlausy, S. Pd sebagai guru MTs N 3 Jombang di rumah bapak Zeri, 07 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> yang berprestasi. Terus ada faktor eksternal berupa dukungan kuat dari komite dan yayasan pondok pesantren Bahrul Ulum. Lalu dari pemerintah khususnya kemenag, termasuk dukungan sarpras yang sedang berjalan itu pembangunan asrama siswa terpadu senilai 5 milyar.[103]

Dari ungkapan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu faktor internal dari guru dan warga sekolah, faktor eksternal berupa dukungan dari yayasan ,dan dukungan dari pemerintah khususnya kemenag. Dari hasil penelitian yang dilakukan, proses terbentuknya citra berasal dari pandangan dan pola komunikasi antar personel dalam lingkup internal maupun lingkup eksternal. Penjelasan ini juga didukung oleh narasumber MS sebagai berikut:

> "Prosesnya ya berawal dari bagaimana komunikasi antar pimpinan dengan guru, dengan warga sekolah serta masyarakat. Kemudian kan akan terbentuk pandangan, jika komunikasi antar elemen baik maka akan timbul pandangan yang dan akan berpengaruh terhadap citra lembaga tersebut. Dan jika komunikasinya tidak bahkan miss komunikasi maka akan menimbulkan pandangan buruk bagi lembaga tersebut."[104]

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa proses pembentukan citra yaitu berasal dari komunikasi. jika terjadi permasalahan dalam komunikasi, maka bisa menimbulkan padang

---

[103]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

[104]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang tidak baik dan dapat berpengaruh terhadap citra lembaga tersebut.

Tabel 4.5

Trianggulasi data citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang

	Wawancara	Observasi	Dokumentasi
Bagaimana citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang	• Citra lembaga merupakan penilaian, kesan atau anggapan-anggapan yang dimiliki oleh seluruh warga sekolah, wali murid dan masyarakat. • Citranya baik dibuktikan dengan setiap tahunnya jumlah pendaftar dan peserta didik mengalami peningkatan. • lembaga yang ideal yaitu lembaga yang saling menunjang antara peserta didik dan sarana prasarana, input dan outputnya	• Calon peserta didik setiap tahun meningkat • Peserta didik berasal dari berbagai daerah di nusantara • Peserta didik mencapai 2.500 • Sering mengikuti lomba dan olimpiade sampai luar negeri • Banyak prestasi diraih dari tingkat lokal sampai internasional • Mempunyai mitra kerja sampai dengan internasional	• Buku profil madrasah • Data statistik peserta didik • Data prestasi peserta didik • Data sarana dan prasarana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	yang meningkat dan berkualitas, dan memiliki banyak prestasi. • Faktor yang mempengaruhi yaitu faktor internal dari guru dan warga sekolah, faktor eksternal berupa dukungan dari yayasan ,dan dukungan dari pemerintah khususnya kemenag	• Madrasah melakukan pembangunan asrama siswa terpadu • Mempunyai program kelas unggulan	

c. Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang

Dalam era globalisasi, lembaga pendidkan dituntut untuk memberikan manajemen pelayanan yang profesional kepada masyarakat. Saat ini masyarakat sebagai salah satu konsumen lembaga pendidikan semakin kritis dan realistis dalam memilih lembaga pendidikan. Hal tersebut menuntut lembaga pendidkan untuk terus meningkatkan citra positif lembaga.[105] Di sisi lain, peningkatan citra sekolah membutuhkan manajemen yang

[105]Hasbullah, Dasar-dasar Ilmu Pendidikan, (Jakarta: Raja Grafindo Persada 1999), hlm 104

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

profesional, oleh karena itu pembentukan citra tidak dapat lepas dari aspek perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan.[106]

Sebagaimana pemaparan diatas, dalam meningkatkan citra positif lembaga dibutuhkan peran para praktisi humas sekolah. Humas sekolah memiliki fungsi perkoordinasian yaitu sebagai penghubung, penyatu, dan penyelaras masyarakat dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh lembaga pendidikan sehingga berjalan secara tertib dan mencapai tujuan yang diinginkan.[107]

