

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hubungan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dikenal dengan istilah *Public School Relation* adalah suatu jenis hubungan antara lembaga pendidikan dengan masyarakat yang dalam hal ini biasanya merupakan hubungan yang setara, timbal balik, dan saling berhubungan. Lembaga pendidikan harus mengetahui dengan jelas kebutuhan, keinginan dan tuntutan masyarakat serta mempunyai kewajiban secara hukum maupun secara moral untuk menyebarluaskan serta menginformasikan kepada masyarakat tentang tujuan, program, kebutuhan dan kondisi lembaga pendidikan (Khairul & Jazuli, 2022). Menurut Pasal 7 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 yang menyatakan bahwa orang tua berhak ikut serta dalam pemilihan satuan pendidikan dan memperoleh informasi tentang kemajuan akademik anaknya, tujuan utama dari adanya hubungan masyarakat yaitu untuk menarik masyarakat agar peduli dan mempercayai serta menggunakan lulusan atau layanan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan (Habib et al., 2023). Oleh karena itu lembaga pendidikan mempunyai beban tanggung jawab memberikan pelayanan berupa informasi mengenai kegiatan lembaga pendidikan (Tafsir, 2017).

Di era globalisasi sekarang ini, citra lembaga pendidikan menjadi salah satu faktor utama sebagai garda terdepan dalam mempublikasikan dan mempromosikan lembaga pendidikan kepada masyarakat luas dan menjadi suatu kepentingan dalam pencapaian tujuan lembaga (Hanika & Anjani, 2019). Cara yang efektif harus dipilih dan diperhatikan untuk dapat membangun komunikasi yang positif serta menciptakan persepsi yang positif di masyarakat. Oleh karena itu, hubungan masyarakat menjadi pengantar dalam membangun komunikasi yang harus dibangun secara berkelanjutan agar mampu menggugah kesadaran masyarakat akan Lembaga (Aini et al., 2024). Dari sini, diharapkan akan terbangun persepsi positif di benak mereka. Oleh karena itu, penting bagi lembaga pendidikan untuk membangun dan memelihara citra lembaga yang positif dalam persepsi masyarakat (D. Wijaya, 2016).

Sebuah lembaga pendidikan harus membangun serta memperhatikan sebuah citra positif dalam pemikiran masyarakat, karena dengan adanya citra positif sebuah lembaga pendidikan dapat dengan mudah membangun jaringan berkomunikasi dengan masyarakat untuk menyampaikan tujuan secara efektif dan efisien (Siskawati, 2021). Citra positif pada lembaga bisa membangun *brand* yang baik pada lembaga tersebut. Kata lain yang biasa didengar dari kata citra yaitu *image*, yang merupakan penjabaran dari kepercayaan, ide, dan kesan yang di pegang oleh seseorang terhadap sebuah objek. Banyak orang beranggapan bahwa sikap dan tindakan orang terhadap suatu objek dipengaruhi oleh *image* suatu objek (Kotler & Keller, 2016).

Citra yang baik dan manajemen hubungan masyarakat sangat penting dan harus dimiliki oleh setiap lembaga pendidikan itu sendiri, karena reputasi yang baik dapat bermanfaat bagi lembaga pendidikan serta dapat memberikan dampak positif. Hanya di lembaga pendidikan yang memiliki reputasi baik masyarakat akan merasa aman dan percaya diri untuk bekerja sama meningkatkan hasil belajar anak-anaknya. Dengan *image* dan *public relation* yang baik seperti ini dapat menarik minat dan juga perhatian konsumen ataupun para orang tua untuk memberikan Pendidikan kepada anaknya di lembaga tersebut (Fradito et al., 2020). Citra menjadi tujuan utama sekaligus mewakili reputasi dan prestasi dalam dunia *Public Relation*. Makna *image* itu sendiri bersifat abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun perwujudannya dapat disimpulkan dari hasil penilaian baik atau buruk. Respons baik atau buruk, positif atau negatif, datang dari masyarakat atau masyarakat luas dalam menilai suatu lembaga sesuai dengan kehendak mereka (Ruslan, 2017).

