

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hubungan masyarakat (humas) atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan *public relations*, merupakan salah satu subbab dalam ilmu komunikasi. Praktik humas dalam sebuah komunikasi berfungsi sebagai jembatan antara lembaga atau organisasi dengan publiknya untuk mencapai saling pengertian.<sup>1</sup> Dengan terciptanya pengertian antar lembaga dan publik maka akan tercipta pula hubungan yang harmonis dan tercapainya tujuan secara efektif.

Dalam suatu lembaga, humas bertujuan sebagai penyebar informasi, untuk menciptakan citra positif lembaga.<sup>2</sup> Oleh karena itu, humas membutuhkan strategi untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan tindakan yang dilakukan seseorang atau lembaga untuk merancang cara mencapai tujuan lembaga yang ditujukan kepada masyarakat secara efektif. Humas dituntut memiliki strategi yang kreatif dan ide-ide yang banyak agar bisa menghadapi segala kondisi terutama dalam membangun citra lembaga.

Kurang cepatnya respon atau penanganan lembaga untuk menyelesaikan suatu masalah juga menjadi awal terbentuknya opini publik.<sup>3</sup> Dengan demikian humas harus manpu merespon dan melakukan penanganan terhadap opini publik yang bermunculan dan membangun citra positif bagi lembaga. Sehingga peran humas dalam lembaga tidak dapat dipisahkan, dimana publik atau masyarakat membutuhkan informasi dan

---

<sup>1</sup> A. Anghita Sari, *Dasar-Dasar Public Relations Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: DEEPUBLISH (group penerbitan CV budi utama, 2017) <[https://www.google.co.id/books/edition/Dasar\\_Dasar\\_Public\\_Relations\\_Teori\\_dan\\_P/MBExDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=dasar+dasar+humas&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Dasar_Public_Relations_Teori_dan_P/MBExDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=dasar+dasar+humas&printsec=frontcover)>. 5

<sup>2</sup> Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, cet. ke 2 (Malang: Penerbit Ghalia Indonesia, 2004). 35

<sup>3</sup> Abdul Rahmat, *HUBUNGAN SEKOLAH DAN MASYARAKAT: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah* (Zahir Publishing, n.d.), 1-3 <https://books.google.co.id/books?id=WTgmEAAAQBAJ>.

lembaga membutuhkan reputasi atau citra.<sup>4</sup> Dengan demikian akan muncul dukungan dan simpati dari masyarakat untuk lembaga dalam mencapai tujuan.

Sedangkan Madrasah Diniyah adalah tempat dimana mereka yang ingin belajar tentang Islam dan Al-Quran. Dalam UU No.2 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menetapkan bahwa Madrasah Diniyah merupakan salah satu dari sebuah lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan kepada anak didik di bidang agama. Madrasah merupakan satu dari sekian banyak lembaga pendidikan di Indonesia. Madrasah juga melakukan reformasi.<sup>5</sup> Madrasah Diniyah bertujuan untuk menyiapkan generasi Al-Quran, yaitu generasi yang memiliki komitmen terhadap Al-Quran sebagai sumber perilaku. Madrasah Diniyah ini setara dengan sekolah dasar, tetapi kurikulumnya ditekankan pada pemberian dasar hingga hal-hal lain untuk pertumbuhan dan perkembangan rohani anak. Belajar Al-Quran merupakan suatu kewajiban bagi seorang muslim, karena Al-Quran adalah Firman Allah SWT yang wajib dipelajari sebagai pedoman hidup. Pendidikan ini berarti proses bimbingan dari pendidik terhadap perkembangan jasmani, rohani dan intelektual peserta didik menuju pembentukan kepribadian muslim yang baik.<sup>6</sup>

Di Desa Mayong Kidul sendiri memiliki dua lembaga Madrasah Diniyah, sehingga menciptakan persaingan antar lembaga untuk berlomba-lomba dalam memperbaiki kinerja dan menyusun strategi baru dalam menarik dan meraih minat masyarakat. Lembaga pendidikan harus mampu memberikan pembuktian kepada masyarakat dengan identitas atau ciri khasnya, lembaga pendidikan juga harus mampu berakar pada masyarakat, dengan selalu memperhatikan ide-ide masyarakat,

---

<sup>4</sup> S Mulyadi, MANAJEMEN HUMAS DAN PUBLIK OPINION BUILDING, Buku pamduan (Duta Media Publishing, 2019), 2<https://books.google.co.id/books?id=Mhz-DwAAQBAJ>.