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengungkapkan bahwa upaya yang dilakukan oleh MTs N 3 Jombang dalam membangun citra yaitu dengan berusaha menjadikan madrasah sebagai madrasah yang unggul dan melaksanakan proses belajar mengajar yang prima. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber MS sebagai berikut:

> "Upaya kita ya sesuai dengan visi madrasah yaitu berusaha menjadikan madrasah yang unggul dalam proses belajar mengajar, rekruitmen guru, rekruitmen siswa dan siswi. Kita berusaha melaksanakan proses belajar mengajar yang prima sesuai dengn aturan yang berlaku. Lalu dengan sering ikutan lomba-lomba atau olimpiade dan alhamdulillah sela ini kita sering mendapatkan prestasi dari tingkat lokal sampai tingkat nasional. Terus kita juga berusaha mencari input yang ideal itu melalui proses tes psikologi untuk seluruh peserta didik.[108]

---

[106]Jamal Ma'mur Asmani, *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*, (Yogyakarta: Diva Press, 20115), hlm 210-213.
[107]Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010), hlm 17.
[108]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari ungkapan tersebut dapat diketahui bahwa MTs N 3 Jombang memiliki banyak upaya dalam membangun citra lembaganya. Upaya yang dilakukan antara lain dengan menjadikan madrasah yang unggul dalam proses belajar mengajar, rekruitmen guru, rekruitmen siswa dan siswi. Dengan ikut dalam olimpiade atau lomba tingkat lokal sampai internasional. Juga dengan melakukan tes psikologi dalam mencari input yang baik. Juga melaksanakan proses belajar mengajar yang prima sesuai dengan aturan. Sehubungan dengan itu, narasumber ENH sebagai waka humas juga mengungkapkan upaya dalam membangun citra sebagi berikut:

> "Banyak yang kita lakukan yaitu dengan mengadakan kegiatan silaturrahmi salah satunya kegiatan khotmil qur'an. Terus kita juga melakukan kejasama dengan polisi. Dan juga kita menyelenggarakan bakti sosial."[109]

Dari ungkapan tersebut, membangun citra bisa dilakukan dengan mengadakan khotmil qur'an sebagai sarana komunikasi dan silaturrohmi. Kemudian juga bisa melalui kerja sama dengan polisi dan mitra kerja lainnya. Dan dapat dilakukan dengan menyelenggarakan bakti sosial. Dengan adanya kegiatan tersebut bisa membantu masyarakat dan juga menjaga komunikasi antara madrasah dengan masyarakat. Salah satu upaya dalam membangun citra bisa melalui promosi seperti ungkapan dari salah satu guru MTs N 3 Jombang sebagai berikut:

[109]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Caranya ya bisa melalui promosi. Promosinya bisa melalui brosur, website, media sosial, bazar dan kegiatan lomba atau olimpiade. Dengan adanya promosi kan masyarakat bisa tau bagaimana sekolah ini. Dan bisa memunculkan citra dengan sendirinya."[110]

Berdasarkan ungkapan di atas dapat disimpulkan bahwa membangun citra lembaga bisa melalui kegiatan promosi. Dengan adanya promosi masyarakat bisa tau dan bisa mendapatkan informasi mengenai MTs N 3 Jombang. Promosi yang dilakukan di MTs N 3 Jombang yaitu melalui brosur, website, media sosial, bazar dan lomba. Kegiatan tersebut termasuk salah satu cara untuk melakukan pemasaran pendidikan dalam bentuk publikasi. Fungsi pemasaran dalam suatu lembaga pendidikan yaitu untuk membentuk citra baik suatu lembaga pendidikan serta untuk menarik minat dari calon peserta didik .