Universitas Muhammadiyah Bandung merupakan lembaga pendidikan dibawah naungan Organisasi Kemasyarakatan Islam Muhammadiyah, sebuah lembaga ormas islam besar yang ada di Indonesia dan memiliki peran aktif dalam memajukan peradaban manusia dari pendidikan Islam modern yang mengintegrasikan agama dengan kehidupan dan antara iman dan kemajuan. Pada dasarnya lembaga pendidikan pastinya memiliki fokus dalam membentuk manajemen humas yang memberikan pengaruh positif terhadap citra lembaga

pendidikan khususnya di universitas yang nantinya akan membangun *brand image* yang baik kepada konsumen dalam memilih universitas.

Apabila melihat dari segmentasi popularitas Universitas Muhammadiyah Bandung dibawah naungan ormas Muhammadiyah pastinya sangat masyhur dikalangan masyarakat indonesia, dan tentu tidak akan sulit dalam *membranding* lembaga pendidikan terhadap masyarakat karena melihat dari eksistensi dan popularitas ormas Muhammadiyah yang tinggi serta memiliki anggota yang tersebar diseluruh penjuru indonesia terlebih lagi peran Muhammadiyah dalam gerakan Muhammadiyah dalam bidang pendidikan adalah yang paling menonjol dan mengakar sebagai bentuk manifestasi *amar ma'ruf nahi mungkar* (Hidayat & Hudaidah, 2021). Akan tetapi setelah melakukan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti di universitas tersebut, realitanya masih banyak dari mahasiswanya yang bukan berasal dari kalangan anggota muhammadiyah itu sendiri dan melakukan studi dilembaga pendidikan tersebut.

Realita yang ditemukan oleh peneliti merupakan sebuah hal yang menarik untuk menjadi bahan dilakukannya kajian lebih lanjut, yaitu untuk melihat sejauh mana pengaruh manajemen humas dalam merekonstruksi citra lembaga pendidikan yang dirasakan oleh konsumen. Terlebih lagi melihat dari status lembaga pendidikan tersebut adalah swasta dan memiliki segmentasi popularitas yang tinggi dikalangan muhammadiyah, akan tetapi eksistensinya bisa dirasakan oleh masyarakat yang bukan anggota Muhammadiyah.

Terdapat aspek yang menarik untuk dikaji dari manajemen humas dari universitas muhammadiyah Bandung yaitu dari aspek promosi pendidikan, sebab manajemen humas ini merupakan sisi yang paling penting dalam pemasaran lembaga pendidikan. Namun, terdapat beberapa fakta yang menunjukkan bahwa citra dari lembaga pendidikan ini memiliki kelebihan dari segi pemasaran pendidikan. Hal tersebut terbukti dari faktor lembaga tersebut yang sudah lama berfokus pada dunia pendidikan secara keseluruhan yang dikelola secara maksimal. Dan melihat fakta dilapangan bahwa loyalitas konsumen sangat tinggi menjadikan peneliti tertarik pada sebrapa jauh kepuasan konsumen terhadap lembaga ini.

Berdasarkan studi pendahuluan tersebut pada dasarnya manajemen humas sangat memiliki peran penting dalam membangun suatu hubungan dengan cangkupan eksternal dari suatu lembaga dan menjadi sebuah strategi dalam pengembangan lembaga tersebut, akan tetapi pada kenyataannya banyak dari lembaga pendidikan yang masih mengabaikan hal tersebut dan mengakibatkan menurunnya citra dan pandangan masyarakat umum terhadap lembaga tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik dalam hal pembahasan sejauh mana peran manajemen humas dalam membangun sebuah citra yang ada di sebuah lembaga pendidikan, maka dari itu peneliti mengambil judul penelitian: **Pengaruh Manajemen Hubungan Masyarakat Terhadap Citra Lembaga Pendidikan.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut dijabarkan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana manajemen hubungan masyarakat di Universitas Muhammadiyah Bandung ?
2. Bagaimana citra lembaga Pendidikan di Universitas Muhammadiyah Bandung ?
3. Bagaimana pengaruh manajemen hubungan masyarakat terhadap citra lembaga pendidikan di Universitas Muhammadiyah Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui manajemen hubungan masyarakat di Universitas Muhammadiyah Bandung.
2. Untuk mengetahui citra lembaga di Universitas Muhammadiyah Bandung.
3. Untuk menganalisis pengaruh manajemen hubungan masyarakat terhadap citra lembaga pendidikan di Universitas Muhammadiyah Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Dengan ada penelitian ini diharapkan informasi dan hasil penelitian yang sudah disusun ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik secara teoritis maupun secara paraktis adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