<sup>5</sup> Kemendagri, 'Pedoman Penyelenggaraan Madrasah Diniyah Taklimiyah', 2014, 67.

<sup>6</sup> Sofyan Rofi, Sejarah Pendidikan Islam Di Indonesia, ke-1. (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2016), 14 [https://www.google.co.id/books/edition/Sejarah\\_Pendidikan\\_Islam\\_di\\_Indonesia/PFRODAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sejarah+pendidikan+Islam+di+Indonesia&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Sejarah_Pendidikan_Islam_di_Indonesia/PFRODAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sejarah+pendidikan+Islam+di+Indonesia&printsec=frontcover).

melaksanakan aspirasi serta mampu menumbuhkan kepercayaan masyarakat.

Madrasah Diniyah (Madin) Al-Azhar merupakan salah satu lembaga pendidikan berbasis keagamaan di Desa Mayong Kidul. Berdasarkan pengamatan awal peneliti, peran humas dalam madrasah tersebut kurang terlihat. Hal ini dapat dilihat dari berkurangnya minat peserta didik dalam mengikuti pembelajaran keagamaan dan Al-Quran di madrasah, sehingga beberapa anak mulai jarang masuk dan mengikuti pembelajaran. Menyadari hal ini maka pihak Madin Al-Azhar tidak mau ketinggalan dalam membangun citra madrasah untuk menarik simpati masyarakat agar mempercayakan putra putrinya belajar di madrasah tersebut.

Dalam penyajian dan usaha untuk menarik peminat masyarakat tidak terlepas dari usaha lembaga dalam mengkomunikasikan dan mempublikasikan lembaga dengan baik agar diterima oleh khalayak. Komunikasi menjadi landasan awal bagi suatu organisasi atau lembaga untuk mencapai tujuan. Dalam melakukan suatu komunikasi, terlebih kepada khalayak yang lebih luas maka diperlukannya komunikasi dua arah. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan ataupun informasi dari komunikator kepada komunikan, dengan menggunakan media atau secara langsung. Menurut Carl I Hovland, yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dengan tujuan mempengaruhi atau mengubah perilaku orang lain.<sup>7</sup> Proses penyampaian pesan dapat berupa teks (kata-kata), lambang ataupun isyarat yang dapat dimengerti orang lain. Dengan demikian sebuah organisasi atau lembaga membutuhkan beberapa pihak untuk dijadikan sebagai pelaku komunikasi yang dikenal sebagai humas atau *public relations* dalam mengenalkan lembaga Madrasah Diniyah tersebut. Keberadaan humas sangatlah penting sebagai jembatan penghubung antara lembaga dan masyarakat dalam menyampaikan suatu informasi. Dengan demikian kerjasama antar guru, siswa, orang tua dan masyarakat dapat terjalin sehingga publik mendapatkan

---

<sup>7</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi*, cet. ke 28 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 10

informasi yang benar mengenai lembaga dan lembaga mampu memperkenalkan dirinya pada publik.

Di sisi lain fenomena masyarakat di desa Mayong Kidul, anak usia belajar mulai enggan untuk mengikuti dan belajar agama di Madrasah. Mereka beranggapan belajar di Madrasah Diniyah tidak sama pentingnya dengan pendidikan formal lainnya. Pemahaman seperti inilah yang membuat minat dan semangat peserta didik menjadi berkurang bahkan hilang minat untuk mengikuti pembelajaran di Madrasah Diniyah. Demikian juga pemahaman orang tua yang serupa, sehingga komunikasi lembaga pendidikan dan masyarakat sangatlah diperlukan untuk memberikan pemahaman yang tepat serta menunjang citra lembaga, dengan memberikan informasi-informasi dengan adanya kualitas yang nyata mulai dari sarana-prasana, pembiayaan, prestasi madrasah, tenaga pendidik hingga penciptaan budaya baik madrasah. Dan dalam menarik perhatian masyarakat tentu disampaikan dengan tepat, berdasarkan firman Allah AWT pada Q.S Al-Hujurat: 06.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن  
تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (Q.S Al-Hujurat: 06)