Tabel 4.6

Trianggulasi data manajemen humas dalam membangun citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang

	Wawancara	Observasi	Dokumentasi
Bagaimana manajemen humas dalam membangun citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3	• Menjadikan madrasah yang unggul dalam proses belajar mengajar, rekruitmen guru, rekruitmen	• Melakukan tes psikologi untuk seluruh calon peserta didik • Ikut lomba sampai tingkat	• Buku profil madrasah • Gambar website dan sosial media

[110]Hasil wawancara dengan bapak Zeri Bastiru Firdlausy, S. Pd sebagai guru MTs N 3 Jombang di rumah bapak Zeri, 07 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jombang	siswa dan siswi. • Dengan ikut dalam olimpiade atau lomba tingkat lokal sampai internasional. • melakukan tes psikologi dalam mencari input yang baik. • Melaksanakan proses belajar mengajar yang prima sesuai dengan aturan. • Mempromosikan kegiatan dan prestasi madrasah melalui brosur, website, media sosial, bazar dan lomba.	internasional • Mempromosikan melalui website dan sial media	

D. Analisis Hasil Temuan

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan pembahasan hasil penelitian mengenai Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Lembag di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang. Pembahasan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut sesuai dengan data hasil peneliti di lapangan sebagaimana yang sudah dideskripsikan di atas.

1. **Konsep Manajemen Humas di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang**

Manajemen humas menurut Mc Elreath berarti penelitian, perencanaan, pelaksanan, dan pengevaluasian suatu kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi, mulai dari pertemuan kelompok kecil hingga berkaitan dengan konferensi pers internasional via satelit, dari pembuatan brosur hingga kampanye nasional melalui multimedia, dari penyelenggaraan *open house* hingga kampanye politik, dari pengumuman pelayanan publik hingga menangani kasus manajemen krisis.[111]

Sedangkan konsep manajemen humas yang ada di MTs N 3 Jombang merupakan kegiatan pengelolaan antara pihak sekolah dengan warga sekolah meliputi guru dan siswa serta kerjasama dengan pihak luar. Sebagaimana telah disampaikan oleh narasumber ENH sebagai berikut:

> "Manajemen humas yaitu mengelola hubungan antara siswa dengan guru, guru dengan guru, dan mempublikasikan yang baik dari madrasah ke masyarakat sebagai jembatan komunikasi antara pihak madrasah dengan wali murid atau masyarakat."[112]

[111]Rachmadi, , Public Relations, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 1996),hlm 31.
[112]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam melaksanakan kegiatan manajemen humas MTs N 3 Jombang menerapkan prinsip yang utama yaitu melaksanakan tugas. Dalam hal ini ENH mengungkapkan prinsip-prinsip dalam manajemen humas sebagai berikut:

> "Prinsip yang utama yaitu melaksanakan tugas. Dalam menjalankan tugas harus dibarengi dengan demokrasi, kerja sama, persatuan rasa dan saling keterkaitan. Dalam menjalankan manajemen humas terdapat tahapan-tahapan yang perlu diperhatikan."[113]

Dalam kegiatan manajemen humas terdapat beberapa tahapan yang bisa dilakukan. Sebagaimana Cutlip dan Center mengemukakan sebagaimana dikutib oleh F. Rachmadi terdapat empat lengkah yang biasa dilakukan dalam proses *public relations* yaitu: 1) *Fact Finding* atau penemuan fakta; 2) *Planning* atau perencanaan; 3) *Communication* atau komunikasi; dan 4) *Evaluation* atau evaluasi.[114]

Sedangkan ENH menuturkan bahwa tahapan-tahapan yang dilakukan dalam manajemen humas yaitu:

> "Pertama, evaluasi diri untuk mengetahui mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan, dan kendala dalam pelaksanaan manajemen humas. Kedua, program kerja yaitu menyusun atau merencanakan kegiatan yang akan dilakukan. Ketiga, pelaksanaan. Dan terakhir control atau pengawasan."[115]

---

[113]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019

[114]F. Rachmadi, *Public Relations dalam Teori dan Pratek Aplikasi dalam Badan Usaha Swasta Lembaga Pemerintah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hlm 14.