- a) Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan langsung dengan manajemen humas dan manajemen pemasaran.
- b) Hasil penelitian tersebut diharapkan bisa menjadi motivasi untuk meningkatkan pengetahuan, sehingga para bidang humas dapat lebih meningkatkan potensi dirinya menjadi lebih baik lagi.
- c) Penelitian ini bisa menjadi bahan kajian bagi penelti lainnya termasuk perguruan tinggi, dan lembaga pendidikan lainnya.

2. Manfaat Praktis

a) Untuk Lembaga

Diharapkan dengan adanya penelitian ini akan dapat memberikan informasi yang berguan bagi perbaikan kualitas pengelolaan pendidikan di masa yang akan datang dan bisa jadi masukan positif bagi perbaikan instansi pendidikan khususnya di Universitas Muhammadiyah Bandung.

b) Untuk Masyarakat

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat berguna bagi seluruh masyarakat terutama pihak yang berkepentingan, serta dapat menjadi referensi bagi para pembaca.

c) Untuk Penulis

Bagi penulis sendiri diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat memenuhi syarat proposal skripsi jurusan Manajemen Pendidikan Islam, serta menambah wawasan dan pengetahuan yang nantinya dapat berguna dalam pengelolaan lembaga pendidikan.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan dan pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah

dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tercapainya tujuan penelitian. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai hal-hal yang berkaitan dengan manajemen humas terhadap citra lembaga pendidikan.

F. Kerangka Berpikir

1. Manajemen Humas

Hubungan Masyarakat (Humas) atau *public relation* adalah sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalah pahaman dan mispersepsi, sekaligus membangun citra positif lembaga. Sebagai sebuah profesi seorang humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi (Rahmat, 2016).

Pengertian humas adalah suatu kegiatan yang diatur sedemikian rupa, berlangsung secara terprogram, kontinu, dan teratur dalam sebuah program organisasi, dan bukan kegiatan yang dilakukan secara sembarangan dan asal-asalan, dilakukan oleh seorang atau beberapa orang yang ahli dalam mengatur tatakelola komunikasi yang baik sehingga terciptanya kepercayaan dan citra positif dari masyarakat. Lembaga pendidikan merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan peserta didik, selain lingkungan keluarga dan masyarakat (Nadeak et al., 2020).

Manajemen humas adalah suatu proses dalam menangani dan mengatur berbagai perencanaan, pengorganisasian, mengkomunikasikan serta pengkoordinasian yang secara serius dan rasionla dalam upaya pencapaian tujuan bersama dari organisasi atau lembaga yang diwakilinya. Oleh sebab itu, kegiatan humas di lembaga pendidikan tidak terlepas dari manajemen, dan begitu juga manajemen tidak mungkin berjalan sebagaimana yang diharapkan tanpa adanya humas.

Cutlip, Center, & Broom (2000) dalam buku mereka "*Effective Public Relations*" memang menyebutkan bahwa efektivitas manajemen hubungan masyarakat (*Public Relations*) bergantung pada empat elemen kunci yaitu diantaranya:

- a) Kesadaran publik (*Public Awareness*): Publik harus mengetahui keberadaan organisasi, produk, atau layanannya.
- b) Pemahaman publik (*Public Understanding*): Publik harus memahami apa yang ditawarkan organisasi, produk, atau layanannya.
- c) Sikap publik (*Public Attitude*): Publik harus memiliki sikap yang positif terhadap organisasi, produk, atau layanannya.
- d) Perilaku publik (*Public Behavior*): Publik harus menunjukkan perilaku yang mendukung organisasi, produk, atau layanannya (Cutlip et al., 2000).