Dalam hal ini tugas seorang humas yaitu mencakup seluruh komunikasi terencana, baik ke dalam maupun ke luar antara organisasi dan publik dalam mencapai tujuan dengan landasan saling pengertian.<sup>8</sup> Humas juga diperlukan untuk

---

<sup>8</sup> Morissan, Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional, ke-1. (Jakarta: kencana, 2008), 8  
[https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen\\_Public\\_Relations/qq5oDwA](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Public_Relations/qq5oDwA)

mengatasi berita negatif tentang lembaga, seperti jika ada berita negatif tentang lembaga, maka humas bertugas dan membangun pemahaman positif kepada masyarakat.<sup>9</sup> Keberadaan humas dalam sebuah lembaga dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga dengan masyarakat.

Citra merupakan aset penting dan harus dimiliki oleh lembaga sebagai bukti eksistensi dan kualitasnya. Reputasi sekolah atau lembaga dapat menunjukkan kualitas pendidikan serta pencapaian prestasi sekolah atau madrasah yang ingin dicapai dalam hubungan masyarakat. Dengan demikian citra lembaga penting dan harus dijaga agar tetap baik di mata publik baik internal maupun eksternal. Citra juga merupakan gambaran individu, organisasi atau lembaga pendidikan yang sengaja dibentuk untuk menunjukkan kepribadian atau ciri khasnya sehingga muncul persepsi positif dari masyarakat dalam memandang lembaga tersebut.

Citra dan reputasi tidak dapat dibeli tetapi diraih. Untuk mendapatkan citra yang baik diperlukan kepercayaan dari mitra lembaga atau *stakeholder*. Kepercayaan menciptakan persepsi seseorang atau lembaga sebagai orang yang jujur atau dapat dipercaya, yang merupakan efek citra positif. Tugas lembaga pendidikan dalam membangun citra adalah mengidentifikasi citra seperti apa yang ingin dibentuk di mata masyarakat, sehingga tercipta kerjasama yang harmonis antara madrasah dengan kegiatan masyarakat untuk memperoleh simpati masyarakat.<sup>10</sup> Dengan menampilkan citra positif suatu lembaga maka akan tumbuh sikap percaya dan menarik bagi publik untuk menjadi konsumen.<sup>11</sup> Untuk mewujudkan citra sekolah atau madrasah diperlukan strategi humas yang baik untuk menghasilkan citra yang positif. Dalam hal ini humas dapat mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan dan keunggulan sekolah

---

AQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=MANAJEMEN+PUBLIC+RELATIONS:+Strategi+menjadi+Humas+Profesional&printsec=frontcover.

<sup>9</sup> Morissan, *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. 33

<sup>10</sup>Faridah Hanum, Jurnal EDUKASI: *Jurnal Penelitian Pendidikan Keagamaan (Membangun Citra Madrasah Melalui Program Kelas Unggulan di MTsN 2 Bandar Lampung)*, Volume 14, nomor 3, Desember 2016, 408

<sup>11</sup> Juhji, F.N.M.R.G.L.P.A.H.M.A.O.A., *MANAJEMEN HUMAS SEKOLAH*, Pendidikan (Penerbit Widina, 2020), 26-17  
<https://books.google.co.id/books?id=INTnDwAAQBAJ>.

atau madrasah kepada publik. Oleh karena itu penulis sangat tertarik untuk menyajikan sebuah skripsi yang berjudul: **“Strategi Humas dalam Membangun Citra Madrasah Diniyah Al-Azhar di Desa Mayong Kidul”**.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti akan membahas mengenai salah satu cabang ilmu komunikasi bagian strategi humas. Komunikasi sendiri memiliki beberapa unsur, diantaranya: pelaku komunikasi (komunikator), penerima pesan (komuikan), pesan atau materi, media komunikasi dan umpan balik (*feedback*). Sebagai seorang pelaku komunikasi atau pemberi pesan dapat terdiri dari seorang individu atau kelompok. Sedangkan dalam suatu lembaga ini biasanya menjadi tugas seorang humas (*publik relations*).