[115]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terkait kegiatan kehumasan, banyak sekali kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh humas MTs N 3 Jombang antara lain mengadakan rapat dengan wali murid untuk sosialisasi program atasan dan perkembangan peserta didik, menyelenggarakan bazar dan pameran karya hasil madrasah, mengadakan silaturrahmi dengan guru dan wali murid, mengelola penyiaran radio, website madrasah dan *gateway*, menyusun program pelaksanaan layanan terpadu, dan mengelola hubungan dengan mitra kerja.

2. Konsep Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang

Citra lembaga merupakan suatu kesan atau gambaran yang dirasakan oleh seseorang tentang suatulembaga secara keseluruhan yang tertampilkan dalam perilaku warga sekolah. serta bisa berupa kesan baik atau buruk yang muncul dari yang bersangkutan.

Dalam setiap lembaga pendidikan senantiasa menyandang citra yang positif maupun negatif, kedua macam citra tersebut bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku di masyarakat. Citra yang ideal adalah kesan yang sepenuhnya didasarkan pada pengalaman, pengetahuan, dan pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Citra lembaga pendidikan yang baik perlu dibangun dan ditumbuhkan. Membangun citra yang baik bisa melalui kepercayaan, pengertian, dukungan dan kerjasama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebagai lembaga pendidikan, citra MTs N 3 Jombang dianggap baik karena telah mendapat tanggapan-tanggapan yang baik dari wali murid maupun masyarakat. Pernyataan tersebut didukung oleh ungkapan dari MS sebagai berikut:

> "Citranya baik, hal ini dibuktikan dengan animo masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di madrasah ini semakin tinggi dan masyarakat semakin menaruh kepercayaan terhadap madrasah. Rata-rata peserta didik berasal diberbagai daerah di nusantara dan hal itu menjad kebanggaan tersendiri bagi madrasah"[116]

Dalam setiap lembaga pendidikan senantiasa menyandang citra yang positif maupun negatif, kedua macam citra tersebut bersumber dari adanya citra-citra yang berlaku di masyarakat. Citra yang ideal adalah kesan yang sepenuhnya didasarkan pada pengalaman, pengetahuan, dan pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Narasumber ENH memaparkan bahwa:

> "Lembaga yang ideal itu dilihat dari sudut dari sarana dan prasarananya, kurikulumnya, kesiswaannya itu semuanya saling menunjang antara jumlah siswa dengan sarana dan prasarananya, input siswa dan outputnya antara lembaga itu sendiri dengan masyarakat, dan itu tidak dilihat dari segi kehumasan saja tapi dai semua aspek."[117]

Ungkapan tersebut sejalan dengan narasumber MS, bahwa:

> "Lembaga yang ideal adalah lembaga yang inputnya dari tahun ke tahun meningkat terus outputnya dari tahun ke tahun semakin berkualitas dan miningkat prestasinya. Memiliki banyak prestasi yang diraih oleh siswa maupun

[116]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

[117]Hasil wawancara dengan Hj. Efi Ni'mah Hamidah Hanum sebagai Waka Humasy di Mts N 3 Jombang, 02 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

madrasah. Juga memiliki sarana dan prasaran yang baik dan lengkap untuk menunjang pembelajaran."[118]

Hal ini sejalan dengan pendapat Djoyonegoro yang mengemukakan bahwa sekolah atau madrasah yang ideal memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

a. Memiliki prestasi bidang akademik maupun bidang non akademik di atas rata-rata sekolah yang ada di daerah tersebut.
b. Menerapkan sistem belajar yang lebih baik serta waktu belajar yang lebih panjang.
c. Melakukan seleksi yang cukup ketat terhadap calon peserta didik baru.
d. Memiliki fasilitas sarana prasarana dan pelayanan yang lebih lengkap.
e. Mendapat animo atau antusias yang besar dari masyarakat sekitar yang dibuktikan dengan jumlah calon peserta didik lebih banyak daripada kapasitas kelas yang disediakan.
f. Biaya sekolah yang lebih tinggi dari sekolah atau madrasah di sekitarnya.