Keempat elemen ini saling terkait dan berkesinambungan. Kesadaran publik merupakan langkah awal yang penting, dan elemen selanjutnya membangun di atasnya. Pemahaman publik yang baik akan mengarah pada sikap yang positif, dan sikap yang positif akan mendorong perilaku yang mendukung.

2. Citra Lembaga Pendidikan

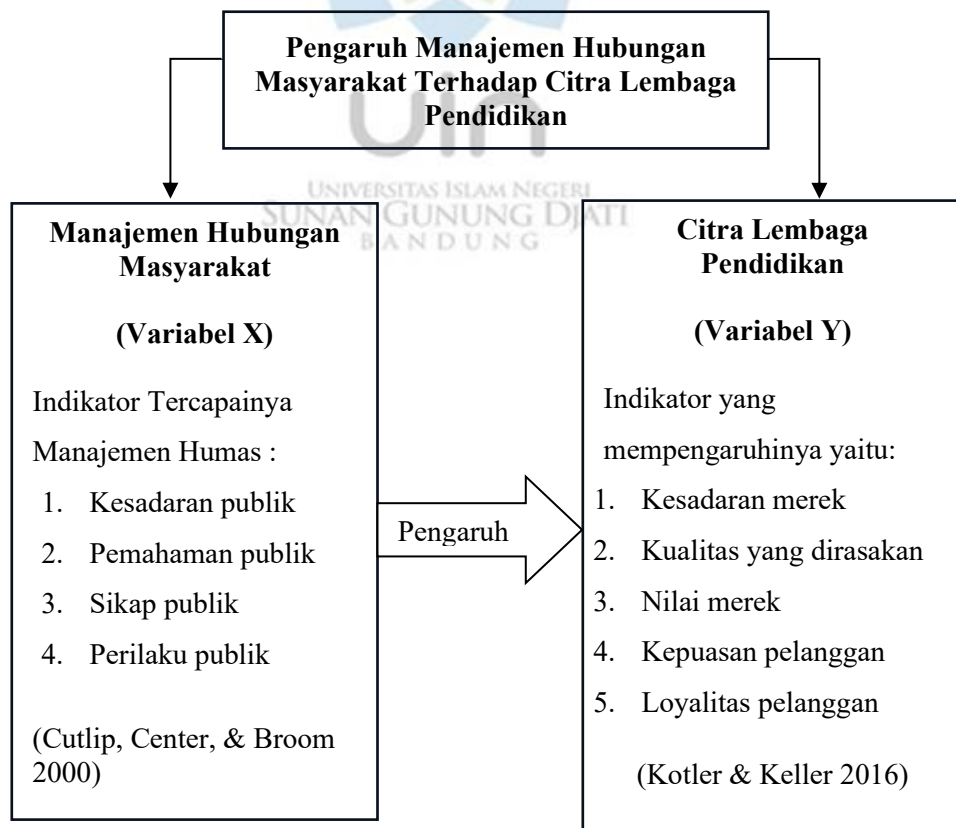
Citra lembaga pendidikan merupakan hal yang sangat diperlukan untuk mensosialisasikan keunggulan dan kualitas yang telah dicapai selama ini, yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan keberadaan lembaga pendidikan di masyarakat luas. Menurut Kotler dan Fox, *image* (citra) dalam sutisna merupakan jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan, keyakinan-keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Citra adalah total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. *Image* (citra) merupakan persepsi masyarakat terhadap lembaga atau produknya maupun jasanya. Citra sekolah sudah dibentuk oleh pihak pemasar jasa pendidikan secara proaktif dan progresif melalui komunikasi pemasaran jasa pendidikan yang dilaksanakan secara sistematis dan terpadu (D. Wijaya, 2016).

Dalam perspektif lain menurut buchari dan ratih, citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu objek, orang atau mengenai lembaga, citra ini tidak dapat dicetak seperti mencetak barang di pabrik, tetapi citra ini adalah kesan yang diperoleh sesuai dengan pengetahuan pemahaman seseorang tentang sesuatu (Buchari, 2018).