Dalam menjalankan suatu lembaga dan mencapai tujuannya, tentu lembaga harus memperkenalkan dirinya kepada masyarakat luas. Dan dalam penerapannya humas berperan sebagai orang yang menjalankan fungsi manajemen. Serta dalam ilmu kehumasan, humas harus memiliki cara-cara, taktik-taktik, metode dan prosedur sebagai suatu sistem. Dengan hal ini humas mampu menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga dan publiknya untuk mencapai tujuan, salah satunya adalah membangun citra.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dikemukakan, maka yang menjadi rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana strategi humas dalam membangun citra Madrasah Diniyah (MADIN) Al-Azhar Mayong Kidul?
2. Bagaimana perubahan citra yang terjadi dalam membangun citra Madrasah Diniyah (MADIN) Al-Azhar Mayong Kidul?
3. Apa indikator yang menunjukkan efektivitas strategi humas dalam membangun citra Madrasah Diniyah (MADIN) Al-Azhar Mayong Kidul?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menemukan teori.<sup>12</sup> Teori yang maksud adalah teori tentang dakwah dan komunikasi Islam, khususnya Komunikasi dan Penyiaran Islam dan di bidang kehumasan. Selanjutnya, sesuai kekhususan judul yang ada, tujuan penelitian ini didesain secara rinci untuk mengungkap dan menjelaskan terkait dengan:

1. Strategi humas dalam membangun citra Madrasah Diniyah (MADIN) Al-Azhar Mayong Kidul.
2. Perubahan citra yang terjadi dalam membangun citra Madrasah Diniyah (MADIN) Al-Azhar Mayong Kidul.
3. Indikator yang menunjukkan efektivitas strategi humas dalam membangun citra Madrasah Diniyah (MADIN) Al-Azhar Mayong Kidul.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat secara komprehensif tentang strategi humas dalam membangun citra madrasah bagi para pembaca, baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis
  - a. Hasil penelitian dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai strategi humas dalam membangun citra madrasah.
  - b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian lanjut dalam rangka perkembangan penelitian.
  - c. Temuan teori yang diharapkan dari penelitian ini akan bisa ikut memperkokoh eksistensi Ilmu Komunikasi Islam di samping berpotensi bagi tumbuhnya kesadaran akademik dengan berkontribusi dalam pengembangan ilmu tersebut.
2. Secara Praktis
  - a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta pengalaman selama melakukan penelitian dan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana.
  - b. Untuk menghadapi berbagai masalah yang berkaitan dengan pengelolaan humas.

---

<sup>12</sup> Albi Anggito, J S, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018), 7 <https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ>.

- c. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam upaya membangun citra Madrasah Diniyah (MADIN) Al-Azhar Mayong Kidul.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penulisan dan pemahaman secara menyeluruh, maka sistematika laporan dan pembahasan disusun sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN, meliputi: bab ini menyajikan latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: KERANGKA TEORI, meliputi:

- A. Humas
  1. Pengertian Humas
  2. Fungsi dan Tujuan Humas
  3. Strategi Humas
  4. Indikator Efektivitas Strategi
- B. Citra
  1. Pengertian Citra
  2. Proses Pembentukan Citra
- C. Humas, Madin dan Dakwah
  1. Humas Madrasah Diniyah
  2. Madrasah Diniyah dan Dakwah
- D. Penelitian Terdahulu
- E. Kerangka Berpikir

BAB III: METODE PENELITIAN, meliputi:

- A. Jenis dan Pendekatan
- B. *Setting* Penelitian
- C. Subjek Penelitian
- D. Sumber Data
- E. Teknik Pengumpulan Data
- F. Penentuan *Sampling* Informan
- G. Pengujian Kebasahan Data
- H. Teknik Analisis Data

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN, meliputi:

- A. Gambaran Obyek Penelitian
  1. Sejarah Berdirinya
  2. Visi dan Misi
  3. Profil Madrasah Diniyah
- B. Hasil Temuan

- C. Analisis dan Pembahasan
  - 1. Strategi Humas Madrasah Diniyah
  - 2. Perubahan Citra Madrasah Diniyah
  - 3. Indikator Efektivitas Strategi Humas Madrasah Diniyah

BAB V: PENUTUP, meliputi:

- A. Kesimpulan
- B. Saran
- C. Penutup

DAFTAR PUSTAKA