Dapat diketahui bahwa citra suatu lembaga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Seperti yang dikutip dalam buku karya Syarifuddin dan Suryanto terdapat beberapa faktor atau hal

[118]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dapat membentuk citra suatu lembaga, yaitu: identitas Fisik, identitas nonfisik, kualitas masil, mutu, pelayanan, aktivitas dan Pola Hubungan[119]

Hal tersebut juga sejalan dengan ungkapan dan ZB yang menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi pembentukan citra yaitu:

> "Mutu, sistem belajarnya, dan pelayanannya. Orang juga menilai sebuah sekolah itu dari prestasi-prestasi yang dicapai oleh sekolah itu dan kualitas lulusannya."[120]

Sedangkan menurut narasumber MS mengungkapkan ada 3 faktor yang bisa mempengaruhi citra faktor yang mempengaruhi citra yaitu

> "Faktor internal, eksternal, dan pemerintah. Pertama, faktor internal yaitu dalam pelaksanaannya seluruh guru dan pegawai melaksanakan tugas dengan prima dan totalitas. Juga memberikan pembinaan kepada semua siswa terutama yang berprestasi. Kedua, faktor eksternal berupa dukungan kuat dari komite dan yayasan pondok pesantren Bahrul Ulum. Ketiga yaitudari pemerintah khususnya kemenag, termasuk dukungan sarpras yang sedang berjalan itu pembangunan asrama siswa terpadu senilai 5 milyar."[121]

---

[119]Syarifuddin S. Gasing dan Suryanto, *Public Relations*, (Yogyakarta: Andi Offset 2016), hlm 158.

[120]Hasil wawancara dengan bapak Zeri Bastiru Firdlausy, S. Pd sebagai guru MTs N 3 Jombang di rumah bapak Zeri, 07 November 2019

[121]Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang

Upaya lembaga pendidikan dalam memperoleh citra positif atas produk pendidikan yang dihasilkan yaitu dengan memperkenalkan lembaga tersebut. Memperkenalkan lembaga juga diebut sebagai publikasi lembaga. Dengan adanya publikasi lembaga akan semakin dikenal dan diminati oleh pelanggan atau konsumen pendidikan atas produk dan jasa yang ditawarkan. Publikasi lembaga dapat dilakukan melalui kegitan rapat bersama, menggelar bazar madrasah, pameran, penerbitan majalah, dan lain sebagainya.

Sejalan dengan pernyataan diatas, narasumber ZB mengungkapkan bahwa membangun citra lembaga bisa melalui kegiatan promosi.

> Dengan adanya promosi masyarakat bisa tau dan bisa mendapatkan informasi mengenai MTs N 3 Jombang. Promosi yang dilakukan di MTs N 3 Jombang yaitu melalui brosur, website, media sosial, bazar dan lomba. Kegiatan tersebut termasuk salah satu cara untuk melakukan pemasaran pendidikan dalam bentuk publikasi. Fungsi pemasaran dalam suatu lembaga pendidikan yaitu untuk membentuk citra baik suatu lembaga pendidikan serta untuk menarik minat dari calon peserta didik.[122]

Upaya atau strategi pencitraan sekolah dapat dilakukan sebagai berikut: 1) Peningkatan kualitas kerja kepala sekolah, pendidik, dan tenaga kependidikan; 2) Mengikutsertakan sekolah dalam kegiatan-kegiatan lomba atau olimpiade, dengan tujuan

[122]Hasil wawancara dengan bapak Zeri Bastiru Firdlausy, S. Pd sebagai guru MTs N 3 Jombang di rumah bapak Zeri, 07 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai sarana untuk meraih prestasi sekolah maupun siswa; 3) Membangun jaringan kerja (network) atau hubungan baik dengan orang tua murid dan masyarakat dengan tujuan untuk menjalin kerjasama yang baik; 4)Peningkatan layanan dalam bidang akademik maupun non akademik yang prima dan kepemilikan akreditasi sekolah yang baik.