Sedangkan citra lembaga pendidikan dalam perspektif memberikan pandangan positif dan keuntungan pada suatu lembaga, menurut Menurut Kotler & Keller (2016) hal yang dapat mempengaruhinya yaitu:

- a) Kesadaran merek (*Brand awareness*): Seberapa banyak publik mengetahui dan mengingat merek tersebut.
- b) Kualitas yang dirasakan (*Perceived quality*): Persepsi publik tentang kualitas produk atau layanan yang ditawarkan oleh merek tersebut.
- c) Nilai merek (*Brand value*): Nilai yang diasosiasikan publik dengan merek tersebut.
- d) Kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction*): Seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan yang ditawarkan oleh merek tersebut.
- e) Loyalitas pelanggan (*Customer loyalty*): Seberapa besar kemungkinan pelanggan untuk terus membeli produk atau layanan dari merek tersebut.

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban sementara atau jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum menjawab yang empiric (Sugiyono, 2016). Berdasarkan identifikasi masalah yang ditemukan, maka dirumuskan hipotesis yang peneliti kemukakan adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara manajemen hubungan masyarakat terhadap citra lembaga pendidikan di Universitas Muhammadiyah Bandung

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara manajemen hubungan masyarakat terhadap citra lembaga pendidikan di Universitas Muhammadiyah Bandung

Dengan Rumusan sebagai berikut:

$H_a : p = 0$ $H_0 : p \neq 0$

Berdasarkan hipotesis di atas, peneliti mengajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara manajemen humas dengan citra lembaga pendidikan di Universitas Muhammadiyah Bandung.

H. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya dan relevan dengan penelitian ini adalah :

1. Jurnal, penelitian yang dilakukan oleh (Rusyanti, Arafat & Destiniar, 2021) dengan judul “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah” ditemukan hasil bahwa implikasi positif terhadap strategi sekolah dalam meningkatkan mutu pendidikan yang melibatkan Kepala Sekolah, Guru dan Tenaga Kependidikan, Siswa dan Masyarakat pada umumnya, agar memiliki pola pikir yang sama untuk mendapatkan hasil yang berkualitas. Adapun implikasi pada penelitian yaitu : 1). Bahwa selain citra

positif yang wajib dimiliki sekolah erat kaitannya dengan manajemen sekolah akan baik jika memiliki Kepala Sekolah dan humas yang berwawasan luas, terbuka, disiplin, tegas, memiliki komitmen yang tinggi terhadap mutu pendidikan, kreatif dan berinovasi, sehingga dapat menjadi contoh kepemimpinan bagi warga sekolah; 2). Kerjasama yang baik antara guru dan tenaga kependidikan dalam menjalankan tugas dan fungsi masing-masing secara profesional secara internal dan hubungan kerjasama eksternal sekolah wajib dipertahankan seperti kerjasama dengan masyarakat, mitra industri sekolah; dan 3). Penggunaan sarana dan prasarana yang optimal dalam proses publikasi kepublik baik melalui langsung, website dan social media lainnya (Rusyanti et al., 2021).

2. Jurnal, penelitian yang dilakukan oleh (Iswahyuni & Ainur, 2022) dengan judul “Implementasi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Madrasah Ibtidaiyah Narrative Qur’an Lamongan” pada penelitian tersebut terdapat penerapan manajemen humas dalam membangun citra sekolah yaitu dengan salah satu cara melakukan perencanaan program-program kerja humas dilaksanakan dengan melaksanakan rapat kerja disetiap semester atau yang bisa disebut dengan RKM (rencana kegiatan madrasah). Setiap tahun tim domain selalu memiliki target kerja yang ingin dicapai, akan tetapi tidak setiap tahun hal tersebut dapat terwujud oleh sebab itu tim domain akan melakukan evaluasi untuk perbaikan selanjutnya dan hal tersebut dilakukan secara berkala. Sekolah ini mengadakan kegiatan pengembangan keterampilan dan kemampuan peserta didiknya dengan program-program unggulan bernuansa islami, baik yang dilakukan dalam jangka pendek, maupun jangka panjang yang nantinya kegiatan tersebut dipublikasikan sesuai jadwal ataupun brief yang telah ditentukan kepada tim media ataupun tim domain sebagai salah satu cara branding produk secara digital kepada masyarakat (Laras & Rifqi, 2022).
3. Jurnal, penelitian yang dilakukan oleh (Ningsih, Arman & Harnalia, 2022) dengan judul “Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra

Sekolah Di SMPN 1 Tellu Siattinge” terdapat beberapa poin penting dalam penelitian tersebut yaitu Pelaksanaan humas sekolah merupakan komunikasi dan kerjasama antar orangtua peserta didik atau masyarakat dengan lembaga pendidikan. Melalui komunikasi dan kerjasama tersebut sangat penting dalam pelaksanaan dan pencapaian tujuan dalam suatu lembaga pendidikan. Karena dengan komunikasi dan kerjasama akan dapat menjalin hubungan yang harmonis, dinamis serta menciptakan kesan dan citra positif dari lembaga pendidikan tersebut. Meski, dalam pengimplementasiannya belum secara komplit 100% dan sering terjadi tantangan ataupun hambatan yang dihadapinya akan tetapi, lembaga pendidikan/sekolah mengupayakan agar proses penyampaian informasi ke masyarakat dapat terwujud secara optimal. Adapun citra sekolah adalah citra keseluruhan yang dibentuk dari semua komponen seperti kualitas output, keberhasilan pengelola, kesehatan keuangan, perilaku anggota organisasi, tanggung jawab sosial dan sebagainya (Ningsih et al., 2022).

4. Skripsi, penelitian yang dilakukan oleh (Al Maidah, 2021) dengan judul “Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Uin Walisongo Semarang” didapatkan hasil bahwasanya dalam penerapannya dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu berupa perencanaan dan pelaksanaan humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo, dapat disimpulkan yaitu dengan membuat rencana program kerja humas. Program kerja humas dalam meningkatkan citra adalah sebagai berikut: 1) Optimalisasi pengelolaan website dengan melakukan penguatan isi konten website agar dapat diakses oleh publik dengan baik 2) Pengembangan konten media sosial agar sesuai dengan perkembangan media digital saat ini 3) Optimalisasi berita UIN Walisongo di media massa dan memperkuat jaringan dengan pers 4) Dokumentasi kegiatan yang ada di UIN Walisongo. Evaluasi humas dalam meningkatkan citra UIN Walisongo yaitu dengan mengevaluasi perencanaan dan pelaksanaan program kerja humas agar menjadi bahan pertimbangan dan perbaikan untuk program kerja selanjutnya (Maidah, 2021).

5. Skripsi, penelitian yang dilakukan oleh (Julianan, 2022) dengan judul penelitian “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Peningkatan Citra Publik Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Kutacane” dapat disimpulkan dari penelitian tersebut bahwa perencanaan hubungan masyarakat dalam upaya peningkatan citra publik di SMAN 1 Kutacane antara lain: a) perencanaan program melibatkan seluruh pengelola sekolah, b) Rakor perencanaan program humas secara detail, c) menetapkan peran, menentukan sasaran, wilayah sasaran serta menentukan jangka waktu. Pelaksanaan humas dalam upaya peningkatan citra publik di SMAN 1 Kutacane dilaksanakan secara teratur sesuai dengan perencanaan, humas bertugas menginformasikan semua program-program serta humas berperan aktif dan turun langsung ke sekolah dan desa-desa untuk menyampaikan informasi-informasi yang ada di sekolah. Evaluasi program di SMAN 1 Kutacane antara lain: a) evaluasi program dilakukan oleh kepala sekolah secara rutin dalam waktu tertentu, b) waka humas melakukan evaluasi keanggotaan secara rutin guna meningkatkan motivasi kinerja humas dalam menginformasikan program sekolah kepada masyarakat (Juliana, 2022).
6. Skripsi, penelitian yang dilakukan oleh (Siskawati, 2021) dengan judul penelitian “Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di Sma Muhammadiyah 1 Ponorogo” dapat disimpulkan dari penelitian tersebut yaitu Proses perencanaan humas untuk meningkatkan citra di SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo, pada tahap awal menerapkan tahap perencanaan berdasarkan *Need Assesment* atau berbasis kebutuhan. Untuk menyukseskan program perencanaan, humas menggandeng pihak lain untuk dijadikan partner, seperti lembaga-lembaga, perguruan tinggi serta dinas-dinas yang berkaitan dengan program pada bulan-bilan tertentu. Kegiatan untuk saat dilakukan secara rutin untuk saat ini yang jalan yaitu seperti membuat buku kenangan kelas 12, Branding sekolah serta mengadakan seminar online/webinar. Kemudian untuk kegiatan yang sifatnya berkala itu seperti MOU ke lembaga dan perguruan tinggi, penilaian guru diakhir semester, program umroh serta program