Hal tersebut sejalan dengan narasumber MS mengemukakan bahwa upaya yang dilakukan untuk membangun citra madrasah, antara lain:

> "Dengan menjadikan madrasah yang unggul dalam proses belajar mengajar, rekruitmen guru, rekruitmen siswa dan siswi. Dengan ikut dalam olimpiade atau lomba tingkat lokal sampai internasional. Juga dengan melakukan tes psikologi dalam mencari input yang baik. Juga melaksanakan proses belajar mengajar yang prima sesuai dengan aturan."[123]

Berdasarkan ungkapan di atas dapat disimpulkan bahwa membangun citra lembaga bisa melalui kegiatan promosi. Dengan adanya promosi masyarakat bisa tau dan bisa mendapatkan informasi mengenai MTs N 3 Jombang. Promosi yang dilakukan di MTs N 3 Jombang yaitu melalui brosur, website, media sosial, bazar dan lomba. Kegiatan tersebut termasuk salah satu cara untuk melakukan pemasaran pendidikan dalam bentuk publikasi. Fungsi pemasaran dalam suatu lembaga pendidikan yaitu untuk membentuk citra baik

[123] Hasil wawancara dengan H. Moch. Syuaib sebagai Kepala MTs N 3 Jombang di MTs N 3 Jombang, 04 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

suatu lembaga pendidikan serta untuk menarik minat dari calon peserta didik .

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari uraian dan pembahasan dala skripsi yang berjudul "Manajemen Humas Dalam Membangun Citra di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang", maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konsep manajemen humas yang ada di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3 Jombang merupakan kegiatan mengelola hubungan antara pihak sekolah dengan warga sekolah, wali murid, dan masyarakat. Juga mengatur atau mengelola hubungan dengan komite dan mitra kerja. Manajemen humas yang dilakukan di MTs N 3 Jombang sejalan dengan fungsi-fungsi manajemen yaitu diawali dengan evaluasi diri, dilanjutkan dengan program kerja atau perencanaan kemudian pelaksanaan dan diakhiri dengan control atau pengawasan. Prinsip yang utama bagi MTs N 3 Jombang yaitu menjalankan tugas. Juga menerapkan prinsip demokrasi, kerja sama, persatuan rasa dan saling keterkaitan.
2. Konsep citra di MTs N 3 Jombang merupakan penilaian, kesan atau anggapan-anggapan yang dimiliki oleh seluruh warga sekolah, wali murid dan masyarakat. Pada dasarnya setiap lembaga pendidikan memiliki enam jenis citra, namun citra yang ada di MTs N 3 Jombang termasuk jenis citra perusahaan atau citra lembaga karena dilihat dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sejarah yang merupakan bagian dari Yayasan PPBU, banyaknya prestasi yang telah dicapai, pelayanan yang baik, dan kualitas lulusannya. Citra yang dimiliki oleh MTs N 3 Jombang sudah positif dan dianggap baik karena telah mendapat tanggapan-tanggapan yang baik dari wali murid maupun masyarakat dengan dibuktikan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun semakin meningkat dan rata-rata berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain faktor internal, eksternal, dan dukungan pemerintah.

3. Manajemen humas dalam membangun citra MTs N 3 Jombang yaitu dengan melakukan promosi melalui brosur, website, media sosial, bazar dan lomba atau olimpiade. Juga dengan upaya menjadikan madrasah yang unggul dalam proses belajar mengajar, rekruitmen guru, rekruitmen siswa dan siswi. Mengadakan khotmil qur'an sebagai sarana komunikasi dan silaturrohmi. Kemudian juga melalui kerja sama dengan polisi dan mitra kerja lainnya. Dan dapat dilakukan dengan menyelenggarakan bakti sosial. Dengan adanya kegiatan tersebut bisa membantu masyarakat dan juga menjaga komunikasi antara madrasah dengan masyarakat.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan sebagaimana yang sudah dipaparkan di atas, peneliti memberikan beberapa saran untuk manajemen humas dalam membangun citra lembaga di Madrasah Tsanawiyah Negeri 3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jombang dengan haraan adanya perbaikan untuk kedepannya yaitu sebagai berikut:

1. Kepala MTs N 3 Jombang dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk terus meningkatkan citra lembaga yang bekerja sama dengan humas sekolah.
2. Wakil Kepala bidang Humasy MTs N3 Jombang diharapkan lebih bersemangat dalam membantu madrasah menjalankan program-program yang direncanakan.
3. Ketua Yayasan PPBU dan Guru MTs N 3 Jombang diharapkan terus memberikan dukungan dan bantuan agar sekolah menjadi lebih baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Amtu, Onisimus.2013. *Manajemen Pendidikan di Era Otonomi Daerah.* (Bandung: Alfabeta)

Anggoro,M Linggar. 2008.*Teori dan Profesi Kehumasan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara,)

Arikunto, Suharsimi.1998. *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara)

Asmani, Jamal Ma'mur. 2015. *Manajemen Efektif Marketing Sekolah*. (Yogyakarta: Diva Press)

Badrudin, 2014. *Dasar-Dasar Manajemen* (Bandung: Alfabeta)

Bawani, Imam. 2016.*Metodologi Penelitian Pendidikan Islam*, Cet ke-1 (Sidoarjo: Khazanah Ilmu)

Chotimah, Chusnul, 2012. Strategi Public Relations Pesantran Sidogiri dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan Islam, ISLAMICA, Vol 7 No 1 (September)

Echolas, John M. dan Shadily, Hasan. 1993.*Kamus Bahasa Inggris Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)

El Ishaq, Ropingi. 2017. *Public Relations*. (Malang: Intrans Publishing)

Gasing, Syarifuddin S.dan Suryanto. 2016.*Public Relations*, (Yogyakarta: Andi Offset)

Hasbullah, 1999. *Dasar-dasar Ilmu Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada)

Herdiansyah, Haris. 2011.*Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet ke-2 (Jakarta: Salemba Humanika)

Hisbanarto, Yakub Vico. 2014.*Sistem Informasi Manajemen Pendidikan*. (Yogyakarta: Graha Ilmu)

Indrioko, Erwin. 2015. Membangun Citra Publik Dalam Lembaga Pendidikan Islam. Jurnal Universum. Vol 9, No. 2 (Juli)

Kasali, Rhenald. 2005. *Manajemen Public Relations*, Cetakan V, (Jakarta: Grafiti)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kusumastuti, Frida. 2002.*Dasar-Dasar Humas*, (Jakarta: Ghalia Indonesia)

Lexy J. Moleong.2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Ofset)

Malik, Deddy Djamaluddin. 2005.*Humas membangun Citra dengan Komunikasi*, Cet Kedua, (Bandung: Remaja Rossdakarya)

Martono, Nanang. 2015. *Metode Penelitian Sosial*, Cet ke-1 (Jakarta: Raja Grafindo)

Mu'alimien, Chozinul. 2018.*Strategi Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan(Studi Multikasus di SMK Negeri 3 Blitar dan SMK Islam Blitar)* : Tesis, Pascasarjana Manajemen Pendidikan Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

Nasution, Zulkarnain. 2010.*Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2010)

Nazir, Moh. 1999.*Metodologi Penelitian*, Cet ke-4 (Jakarta: Rajawali Press)

Philip, Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo)

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2008.*Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: PT. Gramedia)

Rachmadi, F. 1996. *Public Relations dalam Teori dan Pratek Aplikasi dalam Badan Usaha Swasta Lembaga Pemerintah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)

Rachmadi. 1992.*Public Relation*. (Jakata: PT Gramedia Pustaka Utama)

Rachmadi. 1992. *Public Relations Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Gramedia)

Rahmat, Abdul. 2016. *Manajemen Humas Sekolah*, (Yogyakarta: Medeia Akademi)

Ruslan, Rosady, 1994. *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemluihan Citra*, (Jakarta: Ghalia Indonesia)

Ruslan, Rosady. 2002.*Kampanye Public Relations*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)

Sugiono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R & D*, Cet ke-23 (Bandung: Alfabeta, 2016)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumirat, Soleh dan Ardianto,Evinaro. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)

Suyanto, Bagong & Sutinah. 2013.*Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, Cet ke-7 (Jakarta: Kencana Prenada)

Tamwifi, Irfan.2014. *Metodologi Penelitian*, Cet ke-1 (Surabaya: UINSA Press)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id