peningkatan kompetensi guru melalui pelatihan-pelatihan. Evaluasi 3 bulan sekali ini dipimpin oleh kepala sekolah beserta pimpinan yang mana membahas program apa yang sudah terealisasi maupun yang belum terealisasi, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dampak dari pelaksanaan program humas yang sudah direalisasikan (Siskawati, 2021).

7. Jurnal, penelitian yang dilakukan oleh (Alifiah, 2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Manajemen Humas dan Citra sekolah Terhadap Minat Orang Tua Di Sub Rayon 34 Surabaya” dapat disimpulkan bahwa Pertama, Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh pada variabel manajemen humas (X1) nilai Thitung sebesar 3,095. Nilai signifikan variabel manajemen humas (X1) terhadap minat orang tua (Y) sebesar 0,002, nilai tersebut lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dengan demikian ditolak dan diterima, artinya manajemen humas berpengaruh secara signifikan terhadap minat orang tua di smp al fatah dan smp muhammadiyah 17 plus Surabaya. Kedua, Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh pada variabel manajemen humas (X1) nilai T hitung sebesar 3,277. Nilai signifikan variabel citra sekolah (X2) terhadap minat orang tua (Y) sebesar 0,001, nilai tersebut lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dengan demikian Ho ditolak dan H1 diterima, artinya citra sekolah berpengaruh secara signifikan terhadap minat orang tua di smp al fatah dan smp muhammadiyah 17 plus Surabaya. Ketiga, Berdasarkan hasil analisis data pada uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 15,073. Nilai signifikan variabel manajemen humas (X1) dan citra sekolah (X2) terhadap minat orang tua (Y) sebesar 0,000. Nilai signifikan ini lebih kecil dari nilai alpha yaitu 0,05 dengan demikian ditolak dan diterima, artinya manajemen humas dan citra sekolah secara bersamaan berpengaruh terhadap minat orang tua di smp al fatah dan smp muhammadiyah 17 plus Surabaya. Adapun besarnya pengaruh manajemen humas dan citra sekolah terhadap minat orang tua yaitu sebesar 15,4% (Alifiah & Roesminingsih, 2018).
8. Jurnal, penelitian yang dilakukan oleh (Sugiyah & Chairunnisa, 2019) dengan judul penelitian “Pengaruh Peran Humas Terhadap Citra Perusahaan

Pada PT Kereta Api Indonesia Daop 1 Jakarta” dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R² (Adjusted R Square) sebesar 0,212. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu peran humas sebesar 21,2% sedangkan sisanya 78,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Adanya kemungkinan dari faktor krisis citra atau mendapat tuduhan negatif tentang perusahaan. Sedangkan Berdasarkan pengujian hipotesis melalui SPSS 24 diperoleh persamaan regresi $Y = 19,205 + 0,739 X$ yang artinya jika peran humas nilainya adalah 0, maka peran humas terhadap citra perusahaan sebesar 19,205, jika peran humas ditingkatkan sebesar 1 satuan, maka peran humas terhadap citra perusahaan akan meningkat sebesar 0,739 (Chairunnisa, 2019).

9. Skripsi, penelitian yang dilakukan oleh (Fitriani 2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Manajemen Hubungan Masyarakat Terhadap Peningkatan Mutu Pendidikan Di MA Modern Cendekia Puruhita Ma’had Manailil Guppi Samata Gowa” berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat simpulkan bahwa Manajemen hubungan masyarakat di MA Modern Cendekia Puruhita Ma’had Manailil Guppi Samata Gowa berada pada kategori sedang berada pada interval 52-68 banyaknya masyarakat yang berada pada interval tersebut yaitu 22 responden dengan persentase 45,83%. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen hubungan masyarakat masih belum maksimal, sebab masih ada yang perlu ditingkatkan seperti komunikasi dengan orang tua siswa perlu diperhatikan lagi sehingga hubungan dengan masyarakat sekitar lebih meningkat lagi. Berdasarkan hasil oleh data yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil $t_{hitung} = 2,107$ dan $t_{tabel} = 1,679$ dengan tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$. Hal ini membuktikan $t_{hitung} > t_{tabel}$. Apabila berdasarkan kriteria pengujian hipotesis, maka H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara manajemen hubungan masyarakat terhadap peningkatan mutu pendidikan di MA Modern Cendekia Puruhita Ma’had Manailil Guppi Samata Gowa (Ramli, 2022).

10. Skripsi, penelitian yang dilakukan oleh (Tama, 2020), dengan judul penelitian “Korelasi Manajemen Hubungan Masyarakat Terhadap Upaya Peningkatan Citra Madrasah Di MI Bahrul Ulum Kota Batu” dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan atau korelasi yang signifikan antara manajemen humas dengan citra madrasah pada MI Bahrul Ulum Kota Batu. Terbukti dengan pengujian hipotesis dengan data yang diperoleh nilai “r” hitung = 0,581 lebih besar dari “r” tabel = 0,159 dengan taraf signifikan 5% ($0,581 > 0,159$). Serta kriteria penilaian korelasi tingkat hubungan “Sedang” pada interval koefisien 0,40 – 0,599 sesuai pedoman koefisien korelasi. dengan demikian hipotesis yang berbunyi Hipotesis kerja (H_a) : Ada korelasi antara manajemen hubungan masyarakat dengan citra madrasah di MI Bahrul Ulum, “disetujui atau diterima”, sedangkan hipotesis yang berbunyi hipotesis nol (H_o) : tidak ada korelasi antara manajemen hubungan masyarakat dengan citra madrasah di MI Bahrul Ulum “ditolak” (Tama, 2020).

Dari pemaparan penelitian terdahulu sebelumnya, ada beberapa persamaan yang ditemukan yaitu dari penjelasan tentang pengaruh manajemen humas terhadap citra lembaga pendidikan sangat berkaitan satu sama lainnya, hal tersebut terlihat dari proses *input*, *output*, *outcome* dengan menggunakan berbagai cara yang berbeda agar tujuan akhirnya tercapai, yaitu untuk meningkatkan citra suatu lembaga pendidikan. Beberapa komponen yang terlihat menjadi faktor berhasilnya dalam peningkatan citra lembaga pendidikan yaitu dengan komunikasi, hubungan media, kegiatan publik, dan adanya manajemen media sosial. Peran kepala sekolah dan tim humas sangat penting dalam manajemen humas lembaga pendidikan, dan program manajemen humas perlu dievaluasi dan dikembangkan secara berkala. Hal tersebut relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, karena beberapa komponen humas tersebut akan diteliti sejauh mana akan memberikan pengaruh positif terhadap citra lembaga pendidikan.

Perbedaan-perbedaan yang teridentifikasi dari penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu, dari segi metode penelitian ada beberapa penelitian terdahulu yang tidak menggunakan penelitian kuantitatif, populasi dan

sampel dengan skala rasionya berbeda, penelitian sebelumnya ada yang menemukan hubungan positif dan signifikan, sementara yang lain juga ada temuan hubungan yang lemah atau tidak signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian tentang pengaruh manajemen humas terhadap citra lembaga pendidikan masih perlu dilakukan penelitian lebih lanjut, agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendalam serta memberikan manfaat yang lebih banyak lagi.

